

BAB III

METEDOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan metodologi yang digunakan. Metode penelitian ini mencakup sub bab fokus tempat dan fokus penelitian, konseptual model, validasi model, metode pengambilan data, dan metode analisa.

3.1 Tempat dan Fokus Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Sogan Batik Yogyakarta. Penelitian ini berfokus pada mendesain model hubungan *E-SerQual*, *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty* terhadap keputusan pembelian.

3.2 Konseptual Model

Konsep model yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi penelitian dapat di deskripsikan sebagai berikut :

3.2.1 Deskripsi Model

E-SerQual merupakan hal yang berpengaruh terhadap *customer E-Loyalty* (Parasuraman & Grewal, 2000). *E-SerQual* dianggap sebagai penggerak terbentuknya *customer E-loyalty*, karena

customer E-Loyalty dapat dirasakan dari kinerja layanan yang berkualitas tinggi. Sehingga didapatkan hipotesis berupa :

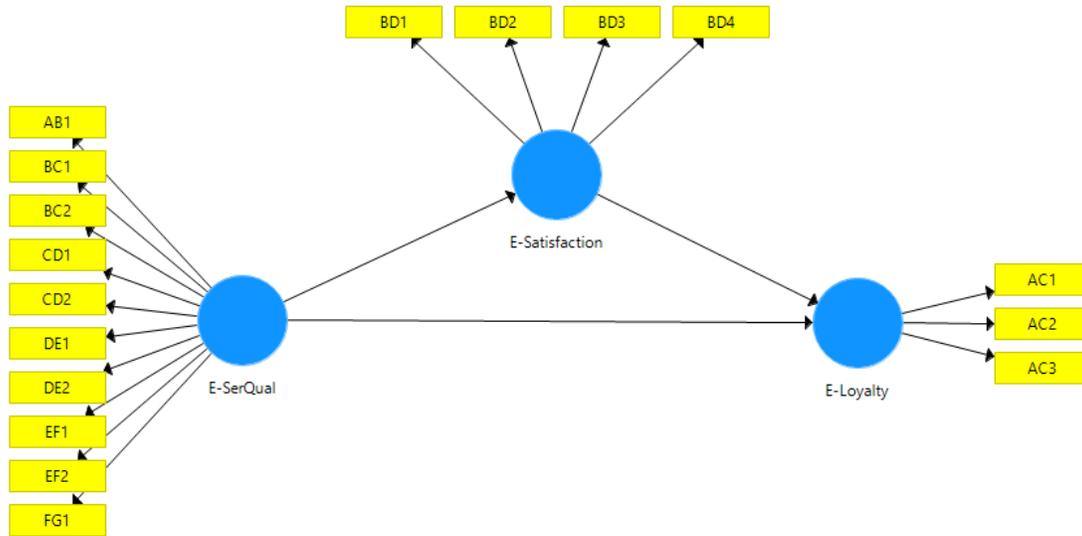
H₁ : Dimensi *E-SerQual* berpengaruh signifikan terhadap Customer *E-Loyalty*.

Selama beberapa dekade terakhir, fokus kepuasan dan kesetiaan telah bergeser dari offline ke lingkungan online. Dalam kasus lingkungan online, peneliti telah menemukan bahwa *E-Satisfaction* dapat meningkatkan *E-Loyalty* dan niat membeli kembali (Tsai et al., 2006). Oleh karena itu peneliti mengusulkan hipotesis berupa :

H₂ : *Customer E-Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap Customer *E-Loyalty*.

Fah dan Kandasamy (2011) menyatakan bahwa semua dimensi pada *E-SerQual* berpengaruh positif terhadap customer *E-Satisfaction*. Contohnya di industri perhotelan, peneliti menemukan semua dimensi pada *E-SerQual* secara signifikan terkait dengan *E-Satisfaction* di antara para tamu hotel di Malaysia. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan akan puas dengan kualitas pelayanan yang baik. Karena itu perusahaan yang ingin memuaskan pelanggannya harus meningkatkan kualitas penawaran layanan mereka kepada pelanggan. Hal Ini sangat penting karena pelanggan yang puas cenderung menjadi lebih tertarik pada perusahaan dibandingkan pelanggan yang tidak puas. Oleh karena itu peneliti mengusulkan hipotesis berupa :

H₃ : Dimensi *E-SerQual* berpengaruh signifikan terhadap Customer *E-Satisfaction*.



Gambar 3.1 Konseptual Model

Model di atas mempunyai dua variabel laten eksogen (variabel penyebab/bebas), yaitu *E-SerQual* dan *E-Satisfaction* dengan dua variabel laten endogen (variabel akibat/tergantung), yaitu *E-Loyalty*. Variabel laten eksogen *E-SerQual* dan *E-Satisfaction* diukur oleh 14 indikator secara reflektif, yaitu AB1, BC1, BC2, CD1, CD2, DE1, DE2, EF1, EF2, FG1, BD1, BD2, BD3, BD4. Kemudian, variabel endogen *E-Loyalty* juga diukur oleh indikator reflektif dengan 3 indikator, yaitu AC1, AC2, AC3. Pada Metode SEM-PLS terdapat 2 model yaitu model hubungan reflektif dan formatif. Model hubungan reflektif mencerminkan pengukuran kesalahan yang dikenakan terhadap indikator. Hubungan sebab akibat ialah dari variabel laten ke indikator dengan demikian indikator-indikator merupakan refleksi variasi dari variabel laten. Oleh karena itu menghilangkan satu indikator, tidak akan merubah makna dan arti variabel yang diukur. Sedangkan model hubungan formatif ialah hubungan berasal dari indikator menuju ke variabel laten. Hal ini dapat terjadi jika suatu variabel laten didefinisikan sebagai kombinasi dari indikator - indikatornya. Oleh karena itu, perubahan yang terjadi pada indikator - indikator akan merubah makna dari variabel latennya (Henseler, Ringle & Sinkovicks, 2009).

3.2.2 Dimensi Variabel

Tabel 3.1 Dimensi Variabel

Variabel	Jenis variabel	Indikator	Sumber
<i>E-SerQual</i>	<i>Independent</i>	<i>Reliability/ Fulfilmmet</i> <i>Responsivness</i> <i>Sosial Media Design</i> <i>Easy to use/ Usability</i> <i>Privacy/ Security</i> <i>Information Quality/</i>	<i>(Ladhari, 2010)</i>
<i>E-Satisfaction</i>	<i>Independent</i>	<i>Benefit</i> <i>Convenience</i> <i>Merchandising</i> <i>Serviceability</i>	<i>(Ranjbarian et al.,2012)</i>
<i>E-Loyalty</i>	<i>Dependent</i>	<i>Recomendation</i> <i>Refuse</i> <i>Repeat Purchase</i>	<i>(Yang & Peterson, 2004)</i>

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner dibagi menjadi dua bagian yaitu pada bagian awal adalah pengantar, tujuan kuesioner dan data diri responden. Bagian kedua berisi beberapa pertanyaan mengenai indikator-indikator yang terdapat pada *E-SerQual*. Kuesioner dalam penelitian menggunakan model skala *likert* yaitu dengan pembobotan. Skala *likert* adalah model skala yang dapat mengukur tanggapan dari pertanyaan yang diidentifikasi dari nilai 1-5.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Keterangan	Skala <i>Likert</i>
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2

3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Jawaban dari setiap pertanyaan kemungkinan memiliki perbedaan pendapat dari setiap orang. Semakin tinggi angka yang dipilih maka jawaban yang didapat semakin positif. Berikut ini adalah pertanyaan kuesioner beserta kode instrumen yang akan diberikan kepada responden.

Tabel 3.3 Instrumen Penelitian

Variabel	Atribut	Nomor Instrumen
<i>E-SerQual</i>	Pelayanan yang diberikan sudah baik	AB 1
	<i>Customer service</i> mempunyai respon yang cepat	BC 1
	<i>Customer Service</i> mempunyai cara yang baik dalam menanggapi konsumen	BC 2
	Kemudahan dalam mengakses sosial media Sogan Batik	CD 1

	Kemudahan dalam menggunakan fasilitas komunikasi dengan <i>customer service</i>	CD 2
	Membangun hubungan jangka panjang dengan <i>customer</i>	DE 1
	Mempunyai hubungan yang baik antara customer dan perusahaan	DE 2
	Keamanan dalam bertansaksi	EF 1
	Keamaan dalam pengiriman produk	EF 2
	Seluruh informasi mengenai produk sudah tersedia di sosial media	FG 1
	Membeli produk ditempat yang sama	AC 1
<i>E-Loyalty</i>	Merasa berbelanja di toko yang sama adalah ide yang bagus	AC 2
	Puas terhadap produk yang dijual	AC 3
<i>E-Satisfaction</i>	Memperbaiki kualitas pelayanan dapat meningkatkan kesetiaan	BD 1

Tetap setia pada toko <i>online</i> yang sama, walaupun produk yang diinginkan tidak ada	BD 2
--	------

Merasa mudah saat berbelanja	BD 3
------------------------------	------

Setia terhadap toko <i>online</i> yang sama	BD 4
---	------

1.4 Alat yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan beberapa alat bantu untuk melakukan pengolahan data sebagai berikut:

1. *Google Form*

Alat ini digunakan sebagai media untuk penyebaran kuesioner.

2. *Microsoft Excel*

Alat ini digunakan sebagai media mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dan data-data pendukung yang ada.

3. *Software Smart Partial Least Square (PLS) V.3*

Alat ini digunakan untuk mengolah data yang berasal dari pengamatan langsung di lapangan. Alat ini digunakan untuk perhitungan SEM-PLS.

1.5 Teknik Analisis Data

1.5.1 Alasan Penggunaan SEM- PLS

1. SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel yang bersifat *multiple relationship*. Hubungan ini dibentuk dalam model struktural (hubungan antara konstruk *dependent* dan *independent*)
2. SEM mempunyai kemampuan untuk menggambarkan pola hubungan antara konstruk laten (*unobserved*) dan variabel *manifest* (*manifest variabel* atau *variabel indikator*)

1.5.2 Alasan Penggunaan SEM dibandingkan Regresi Berganda

Alasan yang pertama adalah estimasi terhadap *multiple interrelated dependence relationship* istilah sederhananya adalah susunan beberapa persamaan regresi berganda yang terpisahkan tetapi saling berkaitan. Susunan persamaan ini dispesifikasikan dalam bentuk model struktural dan di estimasi oleh SEM secara simultan. Perbedaan yang terlihat jelas antara SEM dan susunan Regresi Berganda adalah pada variabelnya. SEM adalah variabel bebas (*independent variabel*) tetapi bisa menjadi variabel terikat (*dependent variabel*) pada persamaan yang lain.

Alasan yang kedua adalah kemampuan untuk menunjukkan konsep-konsep tidak teramati (*unobserved concepts*) serta hubungan-hubungan yang ada didalamnya, dan perhitungan terhadap kesalahan-kesalahan pengukuran dalam proses estimasi. SEM menyajikan konsep tidak teramati melalui penggunaan variabel-variabel laten. Sebuah variabel laten adalah sebuah konsep yang dihipotesiskan atau yang tidak teramati, dan hanya dapat didekati melalui variabel-variabel teramati. Sementara itu, variabel teramati adalah variabel-variabel yang nilainya dapat diperoleh dari responden melalui berbagai metode pengumpulan data (*survei, tes, observasi, dan lain-lain*). Variabel teramati juga dikenal sebagai *manifest* atau *measured variabel*. Pendekatan variabel-variabel teramati terhadap

suatu konsep jarang dapat dilakukan dengan sempurna dan hampir selalu ada kesalahan-kesalahan. Kesalahan-kesalahan pendekatan ini sering dikenal dengan kesalahan-kesalahan pengukuran (*measurement errors*) dan dapat diestimasi menggunakan fasilitas-fasilitas yang ada pada SEM.

1.5.3 Tujuan Penggunaan SEM-PLS

1. Memeriksa hubungan di antara variabel-variabel sebagai sebuah unit/kesatuan
2. Dapat menangani pengukuran dan kesalahan dengan mudah
3. *Modification Index* yang dihasilkan oleh SEM menyediakan lebih banyak isyarat tentang arah penelitian dan pemodelan yang perlu di tindak lanjuti.

1.5.4 Variabel dalam SEM-PLS

- a. Variabel Laten/ Konstruksi laten : Variabel yang dapat diamati secara tidak langsung. SEM mempunyai 2 jenis variabel laten yaitu eksogen dan endogen. Variabel eksogen selalu muncul sebagai variabel bebas, sedangkan variabel endogen merupakan variabel yang terikat.
- b. Variabel Teramati/Variabel terukur : Variabel yang dapat diamati secara langsung.

1.5.5 Persyaratan Jumlah Data

Jika SEM yang berbasis kovarian mengharuskan ukuran sampel yang besar yang dapat mencakup ratusan bahkan ribuan observasi; maka PLS SEM cukup dengan menggunakan

ukuran sampel yang kecil. Ukuran sampel kecil dengan persyaratan minimal adalah: 10 kali dari besarnya indikator formatif terbanyak yang digunakan untuk mengukur 1 variabel laten atau 10 kali dari jumlah jalur struktural terbanyak yang ditujukan ke variabel laten tertentu dalam model struktural. Penelitian yang dilakukan oleh Chin dan Newsted (1999) membuktikan bahwa dengan 20 data peneliti mendapatkan hasil PLS SEM yang tepat.