

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya pada bidang kajian perilaku konsumen dan meneliti mengenai pengaruh antara dimensi *e-service quality* dengan keputusan pembelian. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, diantaranya variabel terikat (dependen) yaitu Keputusan Pembelian (Y) dengan sub variabel *Product Choice* (Y₁), *Brand Choice* (Y₂), *Dealer Choice* (Y₃), *Purchase Timing* (Y₄) *Purchase Amount* (Y₅) dan *Payment Method* (Y₆) (P Kotler & Keller, 2012). Selanjutnya objek penelitian sebagai variabel bebas (independen) yaitu *E-service quality* (X) dengan sub variabel *Efficiency* (X₁), *Fulfillment* (X₂), *System Availability* (X₃) dan *Privacy* (X₄) (Parasuraman et al., 2005). Unit analisis yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu konsumen Grabfood yang merupakan pengikut akun instagram resmi @Grabfoodid.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka penelitian ini menggunakan *cross sectional method*. Penelitian *cross sectional* merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari banyak individu yang berbeda pada satu titik waktu tertentu (*point time approach*) (Hayati, 2020).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang akan diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan sesuatu dan biasanya menjelaskan karakteristik atau fungsi pasar selain itu penelitian deskriptif juga dilakukan berdasarkan perumusan dari beberapa pertanyaan dan hipotesis yang ada pada penelitian terdahulu dan direncanakan secara terstruktur (Malhotra et al., 2016).

Melalui jenis penelitian deskriptif ini dapat diperoleh gambaran mengenai pandangan responden tentang keputusan pembelian serta gambaran *e-service quality* terhadap layanan GrabFood. Penelitian verifikatif atau penelitian kausalitas adalah penelitian yang dilakukan untuk menguji kebenaran hubungan kausal yaitu hubungan antara variabel terikat (yang mempengaruhi) dengan variabel bebas

(Malhotra et al., 2016). Pada penelitian ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mendapatkan kebenaran atas hipotesis mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan penggunaan layanan GrabFood yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

Proses pengumpulan data lapangan pada penelitian ini menggunakan metode *explanatory survey* melalui kuesioner dengan tujuan mendapatkan informasi dan pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian. *Explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan mendapatkan informasi dan pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dapat mempermudah proses menentukan pengukuran antar variabel yang bersifat konseptual. Pada penelitian ini, terdapat tiga variabel inti yaitu variabel bebas, variabel intervening dan variabel terikat antara lain sebagai berikut:

1. Variabel bebas (X) adalah *E-service quality* yang *efficiency*, *fullfilment*, *system availability*, dan *privacy*.
2. Variabel terikat (Y) adalah Keputusan Pembelian yang meliputi *Product Choice*, *Brand Choice*, *Dealer Choice*, *Purchase Timing*, *Purchase Amount*, dan *Payment Method*.

Penjabaran mengenai operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>E-service quality</i> (X)	<i>E-service quality</i> adalah tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi pengguna terhadap kualitas layanan digital yang diberikan (Parasuraman et al., 2005).				
<i>Efficiency</i> (X ₁)	<i>Efficiency</i> mengacu pada kemudahan dan kecepatan dalam melaksanakan tugas atau transaksi menggunakan teknologi informasi (Parasuraman et al., 2005).	<i>User Friendly</i>	Tingkat kemudahan menggunakan aplikasi	Interval	1
		Kemudahan mencari fitur layanan yang diinginkan	Tingkat kemudahan pencarian fitur yang diinginkan	Interval	2

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
Fulfillment (X ₂)	<i>Fulfillment</i> menggambarkan sejauh mana teknologi informasi dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan (Parasuraman et al., 2005).	Kecepatan transaksi dalam aplikasi	Tingkat kecepatan melakukan transaksi pada aplikasi	Interval	3
		<i>Accuracy of Promise</i>	Tingkat kesesuaian pemberian diskon/promosi yang dijanjikan	Interval	5
		<i>Product</i>	Tingkat keberagaman produk yang ditawarkan GrabFood	Interval	6
		Ketepatan waktu pengiriman	Tingkat ketepatan waktu pengiriman makanan & minuman	Interval	7
System Availability (X ₃)	<i>System Availability</i> mengacu pada seberapa sering dan lama sistem teknologi informasi tersedia dan dapat diakses oleh pengguna (Parasuraman et al., 2005).	<i>Usability</i>	Tingkat keberfungsian tombol dan fitur pada aplikasi GrabFood	Interval	8
		<i>Adaptability</i>	Tingkat kemampuan sistem dalam melakukan perubahan terbaru dan mudah diadaptasi	Interval	9
		<i>Reliability</i>	Tingkat keandalan GrabFood dalam menangani kendala aplikasi	Interval	10
Privacy (X ₄)	<i>Privacy</i> mengacu pada tingkat perlindungan data pribadi dan sensitif pelanggan yang disimpan dan diproses oleh sistem teknologi informasi (Parasuraman et al., 2005).	Kemanan Data Pribadi Pelanggan	Tingkat keamanan aplikasi dalam menjaga data pribadi pelanggan	Interval	11
		Keamanan Transaksi	Tingkat keamanan bertransaksi dalam aplikasi GrabFood	Interval	12
		Kemudahan membaca kebijakan privasi dalam aplikasi	Tingkat kemudahan pelanggan dalam membaca kebijakan privasi aplikasi GrabFood	Interval	13
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian merupakan studi mengenai individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (P Kotler & Keller, 2012)				
Product Choice (Y1)	<i>Product Choice</i> mengacu pada keputusan konsumen terhadap sebuah produk atau jasa(P. Kotler & Armstrong, 2017).	Keunggulan Layanan	Tingkat kesesuaian kualitas layanan GrabFood yang diharapkan konsumen	Interval	14

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		Manfaat Produk	Tingkat manfaat yang dirasakan konsumen	Interval	15
Brand Choice (Y2)	<i>Brand Choice</i> mengacu pada pilihan konsumen terhadap merek yang akan dibeli (P. Kotler & Armstrong, 2017).	Preferensi merek	Tingkat preferensi merek GrabFood dibandingkan dengan merek pesaing	Interval	16
		Kesetiaan merek	Tingkat kesetiaan merek terhadap GrabFood	Interval	17
Dealer Choice (Y3)	<i>Dealer Choice</i> mengacu pengambilan keputusan mengenai pemasok atau <i>merchant</i> mana yang akan dipilih (P. Kotler & Armstrong, 2017).	Ketersediaan <i>merchant</i> / restoran	Tingkat keberagaman <i>merchant</i> / restoran yang ditawarkan GrabFood	Interval	18
		Kepuasan terhadap <i>merchant</i>	Tingkat kepuasan terhadap <i>merchant</i> yang bekerjasama dengan GrabFood	Interval	19
Purchase Timing (Y4)	<i>Purchase timing</i> yaitu konsumen dapat mengambil keputusan mengenai kapan mereka harus melakukan pembelian (P. Kotler & Armstrong, 2017).	Frekuensi penggunaan	Frekuensi penggunaan layanan GrabFood dalam rentang waktu tertentu	Interval	20
		Diskon/Promo	Tingkat pembelian dilakukan saat ada diskon/promo	Interval	21
Purchase Amount (Y5)	<i>Purchase amount</i> adalah keputusan konsumen mengenai seberapa banyak produk yang akan dibelinya (P. Kotler & Armstrong, 2017).	Jumlah Pembelian	Tingkat tinggi rendahnya jumlah transaksi pada layanan GrabFood	Interval	22
Payment Method (Y6)	<i>Payment Method</i> mengacu pada keputusan mengenai metode pembayaran yang akan digunakan dalam proses pembelian. (P. Kotler & Armstrong, 2017).	Keberagaman	Tingkat keberagaman metode pembayaran yang ditawarkan	Interval	23
		Biaya Layanan	Tingkat kesesuaian biaya layanan dengan manfaat yang didapatkan	Interval	24

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan beberapa literatur.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama yang bersifat *up to date* sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh berdasarkan berbagai sumber yang

telah ada seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain (Radjab & Jam'an, 2017). (Malhotra et al., 2016) menjelaskan bahwa:

1. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab permasalahan pada penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal melalui metode pengumpulan data berupa survei atau observasi. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah instrumen yang disebarakan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap dapat mewakili seluruh populasi data penelitian, yakni survei terhadap pengikut akun instagram @grabfoodid.
2. Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder dapat diperoleh melalui suatu perusahaan (sumber internal). Pada penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, jurnal, artikel dan situs internet yang berkenaan dengan penelitian.

Sumber data didapatkan melalui jurnal-jurnal ilmiah, internet, dan berbagai sumber informasi lainnya. Secara lebih jelas mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menyajikannya dalam Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jenis Dan Sumber Data

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Tanggapan responden terhadap <i>e-service quality</i> pada layanan GrabFood	Primer	Hasil pengolahan data pelanggan GrabFood mengenai <i>e-service quality</i>
2	Tanggapan responden mengenai keputusan penggunaan layanan GrabFood	Primer	Hasil pengolahan data pelanggan GrabFood mengenai Keputusan Pembelian
3	Tanggapan responden terhadap Jumlah pengguna internet di Indonesia (2019-2023)	Sekunder	We are Social, 15 Februari 2023
4	Estimasi jumlah pengeluaran konsumen digital di Indonesia (2020-2022)	Sekunder	Diolah dari berbagai sumber
5	Pengguna Layanan Pesan Antar Makanan <i>Online</i> Berdasarkan Usia Kelompok Usia (2020-2022)	Sekunder	Statista.com & Tenggara Strategics
6	Layanan Pesan Antar Makanan yang Paling Banyak Dipasang Pada Rentang Tahun (2020-2022)	Sekunder	Databoks, JAKPAT, & Tenggara Strategics

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
7	Nilai transaksi bruto layanan pengantaran makanan (2020-2022)	Sekunder	Databoks.katadata.co.id
8	Implementasi <i>e-service quality</i> Grabfood	Sekunder	www.food.grab.com

Sumber: Hasil pengolahan data dan referensi 2023

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan unit yang diteliti. Populasi merupakan sekumpulan individu dengan kualitas dan ciri yang telah ditetapkan, serta merupakan sekelompok orang, kejadian dan segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu (Harmon et al., 2016). Tujuan dari sebagian besar penelitian adalah untuk menghasilkan informasi mengenai karakteristik suatu populasi dengan cara mengambil sampel atau sensus (Malhotra et al., 2016). Berdasarkan pengertian mengenai populasi, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut akun resmi instagram @grabfoodid yang berjumlah 442.440 pengikut pada 31 Juli 2023 pukul 23.08 WIB (<https://www.instagram.com/grabfoodid/>). Target populasi yaitu *followers* yang didapatkan melalui aplikasi ekstensi google sebanyak 9.929 akun (<https://www.instagram.com/grabfoodid/>).

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Malhotra et al., 2016). Peneliti dapat menarik kesimpulan yang digeneralisirkan terhadap populasi dengan mengambil sebuah sampel atas populasi tersebut. Objek populasi diperkenankan diambil dari sebagian jumlah yang ditentukan dengan catatan sebagian jumlah tersebut dapat mewakili sebagian besar populasi yang tidak diteliti. Besarnya jumlah populasi yang diteliti pada penelitian ini mengharuskan peneliti membuat suatu sampel penelitian yang berguna untuk mempermudah proses penelitian.

Berdasarkan uraian pengertian yang dijelaskan, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian kecil dari populasi penelitian, yaitu sebagian kecil dari jumlah pengikut akun resmi instagram @grabfoodid yang berjumlah sebanyak 9.929 pengikut.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus slovin yang dikutip dari (Hidayat, 2017):

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel (5%)

Dengan demikian diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{442.440}{1 + (442.440)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{442.440}{1 + 1106.1}$$

$$n = \frac{442.440}{1107.1} = 399.6 \approx 400$$

Dengan menggunakan rumus diatas, maka sampel yang akan diambil pada penelitian ini berjumlah 400 responden dan agar penelitian ini menjadi fit, maka sampel yang diambil dibulatkan menjadi 410 responden dengan ketentuan jumlah sampel tidak kurang dari jumlah sampel yang telah ditentukan.

3.2.4.3 Teknik Sampel

Teknik penarikan sampel merupakan proses memilih sejumlah populasi untuk dapat menggeneralisasi sifat dan karakteristik elemen pada suatu populasi dengan harapan penelitian yang dilakukan dapat menjadi lebih efisien, cepat dan akurat. Teknik penarikan sampel dapat dikelompokkan menjadi (*probability sampling*) yang merupakan prosedur pengambilan sampel dengan setiap elemen dari populasi memiliki kesempatan probabilistik tetap untuk dapat terpilih sebagai sampel dan (*non-probability sampling*) merupakan teknik yang tidak menggunakan kesempatan prosedur seleksi sampel dan bergantung pada penelitian subjektif peneliti (Radjab & Jam'an, 2017). *Probability sampling* terdiri dari *simple random sampling*, *systematic random sampling*, *stratification sampling*, dan *cluster sampling*. Sementara *non-probability sampling* terdiri dari *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling*, *accidental sampling*, dan *quota sampling*

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *probability sampling* karena setiap elemen populasi penelitian memiliki peluang atau probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Metode yang digunakan adalah metode *simple random sampling*, dimana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang atau probabilitas seleksi yang sama. Setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lainnya (Sugiyono, 2013a).

Pengambilan sampel dilakukan dengan bantuan menu *random comment picker* pada *website* giveawaypick.com, dengan menyalin tautan unggahan pada instagram @grabfoodid. Pada penelitian ini telah ditentukan bahwa jumlah sampel yang dipilih sebanyak 410 orang dan populasi sarasannya merupakan konsumen yang tergabung sebagai pengikut akun instagram resmi GrabFood di Indonesia.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya adalah:

1. Kuesioner yaitu pengumpulan data dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis secara *online* maupun *offline* kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian. Kuesioner akan ditujukan kepada sebagian pelanggan GrabFood di instagram resmi GrabFood Indonesia secara *online* melalui *google form* yang dikirim melalui *direct message* media sosial Instagram.
2. Studi literatur yaitu pengumpulan data dan informasi sekunder yang berkaitan dengan teori atas permasalahan dan variabel yang diteliti dengan mempelajari literatur kepustakaan seperti a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, Tesis dan Disertasi, c) Jurnal Ekonomi, dan Bisnis, d) Media cetak (seperti, majalah Marketeer dan Cosmopolitan Indonesia), e) Media elektronik (internet), f) *Website* forum *online food delivery*, g) *Search engine* Google Scholar, i) Portal Jurnal Science Direct, j) Portal Jurnal Researchgate, k) Portal jurnal Emerald Insight dan l) Portal Jurnal Elsevier..

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pengujian data diperlukan untuk menentukan layak atau tidaknya instrumen pengumpulan data yang akan disebar. Pengujian ini dilakukan melalui tahapan pengujian validitas dan reliabilitas. Kebenaran data dapat dilihat melalui instrumen pengumpulan data dan instrumen yang baik harus memenuhi dua kriteria penting yang valid dan reliabel.

Pengujian validitas instrumen dilakukan untuk menjamin adanya kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan alat pengumpulan data yang dilakukan.

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang menunjukkan jarak satu sama lain, berbobot sama, dan menggunakan skala pengukuran diferensial semantik. Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan alat bantu program komputer atau *software IBM Statistical Product for Service Solutions (SPSS) versi 24.0 for Windows*.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Tipe validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan validitas konstruk yang menentukan validitas melalui korelasi antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari total penjumlahan seluruh skor item. Berdasarkan ukuran statistik, apabila skor keseluruhan item memiliki korelasi dengan skor total, maka dapat dikatakan alat ukur tersebut memiliki validitas.

Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dengan yang tidak. Hal ini dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pernyataan dengan skor total pernyataan untuk hasil jawaban responden yang mempunyai skala pengukuran interval. Perhitungan korelasi antara pernyataan dengan skor total, digunakan alat uji korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum x)^2 n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Sumber: (Sugiyono, 2000)

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skot total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf yang signifikan sebagai berikut:

1. Nilai r_{hitung} dibandingkan dengan r_{Tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$.
2. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
3. Item pertanyaan responden penelitian dinyatakan tidak valid jika r_{Hitung} lebih kecil dari r_{Tabel} ($r_{Hitung} < r_{Tabel}$).

Pengujian validitas dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana instrumen penelitian yang digunakan dalam mencari data primer pada penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini akan diuji validitas dari instrumen *e-service quality* sebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y.

Berdasarkan kuesioner yang diuji kepada 40 responden dengan signifikansi 5% dengan derajat bebas ($df=n-2$) ($40-2=38$), didapatkan r_{tabel} sebesar 0,320 dari r_{tabel} hasil pengujian validitas. Pernyataan-pernyataan yang diajukan dapat dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berikut Tabel adalah hasil pengujian validitas variabel X (*e-service quality*).

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Validitas Variabel X
(E-Service Quality)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Efficiency</i>				
1	Aplikasi GrabFood mudah digunakan oleh konsumen	0,667	0,320	Valid
2	Konsumen sulit menggunakan aplikasi GrabFood	0,850	0,320	Valid
3	Mudahnya pencarian fitur yang diinginkan pada aplikasi GrabFood	0,787	0,320	Valid
4	Fitur-fitur pada aplikasi GrabFood sulit ditemukan	0,765	0,320	Valid
5	Cepatnya melakukan transaksi pada aplikasi GrabFood	0,601	0,320	Valid
<i>Fulfillment</i>				
6	GrabFood memberikan diskon/promosi sesuai dengan janjinya	0,467	0,320	Valid
7	Diskon/promosi yang diberikan oleh GrabFood tidak sesuai dengan janjinya.	0,847	0,320	Valid
8	GrabFood menawarkan keberagaman produk	0,900	0,320	Valid
9	Keberagaman produk tidak ditawarkan oleh GrabFood.	0,811	0,320	Valid
10	Makanan dan minuman dikirim tepat waktu oleh GrabFood.	0,794	0,320	Valid
<i>System Availability</i>				
11	Tombol dan fitur pada aplikasi GrabFood berfungsi dengan baik	0,577	0,320	Valid
12	Fitur dan Menu pada aplikasi GrabFood tidak berfungsi dengan baik.	0,823	0,320	Valid
13	Sistem mampu melakukan perubahan terbaru dan mudah beradaptasi	0,722	0,320	Valid
14	Sistem tidak mampu melakukan pembaruan dan sulit beradaptasi	0,787	0,320	Valid
15	Keandalan GrabFood dalam menangani kendala aplikasi	0,562	0,320	Valid
<i>Privacy</i>				
16	Aplikasi GrabFood menjaga data pribadi pelanggan	0,735	0,320	Valid
17	Data pribadi pelanggan tidak dijaga oleh aplikasi GrabFood.	0,770	0,320	Valid
18	Transaksi dalam aplikasi GrabFood	0,584	0,320	Valid
19	Pelanggan dengan mudah membaca kebijakan privasi aplikasi GrabFood	0,423	0,320	Valid
20	Kebijakan privasi aplikasi GrabFood sulit dibaca oleh pelanggan.	0,742	0,320	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023 (IBM SPSS 24.0 for Windows)

Berdasarkan Tabel 3.3 diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada sejumlah responden saat pengujian validitas dinyatakan valid, sebab dapat kita ketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur penelitian. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, nilai tertinggi ada pada dimensi *fulfillment* dengan item pernyataan “GrabFood menawarkan keberagaman produk” dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,900 dan nilai terendah ada pada dimensi *privacy* yaitu pada item pernyataan “Pelanggan dengan mudah membaca kebijakan privasi aplikasi GrabFood” yang memiliki nilai r_{hitung} sebesar 0,423.

Adapun untuk hasil uji validitas terhadap variabel keputusan pembelian ada pada Tabel 3.4 berikut.

Tabel 3.4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Y
(Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Product Choice</i>				
21	Kualitas layanan GrabFood sesuai dengan yang diharapkan konsumen	0,689	0,320	Valid
22	GrabFood memberikan kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen	0,765	0,320	Valid
23	Manfaat dirasakan oleh konsumen	0,380	0,320	Valid
<i>Brand Choice</i>				
24	Preferensi merek GrabFood lebih unggul dibandingkan dengan merek pesaing.	0,506	0,320	Valid
25	Konsumen setia memilih GrabFood	0,668	0,320	Valid
26	GrabFood tidak dipilih oleh konsumen.	0,858	0,320	Valid
<i>Dealer Choice</i>				
27	Beragamnya <i>merchant</i> / restoran yang ditawarkan GrabFood	0,627	0,320	Valid
28	Merchant/restoran yang ditawarkan oleh GrabFood tidak beragam.	0,645	0,320	Valid
29	Konsumen puas terhadap <i>merchant</i> / restoran yang bekerjasama dengan GrabFood	0,638	0,320	Valid
<i>Purchase Timing</i>				
30	Konsumen sering menggunakan layanan GrabFood untuk melakukan pemesanan makanan / minuman	0,717	0,320	Valid
31	Konsumen melakukan pembelian saat adanya diskon atau promo	0,591	0,320	Valid
32	Pembelian tidak dilakukan oleh konsumen saat adanya diskon atau promo.	0,755	0,320	Valid
<i>Purchase Amount</i>				
33	Jumlah transaksi yang dilakukan pada layanan GrabFood	0,730	0,320	Valid
34	Terjadi sedikit transaksi yang dilakukan pada layanan GrabFood	0,790	0,320	Valid
<i>Payment Method</i>				
35	GrabFood menawarkan keberagaman metode pembayaran	0,677	0,320	Valid
36	GrabFood tidak menawarkan metode pembayaran yang beragam	0,741	0,320	Valid
37	Biaya layanan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.	0,334	0,320	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023 (IBM SPSS 24.0 for Windows)

Berdasarkan tabel 3.4, hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu nilai statistik r_{hitung} yang melebihi nilai r_{tabel} . Pada instrumen keputusan pembelian dapat diketahui bahwa puncak nilai tertinggi terletak pada dimensi *Brand Choice* khususnya pada pernyataan “GrabFood tidak dipilih oleh konsumen.” Dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,858. Sedangkan untuk hasil terendah

ditemukan pada dimensi *Payment Method* pada pernyataan “Biaya layanan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.” Dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,334.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menunjuk bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah dapat dikatakan baik, hal ini mengacu pada sejauh mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat memberikan jaminan pengukuran hasil yang konsisten (Sekaran & Bougie, 2003).

Pada penelitian ini pengujian instrumen dilakukan dengan internal *consistency* menggunakan teknik belah dua (*split-half*) ganjil genap dimana peneliti mengelompokkan skor butir bernomor ganjil sebagai belahan pertama dan kelompok butir genap sebagai belahan kedua yang dianalisis dengan rumus *Spearman-Brown* yaitu:

$$r_1 = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Sumber: (Sugiyono, 2000)

Keterangan:

r_1 = Reliabilitas seluruh instrumen

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan ganjil dan belahan genap

Pengujian reliabilitas tersebut menurut (Sugiyono, 2014) dilaksanakan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Butir-butir instrumen kemudian dibelah menjadi dua kelompok, masing-masing menjadi instrumen ganjil dan genap.
2. Skor data dari setiap kelompoknya disusun sendiri kemudian dijumlahkan untuk menghasilkan skor total antara kelompok instrumen ganjil dan genap kemudian dicari nilai korelasinya.

Berdasarkan kuesioner yang diuji sebanyak 40 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas $db = n-2$ ($40-2 = 38$), maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,320. Hasil uji coba instrumen penelitian ini adalah instrumen dari variabel X, *e-service quality* dan variabel Y, keputusan pembelian.

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan reliabel jika koefisien internal seluruh item $(n) > r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi 5%.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak reliabel jika koefisien internal seluruh item $(n) < r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi 5%.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Dan Y

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>E-service quality</i>	0,933	0,320	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0,734	0,320	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023 (IBM SPSS 24.0 for Windows)

Tabel 3.5 menunjukkan hasil pengujian reliabilitas dimana semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Variabel *e-service quality* dengan r_{hitung} 0,933 lebih besar dari r_{tabel} 0,320, sedangkan variabel keputusan pembelian menunjukkan hasil r_{hitung} 0,734 lebih besar dari r_{tabel} 0,320.

3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah keseluruhan data yang dibutuhkan dalam pemecahan masalah penelitian sudah diperoleh secara lengkap. Teknik analisis data terbagi ke dalam dua bagian, yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif.

Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Pada penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan menyusun data dan tabulasi data.

Pada penelitian mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian ini peneliti menggunakan skala *semantic differential scale* yang menunjukkan skala tujuh poin dengan atribut bipolar dalam mengukur suatu objek ataupun konsep responden. Data yang diperoleh yaitu data interval. Rentang penelitian ini yaitu 7 angka seperti yang akan dijelaskan pada Tabel 3.6 skor alternatif berikut.

Tabel 3.6
Skor Alternatif Jawaban Positif dan Negatif

Alternatif Jawaban	Sangat Setuju / Sangat Baik /	Rentang Jawaban	Sangat Tidak Setuju / Sangat Buruk /
		←————→	

Sangat Aman / Sangat Tinggi	7 6 5 4 3 2 1	Sangat Tidak Aman / Sangat Rendah
Positif		Negatif

Sumber: Modifikasi dari (Sekaran & Bougie, 2003)

3.2.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Data mentah yang terkumpul dari hasil instrumen harus diolah agar diperoleh makna untuk memecahkan masalah yang diteliti. Adapun alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mendapatkan gambaran variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan variabel yang terdapat pada data penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian.

Angket ini disusun berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif Dimensi *E-service quality* (X)

Variabel X yang meliputi: *Efficiency* (X₁), *Fulfillment* (X₂), *System Availability* (X₃) dan *Privacy* (X₄).

2. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

Variabel Y yang meliputi: variabel *Product Choice* (Y₁), *Brand Choice* (Y₂), *Dealer Choice* (Y₃), *Purchase Timing* (Y₄), *Purchase Amount* (Y₅) dan *Payment Method* (Y₆).

Analisis deskriptif yang menggunakan kuisisioner pada penelitian ini akan dibantu oleh program IBM SPSS 24.0 *for windows* melalui distribusi frekuensi. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%.

Langkah-langkah yang digunakan untuk melakukan analisis deskriptif kedua variabel penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Analisis Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*)

Metode *cross tabulation* merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat keterkaitan antara kedua variabel tersebut dalam data yang diperoleh (Malhotra et al., 2016). Analisis ini pada prinsipnya menyajikan data

dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Data yang digunakan untuk penyajian *cross tabulation* adalah data berskala nominal dan kategori.

Cross tabulation merupakan metode yang menggunakan uji statistik untuk mengidentifikasi dan mengetahui korelasi antara kedua variabel, apabila terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut, maka terdapat tingkat ketergantungan yang saling mempengaruhi antara masing-masing variabel tersebut.

Tabel 3.7
Tabel Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*)

Variabel Kontrol	Judul (Identitas/ Karakteristik/ Pengalaman)	Judul	TOTAL
		(Identitas/Karakteristik/Pengalaman) Klasifikasi (Identitas/Karakteristik/Pengalaman)	
Total			
TOTAL			

Sumber: Dimodifikasi dari (Sekaran & Bougie, 2003)

2. Skor Ideal

Skor ideal merupakan skor yang secara ideal diharapkan untuk jawaban dari pernyataan yang terdapat pada angket kuesioner yang akan dibandingkan dengan perolehan skor total perolehan untuk mengetahui hasil kinerja dari variabel. Instrumen yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner berisikan berbagai pernyataan yang diajukan kepada responden dalam suatu penelitian atau survei. Jumlah pernyataan yang dimuat dalam penelitian ini cukup banyak sehingga membutuhkan *scoring* untuk memudahkan proses penilaian dan akan membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Formula yang dibuat untuk memperoleh skor ideal adalah sebagai berikut:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Kriteria Nilai Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

Cara yang dilakukan untuk mengategorikan hasil perhitungan yaitu dengan menggunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai dengan 100%. Tabel Analisis Data Deskriptif menunjukkan format tabel yang digunakan dalam menganalisis atau menguji data deskriptif pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.8
Analisis Deskriptif

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban							Total	Skor Ideal	Total Skor Per-Item	% Skor
		7	6	5	4	3	2	1				

Skor
Total Skor

Sumber: Dimodifikasi dari (Sekaran & Bougie, 2003)

Penafsiran ketercapaian kinerja berdasarkan batas-batas dan skor ideal disajikan dalam Tabel 3.9 sebagai berikut:

Tabel 3.9
Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Satupun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: (Siregar, 2013)

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengkategorikan hasil perhitungan berdasarkan kriteria penafsiran, dibuatlah garis kontinum yang dibedakan menjadi tujuh tingkatan, diantaranya sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, sedang, cukup rendah, rendah, sangat rendah. Tujuan dibuatnya garis kontinum ini adalah untuk membandingkan setiap skor total tiap variabel untuk memperoleh gambaran antara variabel keputusan pembelian (Y) dan *E-service quality* (X).

Rancangan langkah-langkah pembuatan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

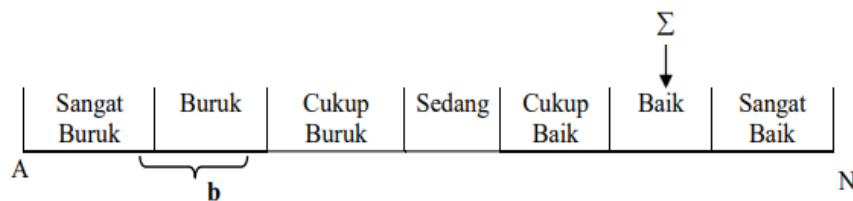
Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden

Kontinum Terendah = Skor Terendah x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden

2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap angkatan

$$\text{Skor Setiap Angkatan} = \frac{\text{Kontinum Tertinggi} - \text{Kontinum Terendah}}{\text{Banyaknya Tingkatan}}$$

3. Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum ($\text{Skor}/\text{Skor Maksimal} \times 100\%$). Penggambaran kriteria dapat dilihat dari gambar mengenai garis kontinum penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.1

Garis Kontinum Penelitian *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian

Keterangan:

a = Skor Minimum

b = Jarak interval

Σ = Jumlah perolehan skor

N = Skor ideal teknik analisis data verifikatif

3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden terkumpul dan telah dilakukan analisis deskriptif, langkah selanjutnya maka perlu dilakukan analisis verifikatif. Penelitian verifikatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu yang telah ada berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil maupun praktek dari ilmu itu sendiri sehingga tujuan dari penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan (Siregar, 2013).

Tujuan adanya teknik analisis data verifikatif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Teknik analisis data verifikatif yang digunakan untuk memahami hubungan korelatif pada penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi dan regresi linier sederhana.

Analisis regresi linier sederhana merupakan hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), analisis digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel X dengan Y apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Hasil yang diperoleh dengan analisis regresi linier sederhana yaitu didapatkannya koefisien regresi pada variabel independen (Suryana, 2012).

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas merupakan proses untuk mengevaluasi apakah sebaran data dalam suatu kelompok data mengikuti distribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas meliputi uji histogram, uji kurtosis, uji Kolmogorov Smirnov, uji Chi Square, uji skewness, uji normal P-Plot, dan perangkat lunak SPSS. Dalam penelitian ini, uji Kolmogorov Smirnov digunakan untuk tujuan menguji statistik guna menentukan apakah nilai-nilai setiap variabel berbeda dengan distribusi yang telah ditentukan. Untuk melihat hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov ditentukan melalui dua kriteria berikut:

- a. Apabila nilai signifikansinya $> 0,05$, maka data terdistribusi normal.
- b. Apabila nilai signifikansinya $\leq 0,05$, maka data terdistribusi tidak normal.

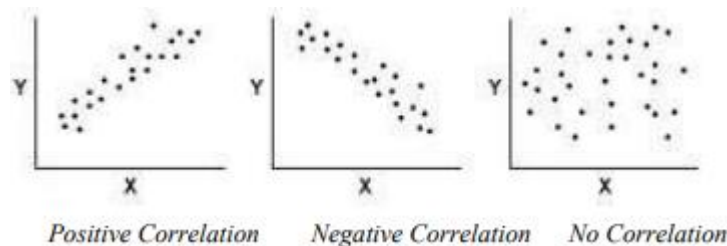
2. Uji Linieritas

Uji linieritas regresi digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan independen apakah linear atau tidak. Jika ditemukan sesuai atau linier, tes diulang menggunakan model dasar. Secara sederhana tujuan uji linieritas adalah untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dan variabel tidak bebas dalam suatu garis lurus atau tidak. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

- 1) Apabila nilai *sig. deviation from linierity* $> 0,05$, maka terdapat hubungan linier antara dua variabel.
- 2) Apabila nilai *sig. deviation from linierity* $\leq 0,05$, maka tidak terdapat hubungan linier antara dua variabel.

3. Diagram Pencar

Diagram pencar (Scatter Plot) adalah sebuah representasi grafis yang menampilkan titik-titik pada sistem koordinat tanpa ada garis penghubung di antara titik-titik tersebut. Diagram ini berguna untuk menunjukkan adanya atau ketiadaan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Pada diagram ini, sumbu X (*e-service quality*) digunakan sebagai absis dan sumbu Y (Keputusan pembelian) digunakan sebagai ordinat. Dengan demikian, titik-titik yang dihasilkan dari plot antara kedua variabel akan membentuk suatu pola yang disebut sebagai diagram pencar (Iskandar, 2016).



Gambar 3.2
Model Diagram Pencar

Gambar 3.2 menunjukkan model dari diagram pencar, jika titik-titik penyebaran berada pada arah kiri bawah ke kanan atas maka hubungan antara X dan Y adalah positif, jika titik-titik penyebaran ada pada kiri atas ke kanan bawah maka hubungan X dan Y adalah negatif, dan jika titik-titik penyebaran berada pada posisi yang sembarangan maka tidak ada hubungan antara X dan Y.

4. Uji Titik Terpencil

Pengujian selanjutnya adalah uji titik terpencil yaitu dengan memperhatikan titik paling terpencil yang terdapat pada diagram pencar. Pengujian ini menggunakan perhitungan dengan menggunakan rumus statistik uji dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

- a. $t > tn-2$: H_0 ditolak, dimana titik yang mencurigakan dianggap sebagai titik terpencil dan harus dikeluarkan.
- b. $t \leq tn-2$: H_0 diterima, dimana titik yang mencurigakan tidak dianggap sebagai titik terpencil dan tidak perlu dikeluarkan.

3.2.8 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah suatu studi yang bertujuan untuk memahami hubungan ketergantungan antara satu variabel dependen (Y) dengan satu variabel independen (X) (Suyono, 2015). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui sejauh mana variabel dependen (Y), dalam hal ini adalah keputusan pembelian, dapat diprediksi melalui variabel independen (X) yaitu kualitas layanan elektronik (*e-service quality*). Selain itu, analisis regresi sederhana juga dapat digunakan untuk menentukan apakah variabel independen mengalami peningkatan atau penurunan, serta bagaimana meningkatkan kondisi variabel dependen dengan meningkatkan variabel independen atau sebaliknya.

Berikut ini merupakan persamaan umum regresi sederhana:

$$Y = \alpha + bX$$

Y = Subjek dalam variabel dependen yang dapat diprediksikan

α = variabel konstan

b = Angka koefisien regresi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Bila b = positif maka naik dan bila b = negatif maka terjadi penurunan..

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Harga nilai α dihitung dengan rumus:

$$\alpha = \frac{\sum Y(X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Harga nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Apabila terdapat perubahan nilai pada variabel independen (X) yang menyebabkan perubahan pada variabel dependen (Y), maka dapat disimpulkan bahwa X mempengaruhi Y. Artinya, fluktuasi pada nilai X akan menyebabkan variasi pada nilai Y, sehingga nilai Y menjadi bervariasi.

Jika variasi nilai Y tidak dipengaruhi oleh X, melainkan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, maka untuk mengukur sejauh mana X mempengaruhi variasi nilai Y, digunakan rumus perhitungan koefisien determinasi. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variabilitas dari variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) Dengan demikian, rumus untuk menghitung koefisien determinasi dapat digunakan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi (*R Square*)

Selanjutnya untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh komunikasi kerja terhadap kepuasan kerja digunakan pedoman interpretasi koefisien penentu dalam tabel. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap

variabel dependen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.10 berikut:

Tabel 3.10
Interpretasi Koefisien Determinasi (Guilford)

Koefisien Korelasi	Klasifikasi
0% – 19,99%	Sangat Rendah
20% – 39,99%	Rendah
40% – 59,99%	Sedang
60% – 79,99%	Kuat
80% – 100%	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2013)

Berdasarkan Tabel 3.10 mengenai Interpretasi Koefisien Determinasi (Guilford), maka dapat diketahui hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen berdasarkan pada besaran persentasenya.

3.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap sebuah masalah penelitian yang secara teoritis tingkat kebenarannya dianggap paling tinggi atau paling mungkin. Hipotesis merupakan kesimpulan atau pendapat yang bersifat sementara dan belum benar berstatus sebagai suatu tesis (Enny Radjab, 2017). Pengujian hipotesis adalah suatu metode yang digunakan untuk secara ketat menguji pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku. Dalam analisis regresi linier sederhana, langkah pertama adalah merumuskan hipotesis mengenai hubungan antara dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Kemudian, dilakukan perhitungan korelasi antara kedua variabel tersebut untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara keduanya (Sekaran & Bougie, 2003). Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau variabel independen yaitu *e-service quality* (X), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y) dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi sederhana untuk kedua variabel tersebut. Pada penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS versi 24.0 *for Windows*.

a. Uji Keberartian Regresi (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk pengujian hipotesis jika peneliti ingin mengetahui pengaruh variabel dependen dengan variabel independen. Uji t dapat dihitung dengan rumus:

$$t = \frac{b}{S_b}$$

Keterangan:

b = Koefisien gagal

S_b = Kesalahan baku koefisien gagal berganda

Kriteria penerimaan dan penolakan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Hipotesis yang akan diuji ada pada taraf 0.05 dengan derajat kebebasan $dk=(n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian.

$H_1 : \beta > 0$, artinya terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian.