

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam menyelesaikan tugas akhir, penulis mengambil objek penelitian pada Tokopedia. Penulis menggunakan studi lapangan (*Field Study*) untuk menjangkau pelanggan Tokopedia.

#### **3.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan studi lapangan yang dilakukan, maka diperoleh masalah yang dirumuskan sesuai poin 1.2. Penelitian ini memfokuskan analisis kepuasan konsumen didasarkan pada tiga hal yaitu *marketing mix* dan literasi internet.

#### **3.3 Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode angket/kuesioner untuk mendapatkan data tentang dimensi dari konstruk yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2016), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang merupakan skala kontinum bipolar, pada ujung sebelah kiri (angka rendah), menggambarkan suatu jawaban yang bersifat negative. Sedang ujung sebelah kanan (angka tinggi), menggambarkan suatu jawaban yang bersifat positif. Skala *likert* dirancang untuk meyakinkan responden menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.

Data tentang dimensi dari variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini yang ditujukan kepada responden menggunakan skala 1 s/d 5 untuk mendapatkan data yang bersifat ordinal dan diberi skor sebagai berikut:

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju

### **3.4 Pengolahan Data**

#### **3.4.1 Uji Instrumen**

##### **3.4.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas menurut Santoso (2002:118) berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Uji ini dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara skor setiap indikator dengan skor total, dengan menggunakan korelasi *product moment model pearson*. Jika nilai signifikansinya ( $r$ ) lebih kecil dari  $\alpha$ , maka pertanyaan dikatakan valid.

##### **3.4.1.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas menurut Santoso (2002:125), berguna untuk menetapkan apakah kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama, hasilnya konsisten. Uji ini dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6 dikatakan reliabel.

#### **3.4.2 Uji Asumsi Klasik**

Menurut Ghozali (2007:91-109), sebelum melakukan analisis regresi terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi klasik sebagai berikut :

1. Dilakukan uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Menurut Ghozali (2007:91) uji ini dilakukan dengan metode *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilainya *tolerance*-nya kurang dari 10 dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Dilakukan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah komponen pengganggu mempunyai varians yang sama untuk setiap observasi. Menurut Ghozali (2007:96) uji ini dilakukan dengan metode *scatterplot*. Jika grafik plot menunjukkan tidak beraturan atau tidak membentuk suatu pola tertentu, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Dilakukan uji autokorelasi untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu periode  $t-1$ . Selanjutnya (Ghozali (2007:93) menjelaskan bahwa autokorelasi umumnya terjadi pada data *time series*. Sedangkan penelitian ini datanya adalah *cros section*. Oleh karena itu, dalam penelitian ini tidak dilakukan uji asumsi klasik autokorelasi.

### 3.4.3 Analisa Regresi Linier Berganda

Model analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y) adalah model REGRESI LINIER BERGANDA dengan model sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu_i$$

Dimana

Y	=	Kepuasan konsumen
$\beta_0$	=	<i>Intercept</i>
$\beta_1, \dots, \beta_3$	=	Koefisien regresi dari $X_1, \dots, X_3$
$X_1$	=	Marketing mix
$X_2$	=	literasi internet
$\mu_i$	=	Variabel lain ( <i>error terms</i> ) yang tidak teliti

### 3.4.4 Uji Hipotesis

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini diuji menggunakan uji F (*f-test*). Kriteria yang digunakan adalah jika nilai signifikansi F (Sig. F) yang diperoleh lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 berarti terbukti adanya pengaruh simultan yang signifikan dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen; sebaliknya, nilai Sig. F yang diperoleh lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 berarti tidak terbukti adanya pengaruh simultan yang signifikan dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini diuji menggunakan uji t (*t-test*). Kriteria yang digunakan adalah jika nilai signifikansi t (Sig. t) yang diperoleh lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 berarti terbukti adanya pengaruh parsial yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel

dependen; sebaiknya, nilai Sig. t yang diperoleh lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 berarti tidak terbukti adanya pengaruh parsial yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

### **3.5 Analisis dan Interpretasi Hasil**

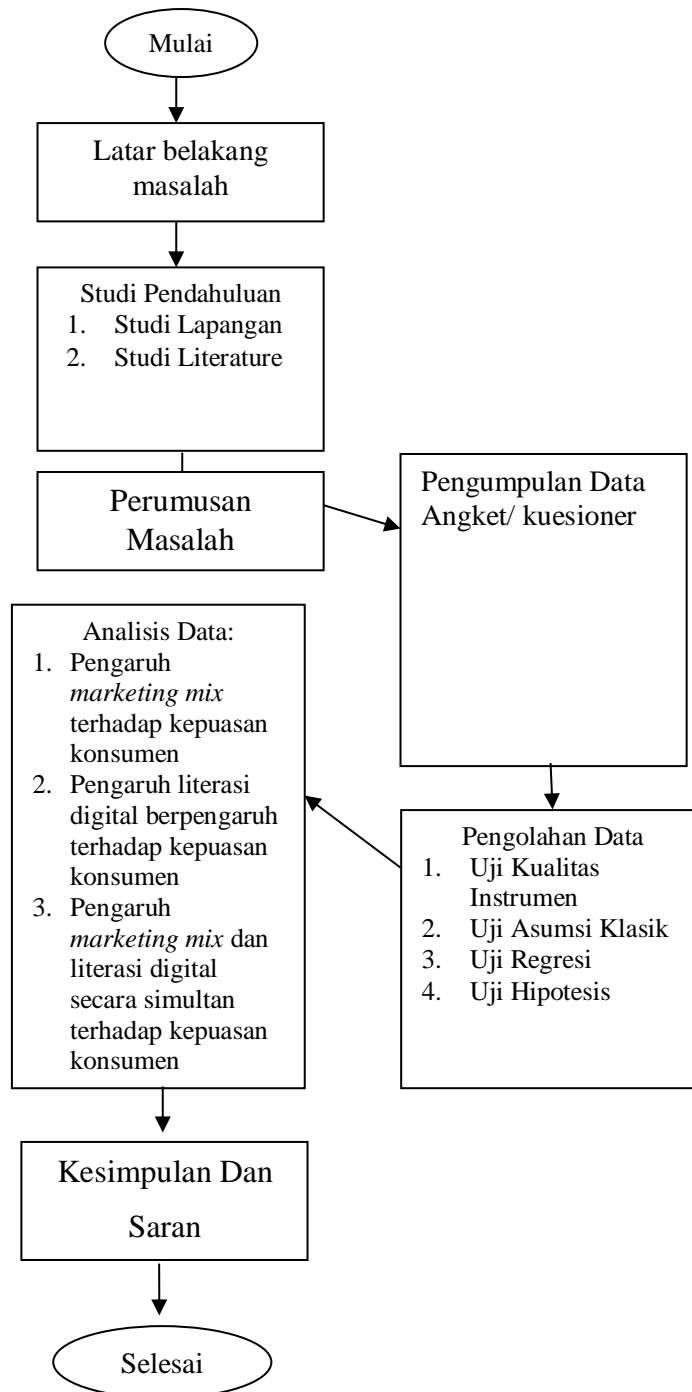
Analisis data yaitu adalah upaya atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian. Pada penelitian ini, dilakukan analisis data menggunakan software/ aplikasi pada computer untuk membantu dalam pengerjaan analisis data tersebut.

Kegiatan analisis dan interpretasi hasil ini menjelaskan tentang:

1. Pengaruh *marketing mix* terhadap kepuasan konsumen Indonesia pada Start Up Unicorn dalam melakukan pembelian online Tokopedia.
2. Pengaruh literasi internet terhadap kepuasan konsumen Indonesia pada Start Up Unicorn dalam melakukan pembelian online Tokopedia?
3. Pengaruh *marketing mix* dan literasi internet secara simultan terhadap kepuasan konsumen Indonesia pada Start Up Unicorn dalam Melakukan Pembelian Online Tokopedia.

### **3.6 Kesimpulan dan Saran**

Kesimpulan yang diberikan menjawab tujuan-tujuan yang ingin dicapai pada kerja praktek sesuai pemaparan pada bab awal. Kesimpulan ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk menunjukkan inti pada permasalahan yang terjadi. Sedangkan saran berisi tentang hal-hal yang menjadi rekomendasi bagi perusahaan.



**Gambar 3.1 Alur Penelitian**