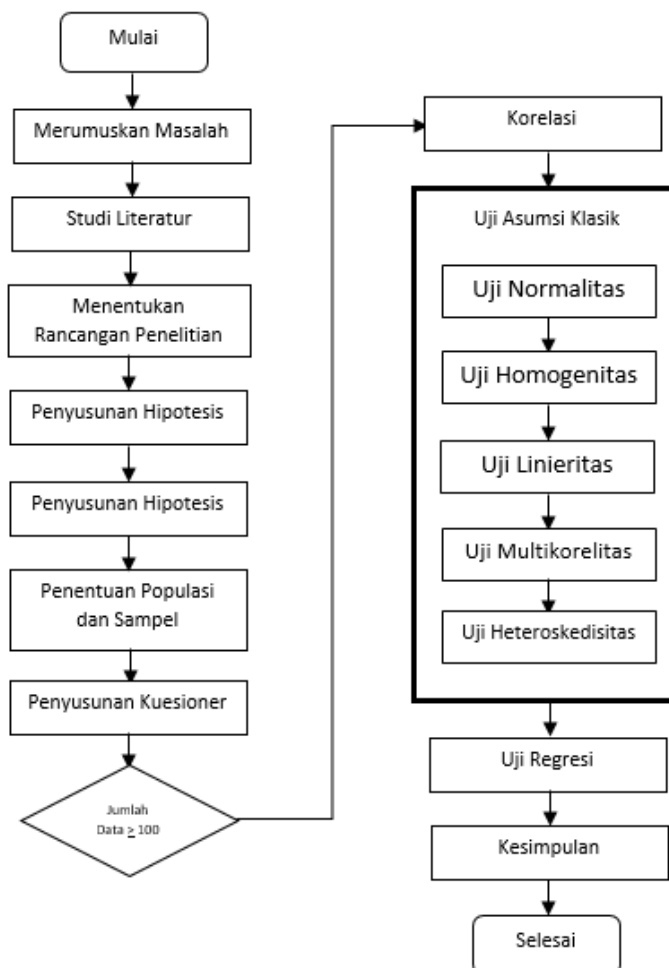


## BAB 3 METODOLOGI

### 3.1 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan strategi kuantitatif dengan rancangan penelitian korelasional. Strategi kuantitatif merupakan prosedur yang menampilkan metode penelitian seperti eksperimen atau survei yang ditandai dengan penekanan pada data yang berfokus pada angka (Recker, 2012).

Selain dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini juga menggunakan rancangan penelitian korelasional (*correlational research*). Penelitian korelasional adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk mendeteksi sejauh mana variabel pada suatu faktor berkaitan dengan variabel-variabel pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi (Suryabrata, 2015). Rancangan tahap penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1 dibawah ini



Gambar 3.1 Alur Penelitian

Sesuai pada Gambar 3.1 penelitian ini dimulai dengan merumuskan permasalahan. Setelah itu dilakukan studi literatur untuk mencari bahan-bahan

literatur yang akan dijadikan sebagai pedoman penelitian. Literatur yang didapatkan bersumber dari jurnal, buku, *e-book* dan sumber *online*. Setelah melakukan studi literatur, dilakukan penyusunan rancangan penelitian menentukan variabel-variabel yang akan digunakan pada penelitian ini. Kemudian akan dilakukan penentuan hipotesis yang akan diujikan pada penelitian ini.

Setelah mengetahui hipotesis yang akan diuji, selanjutnya penentuan populasi dan sampel. Nilai dari sampel yang didapatkan kemudian dijadikan sebagai jumlah responden pada penelitian ini. Selanjutnya penyusunan kuesioner dilakukan berdasarkan literatur atau penelitian sebelumnya yang sudah disesuaikan dengan objek penelitian ini. Setelah kuesioner berhasil disusun, dilakukan beberapa tahap pengujian untuk mengetahui kelayakan kuesioner sebelum akhirnya disebar. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online*.

Tahap penelitian selanjutnya adalah memeriksa kebutuhan data penelitian, jika data yang didapatkan mencapai 100 responden kemudian akan dilakukan analisis korelasi, uji asumsi klasik dan regresi. Analisis korelasi dilakukan dengan melihat nilai signifikansi dan *pearson correlation* antarvariabel yang diteliti. Analisis korelasi menunjukkan ada atau tidaknya hubungan antarvariabel serta kekuatan hubungan antarvariabel yang diteliti tersebut. Uji asumsi klasik dibagi menjadi lima tahap, yaitu (1) Uji Normalitas; (2) Uji Homogenitas; (3) Uji Linieritas; (4) Uji Multikolonieritas; dan (5) Uji Heteroskedastisitas. Jika sudah melewati lima tahap pengujian tersebut, maka dapat melakukan uji regresi. Tahap terakhir pada penelitian adalah pengambilan kesimpulan.

### **3.2 Merumuskan Masalah**

Pada awal penelitian dilakukan perumusan masalah dengan melalui tahap identifikasi masalah, pemilihan masalah, lalu melakukan perumusan masalah. Masalah yang ada dan tersedia saat identifikasi masalah akan tersedia cukup banyak, namun peneliti harus jeli untuk mengidentifikasi masalah tersebut. Beberapa hal dapat menjadi sumber masalah, yaitu: (1) laporan hasil penelitian; (2) seminar dan diskusi; (3) pernyataan pemegang otoritas; (4) pengamatan sepintas; (5) pengalaman pribadi; dan (6) perasaan intuitif (Suryabrata, 2016).

Setelah tahap pengidentifikasian masalah, lalu dilanjutkan dengan pemilihan masalah dari beberapa masalah yang didapatkan pada tahap sebelumnya. Pertimbangan pemilihan atau penentuan layaknya suatu masalah untuk diteliti pada dasarnya dilakukan dari dua arah, yaitu: (1) pertimbangan dari arah masalahnya; dan (2) pertimbangan dari arah calon penelitian (Suryabrata, 2016).

Setelah masalah diidentifikasi dan dipilih maka harus dirumuskan. Hasil dari perumusan masalah nantinya akan menjadi penuntun bagi langkah-langkah selanjutnya. Dalam Suryabrata (2016) menyarankan untuk merumuskan masalah dengan beberapa cara, yaitu: (1) perumusan dalam bentuk kalimat tanya; (2) padat dan jelas; (3) memberikan petunjuk tentang mungkinnya mengumpulkan

data guna menjawab pertanyaan-pertanyaan yang terkandung dalam rumusan masalah.

### 3.3 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan oleh peneliti dengan melakukan studi dan mencari kajian pustaka dari berbagai sumber penelitian seperti jurnal, buku, dan laporan penelitian. Hasil pencarian kajian pustaka tersebut didapatkan landasan teori-teori atau konsep pendukung penelitian. Landasan tersebut harus ditegakkan agar penelitian memiliki dasar yang kokoh (Suryabrata, 2016).

Studi literatur pada penelitian ini akan membandingkan 3 penelitian terdahulu mengenai analisis *usability website* terhadap retensi pelanggan dengan ISO 9241-11. Studi literatur yang lain adalah bagaimana menyusun dan menggunakan kuesioner sesuai dengan aturan yang berlaku agar memudahkan responden untuk melakukan pengisian data.

Dilakukan juga studi literatur tentang pengujian validitas dan reliabilitas pernyataan atau pertanyaan dari hasil pada kuesioner dengan menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* pada uji validitas dan *Cronbach Alpha* pada uji reliabilitas.

Pemberian nilai kuesioner oleh responden menggunakan Skala *Likert* dengan nilai 5 nilai, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju. Skala dari nilai tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.1

**Tabel 3.1 Nilai Jawaban Skala Penelitian**

Jawaban	Singkatan	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Analisis korelasi dan regresi yang digunakan untuk mencari hubungan dan pengaruh antar variabel juga digunakan dalam penelitian ini. Analisis korelasi menggunakan *Pearson Correlation*. Untuk analisis regresi dilakukan pengujian analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Analisis regresi sederhana bisa dilakukan jika data telah melewati beberapa uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji homogenitas, uji linieritas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

### 3.4 Penentuan Rancangan Penelitian

Penentuan rancangan penelitian didiktekan oleh variabel-variabel penelitian yang telah diidentifikasi serta oleh hipotesis yang akan diuji kebenarannya (Suryabrata, 2016). Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang terdapat

dalam Gambar 3.2 Paradigma Penelitian dan Hipotesis, yaitu (1) *Effectiveness*; (2) *Efficiency*; (3) *Satisfaction*; dan (4) *Customer Retention*.

Pada penelitian ini digunakan 2 variabel, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*).

1. Variabel Bebas, adalah variabel yang mempengaruhi atau merupakan sebab perubahan dari variabel terikat. Variabel bebas dapat mempengaruhi variabel lain didalam penelitian. Variabel bebas bisa disebut juga Variabel *Independent* atau Variabel X. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sischa (2016) menggunakan 3 variabel yang sesuai dengan dimensi *usability* ISO 9241-11, yaitu *effectiveness*, *efficiency* dan *satisfaction*.

Dalam penelitian Vatankhah, et al. (2014), variabel tersebut dibagi menjadi beberapa aspek berdasarkan *usability* ISO 9241-11. Aspek tersebut merupakan konten, penyusunan serta kemudahan membaca, navigasi dan *link*, desain antarmuka pengguna, serta kinerja *website*.

Sehingga penelitian ini menggunakan 3 jenis variabel yang sama, yaitu *effectiveness*, *efficiency* dan *satisfaction* dengan aspek konten, penyusunan serta kemudahan membaca, navigasi dan *link*, desain antarmuka pengguna, serta kinerja *website*.

2. Variabel Terikat, adalah variable yang dipengaruhi akibat dari variabel bebas. Variabel terikat dapat berubah sesuai dengan efek yang diberikan oleh variabel bebasnya. Variabel terikat disebut juga Variabel *Dependent* atau Variabel Y. Dalam penelitian ini yang dimaksud sebagai variabel terikat adalah *customer retention*. *Customer retention* merupakan strategi yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan (Buttle 2009). Beberapa aspek yang mendukung *customer retention* antara lain *increasing purchases as tenure grows*, *customer referrals*, dan *premium prices*.

Sehingga penelitian ini memiliki variabel terikat yang merupakan *customer retention* dengan aspek *increasing purchases as tenure grows*, *customer referrals*, dan *premium prices*.

**Tabel 3.2 Variabel Penelitian**

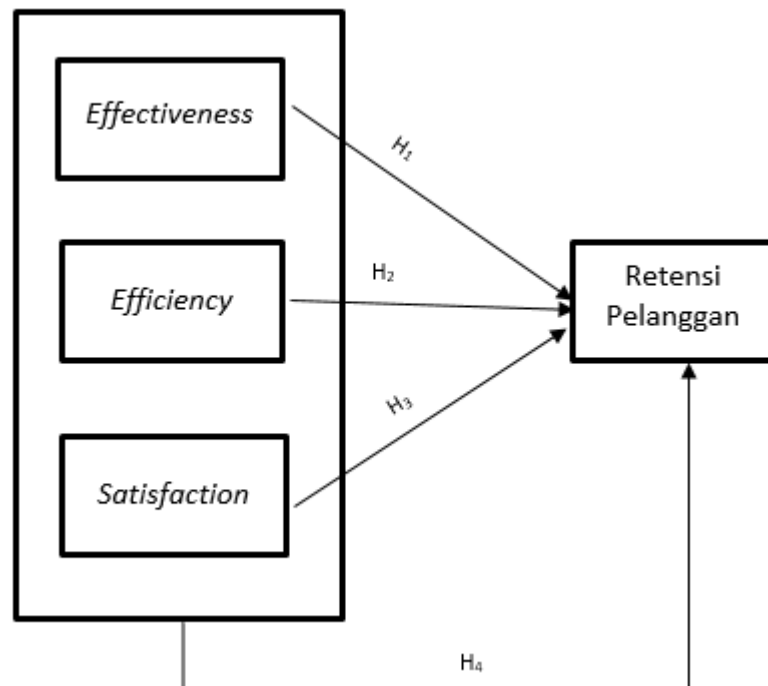
No	Variabel	Aspek	Sumber
Variabel Bebas			
1	<i>Effectiveness</i> ( $X_1$ )	1. Konten, penyusunan dan kemudahan dalam membaca 2. Navigasi dan <i>link</i> 3. Desain antarmuka pengguna 4. Kinerja	(Vatankhah, et al. 2014, Sischa, 2016.)
2	<i>Efficiency</i> ( $X_2$ )		
3	<i>Satisfaction</i> ( $X_3$ )		
Variabel Terikat			

**Tabel 3.3 Variabel Penelitian (lanjutan)**

1.	<i>customer retention (Y<sub>1</sub>)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Increasing purchases as tenure grows</i></li> <li>2. <i>Customer referrals</i></li> <li>3. <i>Premium prices</i></li> </ol>	(Buttle, 2009)
----	---	--	----------------

Dalam Tabel 3.2 diketahui penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas *effectiveness, efficiency dan satisfaction* dengan aspek konten, penyusunan serta kemudahan membaca, navigasi dan link, desain antamuka pengguna, serta kinerja *website*. Serta satu variabel terikat *customer retention* dengan aspek *increasing purchases as tenure grows, customer referrals, dan premium prices*.

Model penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut ini:



**Gambar 3.2 Model Penelitian**

### 3.5 Penentuan Hipotesis

Menurut Suryabrata (2016) hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih diuji secara empiris. Hipotesis adalah jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Ketepatan prediksi bergantung pada taraf kebenaran dan taraf ketepatan landasan teoritis yang mendasarinya. Dasar teori yang kurang sehat akan melahirkan hipotesis yang prediksinya kurang tepat dan sebaliknya. Cara merumuskan hipotesis tidak ada aturan umumnya. Namun Suryabrata (2016) menyarankan sebagai berikut, yaitu:

(1) menyatakan pertautan antara dua variabel atau lebih; (2) dinyatakan dalam kalimat deklaratif atau pernyataan; (3) dirumuskan secara jelas dan padat; dan (4) dapat diuji.

Hipotesis secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu (1) hipotesis tentang hubungan; dan (2) hipotesis tentang perbedaan (Suryabrata 2016). Pada penelitian ini, digunakan hipotesis tentang hubungan. Hipotesis tentang hubungan, yaitu hipotesis yang menyatakan tentang saling-hubungan antara dua variabel atau lebih, mendasari berbagai penelitian korelasional.

Hipotesis terbagi menjadi dua, yaitu: (1) hipotesis nol (*Null Hypotheses*), adalah hipotesis yang menyatakan tidak ada efek, tidak ada pengaruh atau tidak ada perbedaan. Hipotesis nol biasanya dinotasikan dengan  $H_0$ ; dan (2) hipotesis tandingan (*Alternative Hypotheses*), adalah hipotesis yang menyatakan ada efek, ada pengaruh dan ada perbedaan. Hipotesis tandingan biasanya dinotasikan dengan  $H_1$  (Getut 2016).

Penelitian ini memiliki enam hipotesis, yaitu: **(H<sub>1</sub>) Effectiveness berpengaruh terhadap Customer Retention; (H<sub>2</sub>) Efficiency berpengaruh terhadap Customer Retention; (H<sub>3</sub>) Satisfaction berpengaruh terhadap Customer Retention; dan (H<sub>4</sub>) Effectiveness, Efficiency dan Satisfaction berpengaruh bersama-sama terhadap Customer Retention.**

### 3.6 Penentuan Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh customer JD.id yang pernah mengunjungi atau berbelanja di *website* JD.id. Dikarenakan jumlah populasi yang begitu besar maka dilakukan pengambilan sampel dari jumlah populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang dipilih adalah *convenience sampling*. Teknik *convenience sampling* merupakan pemilihan sampel dari siapa saja yang kebetulan dijumpai menurut keinginan peneliti (Silalahi 2012). *Convenience sampling* mencakup pengumpulan informasi dari anggota populasi yang secara cepat didapatkan untuk memberikan informasi tentang suatu hal. Penelitian dengan analisis regresi dapat menggunakan 100-200 jumlah sampel ideal (Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, 2010).

Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah pembeli dan pengunjung online pada JD.id maupun pengunjung pada JD.id. Penentuan sampel menggunakan teknik *Slovin* dengan derajat kepercayaan 90% dan *margin of error* sebesar 10% (0,1).

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan nilai populasi (N) dilakukan perhitungan dalam rata-rata. Menurut SimiliarWeb (2017), *website* JD.id dikunjungi oleh rata-rata 143.000 pengunjung perhari. Berikut hasil dari perhitungan sampel dengan rumus *Slovin*:

$N = 143.000, e = 0,1$

$$n = \frac{143000}{1 + 143000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{143000}{1 + 1430}$$

$$n = \frac{143000}{1431}$$

$$n = 99,93$$

Dari perhitungan tersebut didapatkan nilai ukuran sampel 99,93 yang dibulatkan keatas menjadi 100. Maka, sampel yang akan diteliti berjumlah minimal 100 pengunjung dan pembeli pada JD.id.

Terdapat beberapa karakteristik sampel data responden yang diambil untuk menghindari duplikasi data, yaitu alamat *e-mail*. Data alamat *e-mail* yang telah diberikan akan dirahasiakan dan tidak akan ditampilkan dalam hasil penelitian.

### 3.7 Penyusunan Kuesioner

Pada sebuah penelitian, pengambilan data (instrument) penelitian digunakan untuk menentukan kualitas data yang dapat dan dikumpulkan. Dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012). Tahap pertama dalam pembuatan kuesioner adalah membuat kisi-kisi instrumen yang dapat dilihat pada Lampiran A. Instrumen penelitian yang sudah dibuat kemudian diuji cobakan dahulu sebelum peneliti melakukan penelitian. Dua acara pengujian yang dilakukan untuk menguji instrumen penelitian, yaitu: (1) uji validitas isi menurut para ahli (*expert judgement*); dan (2) *pilot study*.

Uji validitas isi adalah validitas yang melewati pengujian terhadap kelayakan atau relevansi pernyataan melalui analisis rasional oleh panelis yang berkompeten (*expert judgement*) (Azwar, 2015). Dalam penelitian ini *expert judgement* yang menilai instrument penelitian ada 2 ahli. Ahli melakukan penilaian sesuai dengan skala penilaian yang digunakan yaitu skala *likert* dengan lima tingkatan : (1) Sangat Tidak Setuju; (2) Tidak Setuju; (3) Netral; (4) Setuju; (5) Sangat Setuju. Setelah ahli menilai dan memberikan komentar, maka dilakukan penghitungan nilai setiap butir pernyataan dengan menggunakan rumus Aiken V dengan koefisien 0,69. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai tertinggi sebesar 0,75 dan nilai terendah sebesar 0,625 serta pernyataan yang tidak valid sebanyak 5 pernyataan. Pernyataan yang tidak valid kemudian diganti atau diperbaiki sesuai dengan saran ahli. Hasil penilaian dari para *judgmental experts* lebih lengkap dapat dilihat pada Lampiran B Hasil Penilaian *Judgmental Experts*.

Uji kedua merupakan *pilot study*, penelitian kecil yang dilakukan sebagai langkah awal penyusunan instrumen untuk penelitian yang lebih besar (Hassan,

2006). *Pilot study* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang sudah diperbaiki kepada 30 orang responden (Sugiyono 2016). *Pilot study* dilakukan pada tanggal 3 Juli 2017 – 10 Juli 2017. *Pilot study* merupakan uji validitas butir pernyataan dan realibilitas kuesioner. Koefisien yang digunakan sebagai tolak ukur adalah 0,361. Setelah dihitung didapatkan nilai tertinggi sebesar 0,727 dan nilai terendah sebesar 0,336 serta 2 pernyataan yang tidak valid. Kedua pernyataan tersebut bernilai 0,336 dan 0,356. Kedua pernyataan yang tidak valid kemudian tidak diikutsertakan dalam kuesioner yang akan disebarkan pada responden. Hasil pengujian validitas dan realibilitas pada *pilot study* dapat dilihat pada Lampiran C Hasil Pengujian *Pilot Study*.

### 3.8 Pengumpulan Data

Jumlah responden yang sudah didapatkan kemudian akan dilanjutkan dengan penyebaran kuisisioner yang telah disusun. Kuisisioner yang sudah disusun akan disebar dengan metode *online*, yaitu dibuat dengan *Google Form* dan disebarkan melalui *media social LINE, Twitter* dan lain-lain. Jika ada data yang tidak sesuai, maka data tersebut akan di-*filter*.

Penyebaran dengan *social media* membuat cakupan responden menjadi lebih luas dan hasil yang beragam, karena banyaknya masyarakat yang juga aktif dalam bersosial media. Penyebaran kuisisioner dilakukan pada tanggal 2 Agustus 2017 – 9 Agustus 2017. Duplikasi data dapat dicegah dengan meminta alamat *e-mail* responden. Semua data responden akan dirahasiakan.

### 3.9 Analisis Data

Data yang dikumpulkan dari hasil kuesioner kemudian dianalisis secara sistematis mulai dari perhitungan statistik deskriptif, uji *Pearson Correlation* hingga uji asumsi klasik. Pada penelitian ini dilakukan analisis regresi linier untuk mengetahui besarnya hubungan serta pengaruh antar variabel penelitian. Sebelum melakukan analisis regresi linier dilakukan penghitungan statistik deskriptif terhadap masing-masing variabel terlebih dahulu.

Statistik Deskriptif pada penelitian ini menghitung nilai rata-rata (*Mean*), nilai yang sering muncul (*Modus*), nilai tengah (*Median*), standar deviasi dan variansi. Setelah melakukan perhitungan statistik deskriptif, hasil perhitungan pemusatan data rata-rata pervariabel dimasukkan kedalam kategori rentang nilai pada Tabel 2.1. Hal ini bertujuan untuk mengetahui suatu variabel berada dalam kategori atau tingkatan apa.

Dalam penelitian ini dilakukan dua pengujian analisis, yaitu: (1) *Pearson Correlation*; dan (2) regresi linier. Pengujian tersebut digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis yang disusun oleh peneliti. Pengujian *pearson correlation* digunakan untuk melihat bagaimana hubungan antar variabel. Nilai koefisien yang didapatkan pada uji *pearson correlation* kemudian disesuaikan kedalam kategori kekuatan hubungan pada Tabel 2.2 untuk mengetahui besarnya hubungan yang didapatkan antar variabel yang diuji.



Analisis regresi linier sederhana dan berganda pertama-tama melakukan uji asumsi klasik untuk memenuhi syaratnya. Uji asumsi klasik dilakukan dengan lima tahapan, yaitu (1) uji normalitas; (2) uji homogenitas; (3) uji linieritas; (4) uji multiokolonieritas; dan (5) uji heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2016), uji normalitas terpenuhi jika hasil uji signikansi diatas 0,05. Data dikatakan homogen jika nilai signifikansinya melebihi 0,05. Sedangkan untuk uji linieritas, data dikatakan linier jika nilai *linierity* dibawah 0,05. Pada uji multikolonieritas, data dikatakan terdapat multikolonieritas jika nilai VIF > 5, atau terjadi multikolonieritas jika nilai *Tolarance*  $\leq$  0,1 dan VIF  $\geq$  10. Dalam uji heteroskedastisitas, data dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas jika signifikansi dibawah 0,05.

Data yang sudah melewati tahapan uji asumsi klasik kemudian dibuatkan persamaan regresi linier sederhana dan persamaan regresi linier bergandanya. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel sesuai dengan rumusan hipotesis yang telah disusun oleh peneliti. Sedangkan analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh beberapa variabel independen dengan variabel dependennya sesuai dengan rumusan hipotesis yang telah disusun.

### **3.10 Perumusan Hasil Analisis Data**

Data yang sudah diolah dan analisis kemudian akan ditarik kesimpulannya dan disajikan dengan bentuk table yang nantinya akan dijelaskan dalam analisis deskriptif. Hasil dari analisis *Pearson Correlation* dapat mengetahui hubungan variabel independen terhadap variabel dependennya. Hasil dari analisis regresi linier dapat mengetahui pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependennya*.

### **3.11 Kesimpulan dan Saran**

Setelah diberikan penjelasan dalam hasil analisis data lalu akan ditarik beberapa kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah. Selanjutnya pemberian saran diberikan untuk perbaikan serta pengembangan untuk penelitian selanjutnya.