

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Definisi Konsep

a) Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2017) promosi adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk atau merek yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, promosi pada aplikasi Shopee meliputi diskon, *cashback*, dan gratis ongkir, dan lainnya.

b) Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan menurut Morgan dan Hunt (1994) adalah harapan atau keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap pihak lain dalam konteks pertukaran yang saling menguntungkan. Dalam penelitian ini, kepercayaan pelanggan pada aplikasi Shopee berkaitan dengan keamanan transaksi, kualitas produk, dan kepatuhan terhadap ketentuan.

c) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman (2000) adalah kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui penyampaian layanan yang konsisten. Pada penelitian ini, kualitas pelayanan di Shopee meliputi kecepatan respon, keandalan sistem, dan keramahan layanan pelanggan.

d) Loyalitas Pelanggan

Menurut Srisusilawati dkk. (2023) loyalitas pelanggan adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa puas terhadap produk atau merek yang dikonsumsi, sehingga mereka akan melakukan pembelian yang sama secara berulang-ulang. Dalam penelitian ini, loyalitas pelanggan aplikasi Shopee mengacu pada frekuensi pembelian ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

B. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2019), definisi operasional adalah penjelasan mengenai bagaimana suatu variabel diukur dalam suatu penelitian. Definisi operasional bertujuan untuk membuat konsep-konsep yang bersifat abstrak menjadi lebih nyata dan dapat diukur. Dengan adanya definisi operasional, peneliti dapat memberikan batasan yang jelas tentang apa yang dimaksud dengan variabel tertentu dan bagaimana variabel tersebut diukur.

a) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2019) Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Promosi (X1), Kepercayaan Pelanggan (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3).

1) Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2017) indikator promosi sebagai berikut:

- Frekuensi Promosi
- Kualitas Promosi

- Kuantitas Promosi
- Waktu Promosi
- Kesesuaian sasaran promosi

2) Kepercayaan Pelanggan

Menurut Morgan dan Hunt (1994) indikator dari kepercayaan pelanggan sebagai berikut:

- Keandalan (*Reliability*)
- Dapat dipercaya (*Trusted*)
- Integritas (*Integrity*)

3) Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (2000) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki beberapa indikator sebagai berikut:

- Bukti Fisik (*Tangibles*)
- Keandalan (*Reliability*)
- Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- Jaminan (*Assurance*)
- Empati (*Empathy*)

b) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2019) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan (Y).

1) Loyalitas Pelanggan

Menurut Srisusilawati dkk. (2023) terdapat tiga indikator yang digunakan untuk mengukur Loyalitas Pelanggan yaitu:

- Pembelian berulang (*Repeat*)
- Ketahanan (*Retention*)
- Mereferensikan (*Referalls*)

C. Objek dan Subjek Penelitian

- Objek dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen, sedangkan Promosi, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independent.
- Subjek penelitian tertuju pada mahasiswa yang ada di Yogyakarta yang pernah melakukan belanja *online* menggunakan aplikasi Shopee lebih dari satu kali pada tahun 2024.

D. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotetsis yang telah ditetapkan.

E. Populasi dan Sampel

a) Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan belanja *online* menggunakan aplikasi Shopee.

b) Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu, yaitu responden yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Sampel yang dipilih yaitu seluruh konsumen Shopee yang ada di Yogyakarta khususnya mahasiswa yang pernah melakukan belanja *online* menggunakan aplikasi Shopee lebih dari satu kali.

Menurut Hair dkk. (2010) sebaiknya ukuran jumlah sampel minimum setidaknya jumlah item pertanyaan yang akan dianalisis dikali dengan 5-10. Pada penelitian ini jumlah indikator ada 16 dikali 5 sehingga mendapatkan minimal 80 responden mahasiswa di Yogyakarta yang pernah melakukan belanja *online* menggunakan aplikasi Shopee lebih dari satu kali.

F. Jenis Data dan Sumber Data

a) Data Primer

Menurut Sugiyono (2019) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan informasi kepada pengumpul data, yang diperoleh melalui wawancara, observasi, atau pengisian kuesioner oleh responden. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen Shopee yang ada di Yogyakarta.

G. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai ialah kuisisioner. Metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup kepada responden. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala dengan interval 1-5, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju. Menurut Sugiyono (2019) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut ketika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini skala pengukuran kuesioner yaitu menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Pada kuisisioner penelitian ini sudah disertakan alternatif jawaban dengan memakai skala pengukuran *likert* yang tersusun atas lima kelompok sebagai berikut:

Tabel 3.1 Penilaian Skala *Likert*

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4

3.	Netral	N	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

H. Metode Analisis Data

a) Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu data yang telah didapatkan benar-benar data yang valid atau tepat. Kuesioner dikatakan valid ketika nilai r hitung $>$ r tabel, sedangkan ketika nilai r hitung $<$ r tabel maka dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Tinggi rendahnya reliabilitas dinyatakan oleh suatu nilai yang disebut

koefisien reliabilitas, berkisaran antara 0-1. Koefisien reliabilitas dilambangkan dengan α adalah *index* kasus yang dicari.

Jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60, maka instrumen penelitian dapat dianggap reliabel. Nilai di atas 0,70 menandakan reliabilitas yang cukup tinggi, dan nilai di atas 0,80 menandakan reliabilitas yang sangat tinggi.

b) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi secara normal, mendekati normal. Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa, pelaksanaan uji normalitas dapat menggunakan uji *Shapiro-wilk* dengan kriteria yang berlaku yaitu apabila hasil signifikansi $> 0,05$ yang berarti residual berdistribusi normal.

2) Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas jika variabel bebas berkorelasi maka variable-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas = 0. Multikolineritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Menurut Ghozali (2016), untuk mendeteksi terhadap adanya multikolineritas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a. Besarnya *Variabel Inflation Factor* (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolineritas yaitu nilai $VIF \leq 10$.
- b. Besarnya *Tolerance* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolineritas yaitu nilai $Tolerance \geq 0,1$.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual dari satu pengamat kepengamat lain. Jika *variance* dan residual dari satu pengamat ke pengamat yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, dan jika *variance* berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut::

- a. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji Hipotesis

1) Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan atau tidak yang meyakinkan dari dua mean sampel. Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen dalam menerangkan variabel

dependen. Apabila t hitung masing-masing variabel bebas lebih besar dari t tabel maka variabel bebas tersebut secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut ini prosedurnya:

H_0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

1) Jika signifikan nilai $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H_0 dan tolak H_1 .

2) Jika signifikan $t < 0,05$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima H_1 dan tolak H_0 .

2) Uji Secara Simultan (Uji f)

Menurut Sugiyono (2019) Uji simultan F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam

tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05.

Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:

Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

Jika nilai tabel $F > F$ Hitung maka H_0 diterima dan H_1 diterima.

Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

3) Analisis Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyusun data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dilakukan.

Dalam melakukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya sehingga nantinya dapat digunakan dalam penelitian yang dilakukan. Analisis data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan bantuan program SPSS sebagai alat untuk meregresikan model yang telah dirumuskan.

Rumus regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Loyalitas Pelanggan

X₁ : Promosi

X₂ : Kepercayaan Pelanggan

X₃ : Kualitas Pelayanan

a : Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi

e : error

d) Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Menurut Ghozali (2018). Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menunjukkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Nilai *adjusted R²* yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Klasifikasi koefisien hubungan tanpa memperhatikan arah ialah sebagai berikut:

1. 0 : Tidak ada korelasi
2. 0 s.d 0,49 : Korelasi lemah
3. 0,50 : Korelasi moderat
4. 0,51 s.d 0,99 : Korelasi kuat
5. 1,00 : Korelasi sempurna