

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Definisi Konsep

##### 1. *Electronic Service Quality*

*Electronic Service Quality* merupakan tingkat seberapa efektif dan efisien suatu *website* dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam proses belanja, pembelian dan proses pengiriman produk dan jasa (Parasuraman et al., 2005).

##### 2. *Brand Ambassador*

Firmansyah (2019) menyatakan *brand ambassador* adalah seseorang yang memiliki *passion* terhadap *brand*, mau memperkenalkannya, dan bahkan dengan sukarela memberikan informasi mengenai *brand*. Perusahaan harus bisa mengetahui permintaan pelanggan sehingga bisa merekrut *Brand Ambassador* yang cocok untuk produknya serta memengaruhi pelanggan untuk membeli produk (Greenwood, 2012).

##### 3. *Price Discount*

Menurut Sutisna (2012) diskon atau potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu.

##### 4. **Loyalitas Pelanggan**

Griffin (2005) berpendapat bahwa seseorang konsumen yang dikatakan setia atau loyal apabila konsumen tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau berkali-kali atau lebih dari dua kali yang bisa dikatakan bahwa seorang konsumen itu sudah loyal terhadap suatu produk atau jasa.

## **B. Definisi Operasional**

### **1. *Electronic Service Quality***

Menurut Parasuraman et al. (2005):

- 1) *Efficiency* (Efisiensi)
- 2) *Fulfillment* (Penyelesaian)
- 3) *System Availability* (Ketersediaan sistem)
- 4) *Privacy* (Rahasia pribadi)
- 5) *Responsiveness* (Responsif)
- 6) *Compensation* (Kompensasi)
- 7) *Contact* (Kontak)

### **2. *Brand Ambassador***

Menurut Greenwood (2012) *brand ambassador* memiliki lima karakteristik, yaitu:

- 1) *Transference* (Transferensi)
- 2) *Congruence* (Kesesuaian)
- 3) *Credibility* (Kredibilitas)
- 4) *Attractive* (Daya Tarik)
- 5) *Power* (Kekuatan)

### **3. *Price Discount***

Menurut Sutisna (2012) terdapat tiga hal yang menjadi indikator *price discount*:

1. Besarnya potongan harga
2. Masa potongan harga
3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga

#### **4. Loyalitas Pelanggan**

Menurut Griffin (2005) terdapat 4 indikator dari loyalitas pelanggan yaitu:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur
2. Membeli antar lini produk dan jasa
3. Mereferensikan kepada orang lain
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari para pesaing

#### **C. Obyek dan Subyek Penelitian**

1. Obyek penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen, sedangkan *Electronic Service Quality*, *Brand Ambassador*, dan *Price Discount* sebagai variabel independen.
2. Subyek penelitian ini tertuju kepada masyarakat yang punya akun Shopee dan pernah menggunakan aplikasi Shopee dan berbelanja atau bertransaksi setidaknya 3 kali pada *marketplace* Shopee.

#### **D. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian yang menggunakan data dan berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2017). Penelitian ini akan meneliti tentang pengaruh *Electronic Service Quality*, *Brand Ambassador* dan *Price Discount* terhadap Loyalitas Pelanggan.

#### **E. Populasi dan Sampel**

##### a). Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini populasi yaitu masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi Shopee baik untuk berbelanja.

b). Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah serta karakter yang dipunyai oleh populasi (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel yaitu dengan *Non probability sampling*, teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Dalam pelaksanaannya peneliti akan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu yaitu responden yang mempunyai kriteria yang telah ditetapkan. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mempunyai akun Shopee dan pernah bertransaksi minimal 3 kali. Jumlah responden yang peneliti gunakan adalah 100 responden. Peneliti akan menggunakan pedoman pengukuran sampel berdasarkan rumus Hair et al. (2014). Jumlah indikator ada 19 dikali 5 menjadi 95, maka supaya lebih representatif peneliti maka jumlah responden digenapi menjadi 100.

**F. Jenis Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari subyek penelitian menggunakan alat ukur secara langsung sebagai informasi data yang dicari (Wiyono, 2011).

Data penelitian ini bersumber dari responden yang dipilih dengan kriteria tertentu.

## G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang dipakai adalah kuesioner yaitu teknik dalam pemerolehan data yang dikerjakan dengan memberikan pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden (Wiyono, 2011). Dalam kuesioner ini sudah disertakan alternatif jawaban dengan memakai skala pengukuran *Linkert* yang tersusun dari lima kelompok:

- |                               |        |
|-------------------------------|--------|
| a). Sangat Setuju (SS)        | skor 5 |
| b). Setuju (S)                | skor 4 |
| c). Netral (N)                | skor 3 |
| d). Tidak Setuju              | skor 2 |
| e). Sangat Tidak Setuju (STS) | skor 1 |

## H. Metode Analisis Data

### a) Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Pengujian untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Pengujian ini memakai pengujian dua sisi menggunakan taraf signifikansi 0,05. Satu item disebut valid saat korelasi signifikan pada skor keseluruhannya (Wiyono, 2011). Kriteria:

- Bila  $r$  hitung lebih dari  $r$  tabel maka item pertanyaan berhubungan signifikan pada skor keseluruhan maka dinyatakan valid.
- Bila  $r$  hitung kurang dari  $r$  tabel maka item pertanyaan tidak berhubungan signifikan pada skor keseluruhan maka ditetapkan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Seberapa jauh ukuran tanpa bebas kesalahan dan sebab itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Metode yang digunakan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*, yakni satu kuesioner akan disebut reliabel jika *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  (Kuncoro, 2013).

### b) Uji Asumsi Dasar

Pengujian normalitas berfungsi memberitahu apa populasi data terdistribusi dengan normal atau tidak (Wiyono, 2011). Umumnya dikerjakan supaya mengukur data ordinal, interval, maupun rasio. Pada bahasan tentang normalitas akan dipakai pengujian *one sample kolmogorof-smirnov* dengan cara memakai taraf signifikansi 0,05. Data akan ditetapkan terdistribusi normal bila signifikansi  $> 0,05$ .

### c) Uji Asumsi Klasik

- Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas digunakan untuk melihat adanya kesalahan asumsi klasik yakni terdapat korelasi yang sejajar antara variabel independent di model regresi (Wiyono, 2011). Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), bila  $VIF < 5$ , maka berarti model regresi mempunyai masalah pada variabel bebas lainnya.

- Uji Heteroskedasitas

Pengujian heteroskedasitas dipakai untuk melihat terdapat maupun tidak distorsi asumsi klasik heteroskedasitas yakni terdapat ketidakseragaman varian dari residual pada keseluruhan amatan di model regresi (Wiyono, 2011). Suatu cara agar mengetahui terdapat atau tidaknya heteroskedasitas yaitu melalui pengujian Glejser, yaitu meregresikan nilai residual ( $Lnei2$ ), kriteria yang harus dipenuhi yaitu bila skor signifikansi antara variabel independen dengan *absolute residual*  $> 0,05$  maka bisa dinyatakan tak tercipta gejala heteroskedasitas.

d) Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t dipakai untuk menguji tiap variabel independen mempunyai dampak atau tidak pada variabel dependen serta setelahnya bisa diketahui variabel independen yang dominan akan berdampak pada variabel dependen dengan  $\alpha = 0,05$  (Wiyono, 2011). Kriteria pengujianya adalah:

- Bila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima.
- Bila nilai signifikansi lebih dari atau sama dengan 0,05 maka hipotesis ditolak.

2. Uji F

Uji F berfungsi menguji frekuensi seberapa tepat yang sama dengan frekuensi yang diinginkan, bila nilai *probability F*

*statistic* < 0,05 atau 5%, maka semua variabel independen bisa diperkirakan variabel dependen secara baik (Ghozali, 2018).

e) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh lebih dari dua variabel bebas terhadap variabel terikat (Wiyono, 2011).

f) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi merupakan perangkat yang mengukur kemampuan model dalam menjabarkan bentuk variabel. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1, skor koefisien determinasi yang kecil mengartikan kapasitas variabel independen saat menjabarkan variabel dependen sangat terbatas. Skor yang mendekati 1 mengartikan variabel independen memberi hampir keseluruhan informasi yang diperlukan untuk menerangkan variasi variabel dependen (Kuncoro, 2013).