Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian kali ini, jenis penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Kriyantono (2009, p. 56) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji teori atau hipotesis, mendukung atau menolak teori, dan data hanya sebagai sarana konfirmasi teori atau dengan kata lain membuktikan teori dengan data. Ketika peneliti sudah memperoleh sejumlah data yang dibutuhkan dari hasil lapangan, maka peneliti akan menganalisis data lapangan tersebut dan kemudian hasilnya dicocokkan kembali dengan teori, konsep, hipotesis, dan asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya. Bungin (2013, p. 29) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dianalisis, baik melalui rumus-rumus statistik maupun komputer.

Peneliti akan meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek Tokopedia bagi mahasiswa DKI Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek Tokopedia bagi mahasiswa DKI

Pengaruh Kualitas Pelayanan..., Jane Kendar, FIKOM UMN, 2018

Jakarta dan seberapa besarkah pengaruh pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek Tokopedia bagi mahasiswa DKI Jakarta.

Untuk sifat penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif. Kriyantono (2009, p. 68) menyatakan penelitian eksplanatif bertujuan untuk menghubungkan dan mencari sebab-akibat antara dua atau lebih variabel yang akan diteliti. Dalam hal ini, dibutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual, dan kerangka teori. Sedangkan, menurut Bungin (2013, p. 51) penelitian eksplanatif digunakan untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya. Hal tersebut yang membuat penelitian eksplanatif menggunakan hipotesis yang akan diuji dengan statistik infrensial.

Penelitian kali ini bersifat eksplanatif karena peneliti ingin mengukur pengaruh atau hubungan sebab-akibat dari variabel independen "kualitas pelayanan" dengan variabel dependen "citra merek" Tokopedia.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian atau metode pengumpulan data merupakan alat pengumpulan data yang menentukan keberhasilan sebuah penelitian. Penggunaan metode pengumpulan data yang salah akan berakibat fatal bagi hasil-hasil penelitian yang diteliti. Bungin menjelaskan terdapat empat metode pengumpulan data, yakni, angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi (Bungin, 2013, p. 129)

Peneliti menggunakan metode pengumpulan data angket dalam penelitian ini. Bungin (2013, p. 130) menjabarkan metode angket atau yang lebih dikenal sebagai kuesioner merupakan metode yang berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan. Kemudian, daftar pertanyaan tersebut dikirimkan kepada responden untuk diisi. Sesudah diisi, kuesioner dikembalikan kepada peneliti.

Kriyantono (2009, p. 59) menjelaskan metode angket bertujuan untuk memeroleh informasi mengenai sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Proses dimulai dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang diberikan kepada responden, mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek Tokopedia bagi mahasiswa DKI Jakarta.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2015, p. 117) menjelaskan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sehingga, populasi tidak hanya orang, melainkan juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi mencakup semua karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono, 2015, p. 117). Subjek atau objek penelitian tersebut

terdiri dari unit-unit penelitian. Unit penelitian adalah orang (individu), rumah tangga, kelompok, organisasi, lembaga, dll.

Pada penelitian ini, populasinya adalah perwakilan mahasiswa yang berbelanja di toko atau situs ritel yang berjumlah 418.217 mahasiswa (https://forlap.ristekdikti.go.id).

Dalam penelitian ini, unit analisisnya adalah individu (mahasiswa). Mahasiswa di daerah DKI Jakarta dipilih karena cocok dengan segmentasi pasar dari Tokopedia.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Hasil yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi. Jika penelitian memiliki jumlah populasi yang besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti mempelajari semuanya, maka peneliti diperbolehkan untuk menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Jadi, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif agar simpulannya dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2015, p. 118).

Maka sampel dapat dipahami sebagai perwakilan dari populasi yang diteliti. Sampel diambil dengan menggunakan teknik tertentu, sehingga dapat mewakili seluruh populasi.

Peneliti memilih untuk menggunakan teknik sampel, yakni, teknik sampling daerah atau yang lebih dikenal sebagai *cluster*

sampling. Sugiyono (2015, p. 121) menjelaskan *cluster sampling* ini digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber datanya sangat luas. Oleh karena itu, peneliti menentukan penduduk yang akan dijadikan sumber data dengan mengambil sampel berdasarkan pada daerah populasi yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, *cluster sampling* dibagi menjadi:

a. DKI Jakarta

1. Universitas Indonesia (47.023)
2. Universitas Negeri Jakarta (17.111)
3. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (7.363)
4. Universitas Ibnu Chaldun (1.131)
5. Universitas Islam Jakarta (2.618)
6. Universitas Jakarta (1.029)
7. Universitas Jayabaya (4.570)
8. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya (11.606)
9. Universitas Krisnadwipayana (8.614)
10. Universitas Kristen Indonesia (5.271)
11. Universitas Kristen Krida (3.123)
12. Universitas Nasional (7.425)
13. Universitas Pancasila (15.299)
14. Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) (7.055)

15. Universitas Tarumanagara (14.666)
16. Universitas Trisakti (23.085)
17. Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta (2.040)
18. Universitas Borobudur (2.991)
19. Universitas Mercu Buana (34.376)
20. Universitas Persada Indonesia YAI (12.732)
21. Universitas Wiraswasta Indonesia (940)
22. Universitas Darma Persada (9.865)
23. Universitas Mpu Tantular (1.883)
24. Universitas Satya Negara Indonesia (3.727)
25. Universitas Yarsi (4.683)
26. Universitas Respati Indonesia (2.751)
27. Universitas Sahid (3.831)
28. Universitas Surapati (461)
29. Universitas Satyagama (4.596)
30. Universitas Esa Unggul (11.750)
31. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (7.641)
32. Universitas Bina Nusantara (28.511)
33. Universitas Muhammdiyah Prof. Dr. Hamka (19.145)
34. Universitas Paramadina (1.974)
35. Universitas Bung Karno (6.906)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

36. Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma (1.593)
37. Universitas Al-Azhar Indonesia (3.554)
38. Universitas Budi Luhur (14.261)
39. Universitas Bunda Mulia (5.333)
40. Universitas Indrapasta PGRI (35.905)
41. Universitas Tama Jagakarsa (3.033)
42. Universitas Bakrie (2.263)
43. Universitas Tanri Abeng (275)
44. Universitas Trilogi (2.696)
45. Universitas Sampoerna (392)
46. Universitas Agung Podomoro (487)
47. Universitas Mohammad Husni Thamrin Jakarta (5.461)
48. Universitas Nahldlatul Ulama Indonesia (160)
49. Universitas Pertamina (1.195)
50. Universitas Prasetya Mulya (3.872)

Berdasarkan situs forlap.ristekdikti.go.id, peneliti menemukan bahwa terdapat 50 universitas di wilayah DKI Jakarta. Setelah itu, peneliti menggunakan situs random.org untuk menentukan jumlah universitas. Melalui random.org, peneliti menetapkan 44 universitas yang mencakup seluruh wilayah DKI

Jakarta, yaitu, Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Utara, dan Jakarta Pusat.

Kriyantono (2009, p. 162) menjabarkan perhitungan statistik dengan rumus perhitungan besaran sampel Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

N = ukuran populasi

n = ukuran sampel

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, pada penelitian ini yaitu 5% (α = 0.05)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$= \frac{418.217}{1+418.217\ (0{,}0025)}$$

$$= \frac{418.217}{1+1{,}045.54}$$

$$= \frac{418.217}{1.046{,}54}$$

$$= 399{,}618\ (\mathbf{400})$$

Sampel yang telah dihitung melalui perhitungan Slovin ini sebesar 400 responden yang mewakili 418.217 populasi penelitian ini. Sesudahnya, peneliti melakukan perhitungan melalui situs random.org sebanyak 400 kali. Hal ini dilakukan untuk

menentukan 400 sampel dari universitas yang terpilih. Di bawah ini adalah nama universitas beserta sampel:

Tabel 3.1 Nama Universitas dan Sampel

No.	Nama Universitas	Jumlah Sampel
1.	Universitas Indonesia	35
2.	Universitas Negeri Jakarta	23
3.	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta	5
4.	Universitas Ibnu Chaldun	2
5.	Universitas Islam Jakarta	1
6.	Universitas Jakarta	1
7.	Universitas Jayabaya	3
8.	Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya	17
9.	Universitas Krisnadwipayana	4
10.	Universitas Kristen Indonesia	5
11.	Universitas Kristen Krida	5
12.	Universitas Nasional	6
13.	Universitas Pancasila	20
14.	Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)	5
15.	Universitas Tarumanagara	6
16.	Universitas Trisakti	18
17.	Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta	3
18.	Universitas Borobudur	3
19.	Universitas Mercu Buana	36
20.	Universitas Persada Indonesia YAI	7
21.	Universitas Wiraswasta Indonesia	1
22.	Universitas Darma Persada	8
23.	Universitas Mpu Tantular 1883	5
24.	Universitas Satya Negara Indonesia	2
25.	Universitas Yarsi	4
26.	Universitas Respati Indonesia	4
27.	Universitas Sahid	5
28.	Universitas Satyagama	5
29.	Universitas Esa Unggul	13
30.	Universitas Bhayangkara Jakarta	7

	Raya	
31.	Universitas Bina Nusantara	29
32.	Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka	20
33.	Universitas Paramadina	2
34.	Universitas Bung Karno	10
35.	Universitas Al-Azhar Indonesia	2
36.	Universitas Budi Luhur	17
37.	Universitas Bunda Mulia	4
38.	Universitas Indrapasta PGRI	39
39.	Universitas Tama Jagakarsa	4
40.	Universitas Bakrie	3
41.	Universitas Tanri Abeng	1
42.	Universitas Trilogi	3
43.	Universitas Mohammad Husni Thamrin Jakarta	5
44.	Universitas Prasetya Mulya	2

3.4 Operasionalisasi Variabel

Suatu konsep harus dioperasionalkan agar dapat diukur. Proses ini disebut dengan operasionalisasi konsep, melalui proses ini, peneliti menjelaskan konsep berdasarkan parameter atau indikator-indikatornya. Dari hasil operasionalisasi konsep ini adalah variabel yang memiliki variasi nilai yang dapat diukur. Nilai-nilai tersebut disebut sebagai indikator (Kriyantono, 2009, p. 26).

Operasionalisasi konsep berfungsi untuk membatasi parameter atau indikator yang diinginkan peneliti dalam penelitian. Jadi, apa pun variabel penelitian, semuanya bersumber dari konsep yang digunakan peneliti (Bungin, 2013, p. 76).

Variabel-variabel penelitian terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen merupakan variabel yang menjelaskan atau memengaruhi variabel lain. Sedangkan, variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (Sangadji & Sopiah, 2010, p. 136).

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (Parasuraman, Berry, Zethaml dalam Wirtz & Lovelock, 2016: 79)	*Tangible*	1. *Place*	a) Desain situs/aplikasi Tokopedia sudah bagus dan membuat saya nyaman untuk berbelanja b) Situs/aplikasi Tokopedia yang saya gunakan memiliki fitur yang mudah dipahami dan digunakan. c) Saya merasa penyusunan kategori situs/aplikasi Tokopedia tertata rapi d) Saya merasa situs/aplikasi Tokopedia memiliki kategori yang banyak untuk dipilih	Likert 1-4
		2. *People*	e) Saya merasa jumlah *customer service* sudah sesuai untuk melayani dan menjawab keluhan dan pertanyaan konsumen	
		3. *Equipment*	f) Saya merasa teknologi situs/aplikasi	

			Tokopedia sudah modern dan mengikuti perkembangan zaman	
		4. *Communicat-ion material*	g) Saya merasa informasi yang diberikan oleh Tokopedia memudahkan aktivitas berbelanja (contoh: harga dan kode barang sudah tertera)	
		5. *Symbols*	h) Saya merasa simbol & logo Tokopedia menggambarkan pelayanan yang diberikan	
		6. *Price*	i) Saya merasa Tokopedia memberikan kompensasi yang sesuai ketika barang yang dibeli mengalami kerusakan (contoh: penukaran barang)	
	Reliability	1. Keakurasian	j) Saya merasa Tokopedia telah memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.	
		2. Keandalan	k) Saya merasa Tokopedia tanggap dalam menyelesaikan masalah. l) Saya merasa Tokopedia selalu memastikan produk yang dipasarkan tidak bermasalah	
	Responsive-ness	1. Keinginan untuk	m) Saya merasa *customer service* Tokopedia	

		melayani pelanggan	melayani dan menangani keluhan dengan baik	
		2. Memberikan pelayanan yang pantas	n) Saya merasa *customer service* Tokopedia selalu siap sedia untuk menjawab pertanyaan	
	Assurance	1. Kredibilitas	o) Saya Tokopedia kredibel & dapat dipercaya.	
		2. Keamanan	p) Saya merasa aman saat berbelanja di Tokopedia	
		3. Kompetensi	q) Saya merasa *customer service* Tokopedia memiliki kemampuan & pengetahuan yang sesuai dengan pekerjaannya	
		4. Keramahan	r) Saya merasa karyawan Tokopedia bersikap sopan dan ramah ketika saya menyampaikan keluhan/pertanyaan	
	Empathy	1. Akses	s) Tokopedia menyediakan akses 24 jam untuk menangani keluhan	
		2. Komunikasi	t) Saya merasa Tokopedia dapat mendengarkan keluhan yang diberikan u) Saya merasa Tokopedia memberikan penjelasan yang mudah dimengerti	
		3. Memahami	v) Saya merasa	

		Pelanggan	Tokopedia berusaha memberikan apa yang saya butuhkan	
Citra Merek (Keller, 2013: 78)	*Strength of Brand Associations*	1. Harga yang ditawarkan bersaing 2. Kualitas Pelayanan	a) Saya merasa Tokopedia memiliki karakteristik (logo, warna, kemasan) yang sangat berbeda b) Saya merasa harga produk yang ditawarkan Tokopedia terjangkau c) Saya dapat membedakan pelayanan (pengetahuan & keramahan karyawan) Tokopedia dengan *e-commerce* yang lain	
	Favorability of Brand Associations	1. Kemudahan mengingat merek 2. Kemudahan mengucapkan merek 3. Kesesuaian kesan merek dalam benak pelanggan	d) Saya merasa mudah dalam mengucapkan merek Tokopedia e) Saya selalu mengingat keberadaan Tokopedia f) Saya langsung mengingat Tokopedia saat membutuhkan suatu produk.	
	Uniqueness of Brand Associations	1. Variasi Layanan 2. Kemasan produk yang unik. 3. Atribut yang khas. 4. Fasilitas yang berbeda	g) Tokopedia memiliki variasi layanan yang beragam. h) Pelayanan, produk & jasa yang ditawarkan Tokopedia lengkap. i) Saya dapat membedakan Tokopedia dengan *e-commerce* yang lain berdasarkan	

			atributnya. j) Tokopedia menyediakan fasilitas yang berbeda	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu bagian vital dalam melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dibagi menjadi dua, yakni, data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

   Data yang diperoleh melalui sumber data primer atau pertama di lapangan (Bungin, 2013, p. 128). Sedangkan, Sugiyono menyatakan data primer adalah data yang diperoleh secara lagsung dari objek penelitian perorangan, kelompok ataupun organisasi (Sugiyono, 2015, p. 65). Data primer penelitian ini diperoleh melalui survei dengan cara membagikan kuesioner kepada responden.

2. Data Sekunder

   Data yang diperoleh melalui sumber sekunder atau kedua (Bungin, 2013, p. 128). Data sekunder sendiri digunakan untuk mengumpulkan informasi-informasi lain yang relevan dan dapat mendukung penelitian. Data sekunder penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan.

Peneliti melakukan studi kepustakaan dengan cara membaca buku, catatan, dan laporan penelitian lain yang berhubungan dengan permasalahan yang ingin diteliti. Teknik ini digunakan untuk menjelaskan fakta-fakta dan pandangan para ahli yang memperkuat pernyataan dalam penelitian ini. Beberapa sumber yang yang digunakan peneliti adalah artikel *online, e-book,* buku-buku, jurnal *online.* Peneliti juga membaca skripsi dari peneliti terdahulu untuk dimanfaatkan sebagai sumber data yang dapat mendukung pendapat dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket (kuesioner) adalah kumpulan pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Penyebaran angket ini akan dilakukan kepada sampel-sampel yang telah ditentukan. Ada 2 jenis angket, yakni, angket terbuka dan tertutup. Dalam angket terbuka, pertanyaan dirancang sedemikian rupa agar responden memiliki kebebasan untuk menjawab tanpa adanya alternatif jawaban yang diberikan peneliti. Sedangkan, dalam angket tertutup, responden diberikan alternatif jawaban oleh peneliti. Sehingga, responden hanya akan memilih jawaban yang sesuai dengan pengalaman mereka sendiri (Bungin, 2013, p. 130).

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis angket tertutup. Di lapangan, peneliti akan memberikan kuesioner pada responden yang telah ditentukan.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Pengukuran adalah salah satu faktor penting untuk dipahami oleh peneliti sebelum membuat instrument penelitian. Kriyantono (2009, p. 133) menjelaskan pengukuran merupakan upaya pemberian tanda berupa angka atau bilangan pada objek atau peristiwa dengan mematuhi aturan-aturan. Pengukuran dapat memberikan nilai-nilai pada variabel dalam bentuk angka.

Instrumen penelitian dibutuhkan untuk mengukur nilai variabel. Agar bisa mencapai data kuantitatif yang akurat, instrument penelitian harus memiliki skala. Sugiyono (2015, p. 133) mengatakan bahwa skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalm alat ukur sehingga bisa menghasilkan data kuantitatif. Sehingga, dapat dimengerti bahwa penggunaan skala pengukuran berguna dalam menjabarkan nilai variabel yang diukur dengan instrument ke dalam bentuk angka. Hasil yang didapatkan pun bisa lebih efisien, akurat, dan komunikatif.

Dalam penelitian ini, teknik pengukuran data yang digunakan adalah skala Likert. Bungin (2013, p. 134) menjelaskan skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator adalah titik tolak dalam membentuk item-item instrumen, yakni, pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari masing-masing item memiliki

susunan nilai dari yang sangat positif hingga negatif (Sugiyono, 2015, p. 135). Di bawah ini adalah skala Likert:

Tabel 3.3 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

3.6.1 Uji Validitas

Sugiyono (2015, p. 172) menguraikan bahwa suatu penelitian bisa dikatakan valid, jika hasilnya memiliki kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek atau subjek yang diteliti. Semua penelitian yang dilaksanakan harus bisa dinilai. Kualitas suatu penelitian dapat diukur dari validitas data yang dikumpulkan selama penelitian (Kriyantono, 2009, p. 68). Sehingga, peneliti bisa menyimpulkan bahwa data yang valid adalah data "yang sama" antara data yang dilaporkan dengan data yang sesungguhnya terjadi.

Kriyantono (2009, p. 69) menyatakan dua kriteria validitas dalam penelitian kuantitatif, yakni:

a. Validitas eksternal

Pemilihan sampel, dimana hasil data pada kelompok sampel yang ditentukan sudah mewakili populasi yang lebih besar.

b. Validitas internal

1. Apakah alat ukur sudah sesuai dengan apa yang diukur.
2. Pemilihan teori/konsep.
3. Pengukuran konsep (reliabilitas), yaitu pada definisi operasional.

Menurut Kriyantono (2009, p. 149-150), sebelum menguji validitas penelitian, ada beberapa tahap yang harus dilakukan, sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba alat ukur tersebut pada sejumlah responden.
3. Menghitung nilai korelasi antar data pada masing-masing pertanyaan dan skor total dengan memakai rumus *product moment*.

3.6.1.1 Uji Instrumen Validitas Data *Pre-test*

Ghozali (2011, p. 53) menjelaskan uji instrumen validitas dilakukan dengan uji signifikansi yang dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2. Sebelum menyebarkan ke 400 responden, peneliti menyebarkan 40 kuesioner terlebih dahulu kepada responden awal. Di mana tingkat toleransi

kesalahan yang digunakan dalam penelitian sebesar 5% (0.05). Pada r tabel, nilai r untuk (df) = 40-2 = 38 dan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% adalah 0.320. Sehingga, butir pernyataan akan dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih dari 0.320 (r hitung > 0.320). Di bawah ini adalah hasil r hitung pada kedua variabel dalam penelitian:

Tabel 3.4

Uji Validitas Data *Pre-Test* Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlation (r hitung)	R tabel	Sig.	Simpulan
X.1	.537	.320	.000	Valid
X.2	.470		.002	Valid
X.3	.559		.000	Valid
X.4	.614		.000	Valid
X.5	.533		.000	Valid
X.6	.734		.000	Valid
X.7	.675		.000	Valid
X.8	.757		.000	Valid
X.9	.776		.000	Valid
X.10	.757		.000	Valid
X.11	.548		.000	Valid
X.12	.534		.000	Valid

X.13	.723		.000	Valid
X.14	.635		.000	Valid
X.15	.665		.000	Valid
X.16	.598		.000	Valid
X.17	.516		.001	Valid
X.18	.537		.000	Valid
X.19	.694		.000	Valid
X.20	.556		.000	Valid
X.21	.705		.000	Valid
X.22	.792		.000	Valid
Valid, jika r hitung > r tabel Tidak Valid, jika r hitung< r tabel (Ghozali, 2011, h. 53)				

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2018

Berdasarkan tabel 3.4, dapat dilihat bahwa seluruh butir pernyataan (22 butir) memiliki nilai signifikansi di bawah 0.005 (Sig. < 0.005) dan r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0.320 (r hitung > 0,320 r tabel), sehingga smeua butir pernyataan dapat dinyatakan valid.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.5

Uji Validitas *Pre-Test* Variabel Citra Merek (Y)

Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlation (r hitung)	R tabel	Sig.	Simpulan
Y.1	.638	.320	.000	Valid
Y.2	.370		.019	Valid
Y.3	.802		.000	Valid
Y.4	.833		.000	Valid
Y.5	.755		.000	Valid
Y.6	.782		.000	Valid
Y.7	.793		.000	Valid
Y.8	.444		.004	Valid
Y.9	.786		.000	Valid
Y.10	.730		.000	Valid
Valid, jika r hitung > r tabel Tidak Valid, jika r hitung< r tabel (Ghozali, 2011, h. 53)				

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2018

Berdasarkan tabel 3.5, hasil uji validitas variabel Y menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.005 dan r hitung lebih besar dari r tabel (0.320). Hal ini menunjukkan seluruh butir pernyataan (10 butir) valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dinyatakan reliabel, apabila jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011, p. 47). Begitu juga dengan Sugiyono menjelaskan bahwa penelitian hanya dikatakan reliabel, jika ada persamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2015, p. 172).

Uji reliabilitas bisa dilakukan dengan melihat hasil pengujian yang telah dilaksanakan dibandingkan antar tabel *reliability statistic* dengan tabel tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Alpha. Apabila hasil data membuktikan nilai Alpha lebih besar dari r tabel, maka instrumen penelitian bisa dinyatakan reliabel.

Tabel 3.6 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Kurang reliabel
0.20 – 0.40	Agak reliabel
0.40 – 0.60	Cukup reliabel
0.60 – 0.80	Reliabel
0.80 – 1.00	Sangat reliabel

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3.6.2.1 Uji Instrumen Reliabilitas Data *Pre-Test*

Peneliti menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner baru dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Ghozali, 2011, p. 48).

Tabel 3.7

Uji Reliabilitas Data *Pre-Test* Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.927	22

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2018

Berdasarkan tabel 3.7, dapat dilihat bahwa hasil dari *Cronbach's Alpha* yaitu 0.927. Maka, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) sangat reliabel.

Tabel 3.8

Uji Reliabilitas Data *Pre-Test* Variabel Citra Merek (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.884	10

Sumber: Hasil olah data SPSS 24, 2018

Berdasarkan tabel 3.8, dapat dilihat bahwa hasil dari *Cronbach's Alpha* yaitu 0.884. Maka, hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (Y) sangat reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Data-data yang terkumpul dalam penelitian akan dianalisis, yakni, data primer dan data sekunder. Di bawah ini adalah tahapan analisis yang diterapkan dalam penelitian ini:

3.7.1 Uji Koefisien Korelasi

Peneliti akan menerapkan uji koefisien korelasi dalam penelitian ini. Koefisien korelasi adalah nilai suatu hubungan antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Fungsi dari nilai koefisien korelasi adalah pedoman dalam menentukan sebuah hipotesis dapat diterima atau ditolak dalam sebuah penelitian. Nilai koefisien korelasi adalah $0 \geq 1$ atau $1 \leq 0$ (Bungin, 2013, p. 194)

Penelitian ini menggunakan statistik inferensial. Kriyantono (2009, p. 170) menjabarkan dalam penelitian eksplanatif, statistik inferensial berfungsi untuk menjelaskan hubungan antar dua variabel. Berikut ini adalah nilai koefisien korelasi pada statistik inferensial:

Tabel 3.9 Nilai Koefisien Korelasi

Kurang dari 0.20	Hubungan rendah sekali
0.20 – 0.39	Hubungan rendah tapi pasti
0.40 – 0.70	Hubungan yang cukup berarti
0.71 – 0.90	Hubungan yang tinggi dan kuat
Lebih dari 0.90	Hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan

Sumber: Kriyantono, 2009, p. 171

Fungsi analisis korelasi adalah untuk melihat kekuatan hubungan antar kedua variabel. Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat seberapa kuat variabel bebas yaitu kualitas pelayanan memengaruhi variabel terikat yaitu citra merek. Kemudian, penelitian akan dilanjutkan dengan analisis regresi sederhana.

3.7.2 Uji Normalitas

Di dalam sebuah penelitian, uji normalitas diperlukan untuk mengetahui apakah data observasi berdistribusi normal atau tidak. Ketika data berdistribusi normal, maka polanya akan seperti kurva berbentuk bel. Kurva berbentuk bel memiliki dua karakteristik pokok, yaitu, kurva berkonsentrasi di posisi tengah dan menurun di dua sisi dan kurva berbentuk bel yang bersifat simetris (Sarwono, 2012, p. 96). Uji normalitas data bisa dilakukan dengan SPSS 24, menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

3.7.3 Uji Regresi Sederhana

Uji regresi sederhanaberfungsi untuk menguji bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu, uji ini digunakan untuk melihat perbedaan besar kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Bungin, 2013, p. 232).

Uji regresi merupakan metode dalam mengembangkan model yang menjelaskan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lainnya. Metode ini berguna dalam memprediksi variabel terikat (Santoso, 2010, p. 163-165).

Jika dilihat dari jumlah variabel bebas dalam penelitian, regresi terbagi menjadi dua, yaitu regresi sederhana (hanya terdapat satu variabel bebas dan terikat) dan regresi berganda (terdapat dua/ lebih variabel bebas dan satu variabel terikat).

Peneliti menggunakan uji regresi untuk melihat bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap citra merek. Dalam penelitian ini, hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka metode analisis yang akan digunakan adalah uji regresi sederhana dengan persamaan seperti di bawah ini.

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$ = Variabel terikat (Citra Merek)

X = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

a = Konstantan regresi

b = Koefisien regresi

Analisis data akan dilakukan setelah peneliti menyebar kuesioner kepada 400 responden. Peneliti akan menggunakan SPSS versi 24 untuk analisis data. Data yang didapatkan dari SPSS akan menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek Tokopedia. Hasil data yang dihasilkan oleh SPSS akan menetapkan apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap citra merek.