

## **BAB III**

### **OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Terdapat variabel laten pada penelitian ini, yaitu variabel laten endogen dan eksogen. Variabel laten eksogen dikenal juga sebagai variabel independen, yaitu variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap variabel lain. Variabel laten eksogen yang terdapat pada penelitian ini, antara lain variabel Harga (H), Kualitas Pelayanan (KPEL), dan Kualitas Produk (KPRO). Sedangkan variabel laten endogen dapat diartikan sebagai variabel dependen atau terikat yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel kepuasan konsumen (KK) merupakan variabel endogen dalam penelitian ini. Objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian unit komputer rakitan melalui *platform* Tokopedia dan tergabung dalam grup *Facebook* “Rakit PC Indonesia”.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Pendekatan kuantitatif merupakan metode yang diterapkan pada penelitian ini. Pendekatan kuantitatif berfokus pada model matematika, teori, dan hipotesis terkait fenomena (Siyoto dan Sodik, 2015). Bagian penting dari penelitian kuantitatif adalah mengukur sesuatu. Tinjauan atau tanggapan terhadap hubungan mendasar antara hubungan kuantitatif dapat ditemukan dalam metode kuantitatif. Sedangkan pendekatan kuantitatif menurut Sekaran dan Bougie (2017), merupakan pendekatan secara ilmiah terkait data berbentuk angka yang dapat diolah dan dipelajari dengan perhitungan statistik. Metode kuantitatif menyajikan informasi terukur berdasarkan data (Hardani dkk., 2020). Prinsip-prinsip keilmuan yang baku, dapat ditelusuri secara empiris, bersifat obyektif, dapat terukur, dapat dijelaskan secara rasional, dan dilakukan dengan sistematis merupakan pedoman dalam menggunakan metode kuantitatif.

#### **3.3 Desain Penelitian**

Deskriptif dan kausalitas merupakan desain yang diterapkan pada penelitian ini. Sekaran dan Bougie (2017) berpendapat bahwa penelitian deskriptif digunakan dalam menghimpun informasi yang untuk medeskripsikan ciri-ciri atau spesifikasi orang, fenomena, atau keadaan tertentu. Sedangkan, kausalitas adalah studi yang bertujuan untuk menentukan apakah suatu variabel mempengaruhi variabel lain dengan cara apapun. Dengan kata lain, tujuan studi kausalitas adalah studi yang bertujuan untuk memverifikasi hubungan sebab akibat antar variabel. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang dilakukan secara metodis, mendalam, dan menyeluruh dalam studi kasus untuk mengkaji interaksi variable-variabel yang terlibat (Hardani dkk., 2020). Pada penelitian ini, masing-masing variabel yang digunakan antara lain: variabel harga (H), variabel kualitas pelayanan (KPEL), variabel kualitas produk (KPRO), dan variabel kepuasan konsumen (KK).

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang diaplikasikan pada penelitian ini, antara lain variabel harga (H), variabel kualitas pelayanan (KPEL), variabel kualitas produk (KPRO), dan variabel kepuasan konsumen (KK).

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Harga (H) adalah sejumlah beban yang dikeluarkan untuk sebuah produk dengan maksud memiliki atau menggunakannya (Kotler & Armstrong, 2017).	1. Harga mudah diserap pasar. (Hashim & Hamzah, 2014)	Harga yang terjangkau bagi konsumen.	Interval
	2. Daya saing harga (Agestina dan Susilowati, 2019)	Kelebihan dibandingkan kompetitor di rentang harga yang sama.	
	3. Keringanan harga. (Hashim & Hamzah, 2014)	Memberikan diskon ataupun gratis ongkir terhadap konsumen.	

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (KPEL) Kotler (2012) mendefinisikan kualitas layanan sebagai ukuran tercapainya harapan konsumen terhadap layanan yang diterima.	1. Ketekunan dalam memproses (Hashim & Hamzah, 2014)	Kecepatan dan kesungguhan dalam memproses pesanan konsumen	Interval
	2. Keandalan (Tjiptono dan Chandra, 2011)	Dapat memberikan solusi ketika terjadi masalah dengan produk yang yang dipesan.	
	3. Ketanggapan (Tjiptono dan Chandra, 2011)	Selalu memberikan Jawaban saat diberikan pertanyaan seputar produk.	
	4. Kejujuran dan tanggung Jawab (Hashim & Hamzah, 2014)	Memberikan masa garansi kepada setiap produk yang dijual.	
Kualitas Produk (KPRO) adalah kemampuan suatu produk atau jasa untuk memuaskan konsumen. (Kotler & Armstrong, 2017).	1. Dapat memenuhi kebutuhan (Tjiptono dan Chandra, 2011)	Kemampuan produk mengerjakan tugas utama.	Interval
	2. Memiliki daya tahan (Tjiptono dan Chandra, 2011)	Ketahanan produk tanpa mengalami kerusakan saat pemakaian.	
	3. Terdapat fitur atau ciri-ciri tambahan (Tjiptono dan Chandra, 2011)	Produk dapat memberikan fitur tambahan selain fungsi utama.	
	4. Tidak bersifat gharar (Hashim & Hamzah, 2014)	Spesifikasi produk yang dikirim sesuai dengan deskripsi yang tertera di katalog produk	
	5. Mudah direparasi (Tjiptono dan Chandra, 2011)	Produk mudah diperbaiki baik oleh	

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		konsumen pribadi maupun jasa pihak lain.	
	6. Mudah dikostumisasi berdasarkan gaya dan desain produk) (Kotler & Armstrong, 2017)	Desain produk bisa disesuaikan dengan selera konsumen.	
Kepuasan Konsumen (Y) merupakan respon positif yang diungkapkan dengan mengevaluasi proses transaksi secara keseluruhan, kualitas produk, ketersediaan produk, dan layanan pelanggan (Khongorzul dkk., 2022).	1. Niat membeli kembali (Tjiptono, 2015) 2. Keluhan dan saran (Tjiptono dan Chandra, 2011) 3. Kesiediaan merekomendasikan produk (Tjiptono, 2015)	Konsumen melakukan pembelian ulang produk di toko yang sama Konsumen bersedia untuk memberitahukan keluhannya serta bersedia memberikan saran. Konsumen bersedia merekomendasikan toko tempatnya membeli produk ketika diminta rekomendasi.	Interval

*Sumber : Pengolahan data oleh penulis*

### 3.5 Populasi dan Sampel

Sekaran dan Bougie (2017), berpendapat bahwa semua kelompok atau individu yang memiliki hubungan dengan sebuah fenomena atau hal-hal yang menarik dalam sebuah penelitian disebut sebagai populasi. Kumpulan data atau item yang diidentifikasi oleh seperangkat kriteria, biasanya sebuah fenomena, biasanya disebut sebagai "populasi". Populasi yang tergabung dalam penelitian ini merupakan konsumen atau pembeli komputer rakitan di Tokopedia yang tergabung dalam grup *Facebook* "Rakit PC Indonesia" yang beranggotakan 158 ribu orang.

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sedangkan, sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang dapat mewakili populasi (Sandu Siyoto & Sodik, 2015). Karena di dalam grup tersebut bukan hanya pembeli saja, akan tetapi juga ada penjual sehingga populasi tidak diketahui jumlahnya secara pasti, maka rumus yang tepat digunakan dalam penelitian ini adalah rumus yang diungkapkan Hair dkk. (2017) ketentuan yang dipakai dalam menentukan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

1. Jumlah informasi indikator terbanyak dalam sebuah konstruk yang dikalikan dengan sepuluh, atau
2. Jumlah keseluruhan informasi indikator dalam jalur struktural yang diarahkan pada konstruksi tertentu dalam model struktural yang dikalikan dengan sepuluh.

Perolehan sampel minimum dapat dihitung dengan mengalikan jumlah indikator terbesar yaitu kualitas produk, yang memiliki 6 indikator, serta indikator di setiap variabel dikalikan dengan sepuluh, diaplikasikan pada rumus berikut:

$$(V_1+V_2 + V_3+...) \times 10 = n$$

Keterangan:

$n$  = Ukuran Sampel

$V_n$  = Jumlah Indikator tiap Variabel

Merujuk pada metode yang digunakan, maka hasil yang diperoleh dalam menentukan minimal sampel adalah sebagai berikut:

$$(6) \times 10 = 60$$

Merujuk pada cara perhitungan Hair dkk. (2017) sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini sebanyak 160 responden, yang dapat dihitung dengan mengalikan total indikator dengan sepuluh. Terdapat tiga indikator dalam variabel harga, empat indikator dalam variabel kualitas pelayanan, enam indikator

dalam variabel kualitas produk, dan tiga indikator dalam variabel kepuasan konsumen. Indikator tersebut dapat dimasukkan ke dalam rumus di bawah ini:

$$(3+4+6+3) \times 10 = 160$$

Berdasarkan total indikator pada penelitian ini maka jumlah yang diperoleh adalah 16 dikali 10, dan menghasilkan sebanyak 160 responden untuk sampel maksimal.

Dalam penelitian ini, *non-probability sampling* digunakan sebagai metode pengambilan sampel. *Non-probability sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang membuat seluruh anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama. Penulis menggunakan *purposive sampling*, atau metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau preferensi tertentu (Sekaran & Bougie, 2017).

Partisipan penelitian ini adalah warga negara Indonesia sebanyak 160 orang yang berpartisipasi sebagai responden yang menerima kuesioner diunggah melalui forum grup pada *platform* media sosial grup *Facebook* “Rakit PC Indonesia” yang berisikan 158 ribu anggota menggunakan Google Forms. Responden yang dibutuhkan penulis dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Pernah membeli unit komputer rakitan di Tokopedia
2. Konsumen dengan umur 13-65 tahun
3. Konsumen yang berdomisili di Indonesia

### **3.6 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.6.1 Instrumen Penelitian**

Sekaran dan Bougie (2017) berpendapat bahwa instrumen penelitian merupakan media menghimpun sebuah data atau informasi yang relevan dan komprehensif mengenai masalah penelitian. Data penelitian yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari seperangkat pertanyaan yang dijadikan sebagai instrumen. Pendistribusian kuesioner disebarakan melalui unggahan *Google form* pada forum grup *Facebook* “Rakit PC Indonesia”. *Numerical scale* digunakan untuk membuat kuesioner dalam penelitian ini. *Numerical scale* digunakan untuk

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menilai sikap responden individu tertentu berdasarkan garis kontinum yang terdiri dari lima atau tujuh point dari kiri ke kanan yang akan memisahkan setiap akhir jawaban dengan pernyataan yang kontradiktif (Sekaran & Bougie, 2017). Pengukuran pada indikator dilakukan melalui pertanyaan penelitian yang dapat menggambarkan variabel yang diukur. Jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Skala Pengukuran**

<b>Pernyataan Kiri</b>	<b>Rentang Jawaban</b>	<b>Pernyataan Kanan</b>
Tidak Menarik	1 2 3 4 5	Sangat Menarik
Tidak Puas	1 2 3 4 5	Sangat Puas

*Sumber: Sekaran dan Bougie (2017)*

### 3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berupa kumpulan pernyataan diunggah melalui forum grup dan diberikan langsung kepada responden. Responden merupakan warga negara Indonesia, yang terkumpul sebanyak 160 orang. Kuesioner disampaikan melalui forum grup dan *direct messenger* di *platform* media sosial *Fasebook* menggunakan Google Forms selama dua bulan. Adapun, kendala yang dihadapi selama penyebaran kuesioner banyaknya orang yang tidak melihat pesan yang dikirim melalui *direct messenger* sehingga penulis hanya dapat memaksimalkan postingan yang terus diperbaharui setiap harinya supaya terus dapat terlihat oleh responden.

### 3.7 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian perlu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Pengukuran kualitas suatu instrumen serta kesesuaian instrumen atau pertanyaan yang diajukan dengan konsep teorinya dapat diketahui melalui uji validitas (Sugiyono, 2014). *Statistical Product and Service Solution V.27* (SPSS) merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis *corrected item total correlation* pada penelitian ini.

Nilai *Corrected Item-Total Corelation* pada tabel menjadi standar pengukuran seperangkat pertanyaan dalam kuesioner untuk setiap variabelnya valid

atau tidak (Purwanto, 2018). Nilai dari *corrected item total correlation* juga dikenal sebagai *r* hitung. Uji validitas memiliki ketentuan sebagai berikut :

1. Butir soal kuesioner dinyatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.
2. Butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid apabila nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel.

Pada penelitian ini terlebih dahulu pengujian validitas dilakukan terhadap 30 orang dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah  $\alpha = 0,05$  maka,  $r$  tabel yang didapat  $n = 30$ ,  $df = n-2 = 30-2 = 28$ , adalah 0,361.

**Tabel 3. 3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

No	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
H1	Penjual komputer rakitan di Tokopedia memberikan pilihan harga yang wajar.	0,845	0,361	Valid
H2	Penjual komputer rakitan di Tokopedia memberikan harga sesuai berdasarkan spesifikasi komputer yang dapat memenuhi kebutuhan saya.	0,816	0,361	Valid
H3	Harga komputer rakitan di Tokopedia lebih murah dengan kualitas yang sama dengan membeli di tempat lain.	0,769	0,361	Valid
H4	Dengan harga yang sama, saya mendapatkan spesifikasi yang lebih tinggi saat membeli komputer rakitan dari seller di Tokopedia bila dibandingkan membeli di tempat lain.	0,865	0,361	Valid
H5	<i>Seller</i> komputer rakitan Tokopedia sering memberikan potongan harga pada produknya.	0,793	0,361	Valid
H6	Selain diskon produk, seller komputer rakitan di Tokopedia memberikan gratis ongkir.	0,835	0,361	Valid

*Sumber: Output Pengolahan SPSS*

**Tabel 3. 4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
<b>KPEL1</b>	Penjual mampu memproses orderan saya secara cepat	0,664	0,361	Valid
<b>KPEL2</b>	Penjual mampu menjawab pertanyaan yang saya ajukan sesuai jawaban yang saya harapkan.	0,490	0.361	Valid
<b>KPEL3</b>	Penjual mampu memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan apa yang saya butuhkan.	0,374	0,361	Valid
<b>KPEL4</b>	Penjual mampu menganalisis dan mengatasi kendala ataupun kerusakan yang terjadi pada produk yang saya beli.	0,661	0.361	Valid
<b>KPEL5</b>	Penjual segera membalas pertanyaan yang saya kirim dengan jawaban yang saya harapkan.	0,561	0,361	Valid
<b>KPEL6</b>	Penjual bersedia memberikan panduan terkait produk apabila saya mengalami kesulitan dalam penggunaan.	0,680	0.361	Valid
<b>KPEL7</b>	Penjual memberikan garansi terhadap setiap produk yang dijualnya sekaligus memberikan kemudahan mengklaimnya ketika terjadi kerusakan atau tidak sesuai dengan pesanan.	0,684	0,361	Valid
<b>KPEL8</b>	Penjual selalu menggunakan kemasan paket yang aman dalam pengiriman.	0,603	0.361	Valid

*Sumber: Output Pengolahan SPSS*

**Tabel 3. 5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk**

No	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
<b>KPRO1</b>	Komputer rakitan yang saya beli dapat menjalankan fungsinya dengan baik.	0,611	0,361	Valid
<b>KPRO2</b>	Komputer rakitan yang saya dapatkan, dapat memenuhi kebutuhan saya.	0,609	0.361	Valid
<b>KPRO3</b>	Selama masa garansi, produk saya tidak pernah mengalami masalah.	0,830	0,361	Valid

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
<b>KPRO4</b>	Produk yang saya beli, dalam sehari mampu dipakai dengan durasi waktu yang lama tanpa mengalami kendala.	0,712	0,361	Valid
<b>KPRO5</b>	Produk bisa melakukan beberapa pekerjaan sekaligus dengan lancar.	0,491	0,361	Valid
<b>KPRO6</b>	Selain aplikasi dasar, penjual memberikan aplikasi tambahan untuk memaksimalkan kegunaan komputer rakitan yang saya pesan.	0,689	0,361	Valid
<b>KPRO7</b>	Komponen dari komputer rakitan yang saya terima sesuai dengan daftar komponen yang dicantumkan pada etalase produk di Tokopedia.	0,768	0,361	Valid
<b>KPRO8</b>	Tidak ditemukannya cacat tambahan yang tidak terdapat di deskripsi pada produk yang saya terima.	0,786	0,361	Valid
<b>KPRO9</b>	Apabila terjadi kerusakan pada komponen komputer pesanan saya, saya mudah membeli komponen penggantinya.	0,694	0,361	Valid
<b>KPRO10</b>	Selain menjual komputer rakitan, penjual menyediakan jasa pemeliharaan dan perbaikan komputer.	0,821	0,361	Valid
<b>KPRO11</b>	<i>Casing</i> komputer rakitan dapat disesuaikan desainnya dengan kebutuhan dan selera saya.	0,364	0,361	Valid
<b>KPRO12</b>	Saya bisa memodifikasi dan menambahkan lampu <i>led</i> pada komputer rakitan yang saya pesan.	0,636	0,361	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

**Tabel 3. 6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen**

No	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
<b>KK1</b>	Saya berniat untuk membeli komputer rakitan kedua kalinya di seller Tokopedia.	0,593	0,361	Valid
<b>KK2</b>	Jika saya membeli barang yang berkaitan dengan komputer rakitan baik itu komponen ataupun jasa, saya	0,617	0,361	Valid

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Indikator	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
	akan bertransaksi dengan seller yang sama di Tokopedia.			
<b>KK3</b>	Saat saya memiliki keluhan saya akan memberitahukannya langsung pada seller.	0,653	0,361	Valid
<b>KK4</b>	Saya juga selalu memberikan saran yang membangun kepada seller untuk kenyamanan bertransaksi selanjutnya.	0,828	0,361	Valid
<b>KK5</b>	Saya bersedia memberikan rekomendasi terhadap orang-orang terdekat saya ke seller tempat saya membeli komputer rakitan.	0,579	0,361	Valid
<b>KK6</b>	Saya selalu memberikan rekomendasi dan <i>review</i> pada ulasan ketika saya merasa puas akan transaksi yang telah saya lakukan.	0,665	0,361	Valid

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Merujuk pada tabel 3.3 sampai tabel 3.6 memperlihatkan bahwa hasil pengujian pada setiap indikator dari variabel harga (H), kualitas pelayanan (KPEL), kualitas produk (KPRO), dan kepuasan konsumen (KK) miliki nilai  $r$  hitung  $>$  nilai  $r$  tabel sehingga indikator-indikator dalam penelitian ini terkonfirmasi valid.

Selanjutnya, penelitian ini uji reliabilitas terhadap instrumen penelitian untuk memastikan bahwa instrumen pada penelitian ini memiliki karakteristik berkelanjutan sehingga apabila dilakukan pengujian ulang akan tetap memberikan hasil yang sama (Hidayat & Sadewa, 2020). *Statistical Product and Service Solution V.27* (SPSS) merupakan alat yang digunakan untuk uji reliabilitas pada variabel penelitian melalui metode *split-half*. Uji reliabilitas memiliki ketentuan sebagai berikut (Raharjo, 2019) :

1. Instrumen penelitian memenuhi syarat reliabel apabila nilai koefisien *guttman split-half*  $>$   $r$  tabel.
2. Instrumen penelitian tidak memenuhi syarat reliabel apabila nilai koefisien *guttman split-half*  $<$   $r$  tabel..

Lalu, dalam melakukan uji reliabilitas, instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien pada *Cronbach's Alpha* > 0,7 (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 3. 7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Guttman Split-Half</i>	R Tabel	Keterangan
Harga	0,903	0,7	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,736	0,7	Reliabel
Kualitas Produk	0,887	0,7	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,710	0,7	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan SPSS

Merujuk pada tabel 3.4, memperlihatkan bahwa hasil pengujian terhadap variabel harga (H), kualitas pelayanan (KPEL), kualitas produk (KPRO), dan kepuasan konsumen (KK) memiliki nilai *guttman split-half* > r tabel. Maka, pengujian ini menyatakan bahwa seluruh variabel dikonfirmasi reliabel. Karena dalam pengujian validitas dan reliabilitas dinyatakan lolos maka penelitian dapat dilanjutkan.

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan gambaran secara keseluruhan di lapangan terkait hubungan variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen komputer rakitan. Sekaran & Bougie (2017) menjelaskan prosedur pengelolaan data melalui tahapan sebagai berikut :

##### 1. *Editing* (Pemeriksaan)

Pemeriksaan ulang pada data hasil penyebaran kuesioner terhadap responden merupakan bagian dari proses *editing* (pemeriksaan). Pemeriksaan kuesioner dilakukan secara keseluruhan untuk memastikan kelengkapan dalam pengisian kuesioner.

##### 2. *Coding* (Proses Pemberian Identitas)

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*Coding* adalah proses mengelompokkan tanggapan dari responden berdasarkan kelompok-kelompok tertentu, yang selanjutnya akan dikategorisasikan lebih lanjut dengan menandai atau mengkodekan setiap nomor jawaban.

### 3. *Scoring* (Proses Pemberian Angka)

*Scoring* adalah proses memberikan nilai skor pada masing-masing pilihan yang dibuat oleh responden dalam pengisian kuesioner. Pemberian nilai skor ditulis berdasarkan *numerical scale* dengan bobot yang didasarkan pada kategori Jawaban untuk menentukan nilai dari setiap pertanyaan dalam kuesioner.

### 4. *Tabulating*

*Tabulasi* jumlah skor yang terkumpul dihitung dan dimasukkan ke dalam tabel rekapitulasi komprehensif untuk setiap item variabel. Berikut merupakan prosedur yang dilakukan untuk mengolah rekapitulasi skor :

- 1) Tahapan awal adalah mengolah total skor dan menetapkan kriteriaum

$$\mathbf{SK = ST \times JB \times JR}$$

Keterangan:

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Bulir

JR = Jumlah Responden

- 2) Melakukan perbandingan antara hasil penjumlahan skor pada kuesioner dengan kriteriaum total skor, untuk mengetahui jumlah skor pada angket maka diterapkan pada rumus berikut :

$$\sum \mathbf{X_1} = \mathbf{X_1} + \mathbf{X_2} + \mathbf{X_3} + \dots + \mathbf{X_n}$$

Keterangan:

$\mathbf{X_1}$  = Jumlah skor hasil angket variabel X

$\mathbf{X_1 - X_n}$  = Jumlah skor angket masing-masing responden

- 3) Menentukan skor kontinu berdasarkan nilai tertinggi dan nilai terendah yang dapat diperoleh

**Skor tertinggi: SK= ST x JB x JR**

**Skor Terendah: SK= SR x JB x JR**

Keterangan:

ST = Skor Tinggi

SR = Skor Rendah

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

- 4) Menetapkan *interval class* pada setiap kategori tingkatan. Berikut rumus yang digunakan untuk mencari *interval class* :

$$R = \frac{\text{Skor kontinu tinggi} - \text{skor kontinu rendah}}{5}$$

- 5) Menetapkan kategori setiap daerah kontinu berdasarkan kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Caranya dengan menambahkan selisih dari mulai kontinu tinggi sampai rendah.

Apabila diterapkan menjadi sebuah rumus, maka akan dapat ditampilkan sebagai berikut :

**Tabel 3. 8**  
**Skala Kategorisasi**

Skala	Kategori
$X > (\mu + 1,5\sigma)$	Sangat Tinggi
$(\mu + 0,5\sigma) < X \leq (\mu + 1,5\sigma)$	Tinggi
$(\mu - 0,5\sigma) < X \leq (\mu + 0,5\sigma)$	Sedang
$(\mu - 1,5\sigma) < X \leq (\mu - 0,5\sigma)$	Rendah
$X \leq (\mu - 1,5\sigma)$	Sangat Rendah

Sumber : Azwar (2012)

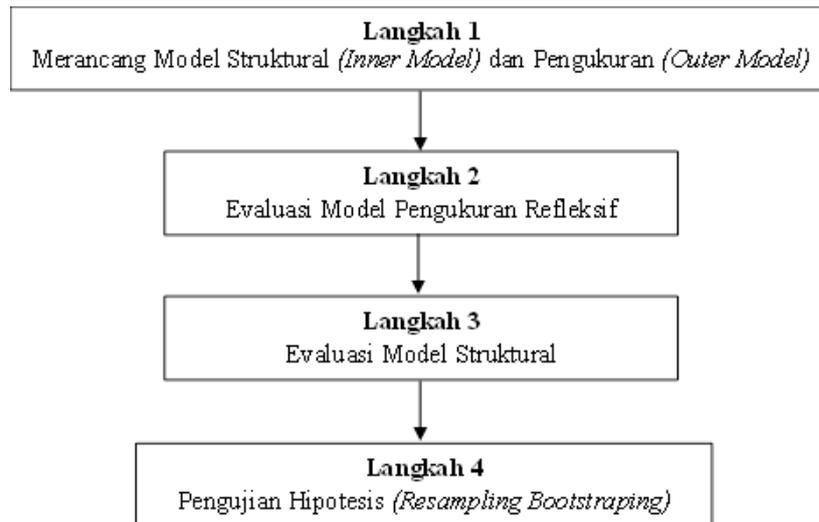
### 3.8.2 Analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

Analisis data bertujuan untuk memperoleh kebenaran dari data yang didapatkan melalui tanggapan responden di lapangan sehingga kesimpulan dari data yang didapat untuk mendukung hipotesis yang ada. Data penelitian yang dihimpun melalui tanggapan responden akan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) (Ghozali, 2014).

Pengujian dapat dilakukan secara bersamaan terhadap model, pengukuran dan pengujian pada model struktural melalui analisis PLS yang berbasis pada varians. Analisis PLS-SEM meliputi uji validitas dan reliabilitas melalui model pengukuran sedangkan untuk menguji kausalitas menggunakan uji model struktural (Ghozali, 2014). PLS dapat menjelaskan hubungan teoretis dan memprediksi pengaruh dari variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y) (Abdillah & Hartono, 2014).

PLS-SEM dapat menguji pengaruh indikator terhadap variabel, memprediksi model dan dapat melakukan pengujian pengaruh antar variabel meskipun data yang terdistribusi dalam jumlah kecil. Selain itu, alat analisis atau metode analisis data lain tidak dapat mengukur indikator suatu variabel secara terpisah sehingga PLS-SEM lebih tepat digunakan pada penelitian ini.

Pengujian model struktural pada PLS dilakukan dengan bantuan pemrograman SmartPLS 3 for Windows. Berikut langkah-langkah yang dilakukan saat menganalisis data dengan metode PLS (Ghozali, 2014):



**Gambar 3. 1**  
**Tahapan Pengujian PLS-SEM**

1. Merancang model struktural (*inner model*) dan pengukuran (*outer model*)

Hubungan antar variabel laten dapat digambarkan melalui *inner model* yang disebut juga dengan *structural model*, *inner reaction* dan *substantive theory*. Model persamaan dari *inner model* adalah sebagai berikut:

$$D = \beta_0 + \beta\eta + \Gamma\xi + \zeta$$

$D$  menggambarkan vektor variabel laten endogen (dependen),  $\xi$  adalah vektor variabel laten eksogen,  $\zeta$  adalah vektor faktor yang tersisa (perbedaan yang tidak dapat dijelaskan). Pada dasarnya PLS mendesain model *recursive*, maka hubungannya antar variabel laten, setiap variabel laten dependen  $D$ , atau sering disebut dengan *causal chain system* yaitu hubungan sebab akibat dari variabel laten dapat dispesifikasikan berikut ini:

$$D_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j$$

$\beta_{ji}$  dan  $\gamma_{jb}$  merupakan koefisien jalur yang menghubungkan predictor endogen dan laten eksogen  $\xi$  dan  $D$  sepanjang *range*  $I$  dan  $b$ , dan  $\zeta_j$  adalah *inner residual variabel*. Adapun variabel laten dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen, sedangkan untuk variabel laten eksogennya adalah harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

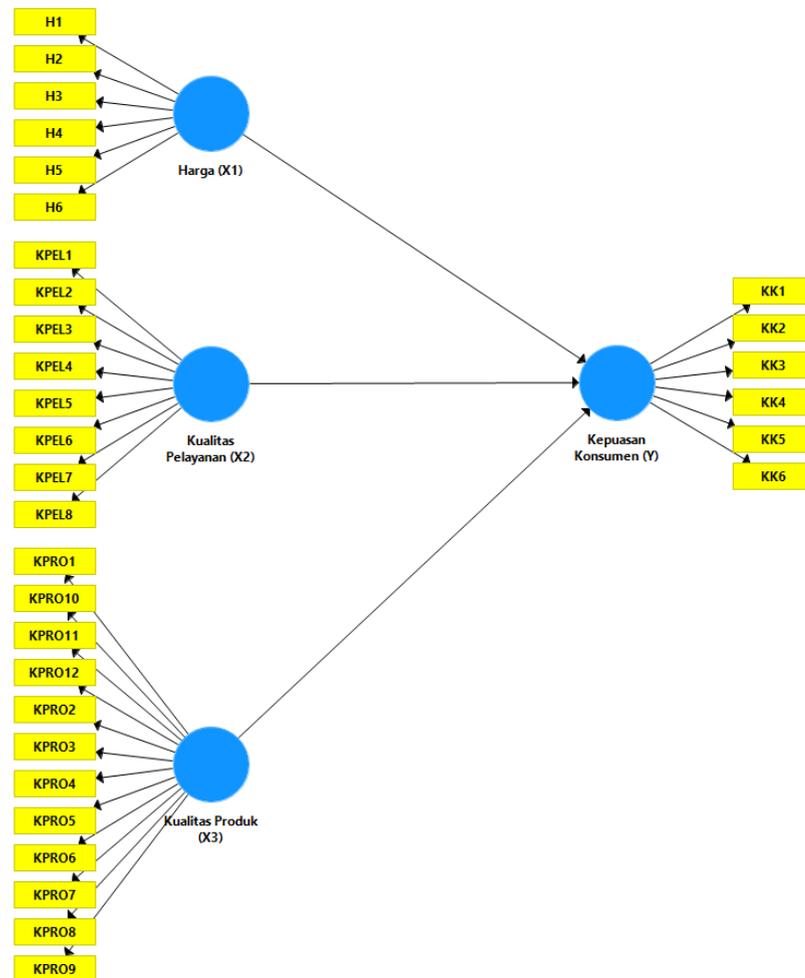
Langkah selanjutnya ialah menentukan variabel laten sebagai variabel yang membangun dalam *inner model* adalah merancang *outer model*. *Outer relation* atau *measurement model* adalah model yang menunjukkan bagaimana setiap blok indikator terhubung dengan variabel latennya. Dalam pengujian ini, blok indikator yang digunakan ialah blok indikator refleksif dengan persamaan sebagai berikut:

$$X = \Lambda_x \xi + \varepsilon_x$$

$$Y = \Lambda_y \eta + \varepsilon_y$$

X dan Y dalam model tersebut adalah indikator atau manifes variabel untuk variabel laten eksogen dan endogen,  $\xi$  dan  $\eta$ , sedangkan  $\Lambda_x$  dan  $\Lambda_y$  adalah *matrices loading* yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya. Sementara itu,  $\varepsilon_x$  dan  $\varepsilon_y$  menggambarkan simbol kesalahan pengukuran atau *noise*.

Dalam penelitian ini, *outer model* dibangun berdasarkan indikator-indikator yang telah disebutkan sebelumnya, yang mana variabel endogen kepuasan konsumen komputer rakitan dibangun oleh enam item (KK1, KK2, KK3, KK4, KK5, KK6), variabel eksogen harga dibangun oleh tiga indikator (H1, H2, H3, H4, H5, H6), variabel eksogen kualitas pelayanan dibangun oleh delapan item (KPEL1, KPEL2, KPEL3, KPEL4, KPEL5, KPEL6, KPEL7, KPEL8), variabel eksogen kualitas produk dibangun oleh enam indikator (KPRO1, KPRO2, KPRO3, KPRO4, KPRO5, KPRO6, KPRO7, KPRO8, KPRO9, KPRO10, KPRO11, KPRO12). Berikut adalah gambar rancangan model penelitian:



**Gambar 3. 2**  
**Model PLS-SEM**

## 2. Evaluasi model pengukuran refleksi

PLS tidak mengasumsi adanya distribusi tertentu untuk batas pengukuran, sehingga teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan. Model pengukuran dengan indikator refleksif dievaluasi dengan cara *convergent* dan *discriminant validity* dari indikator dan *composite reliability* untuk blok indikator. Proses ini dilakukan untuk memastikan jika indikator yang digunakan adalah pengukuran yang tepat (valid dan *reliable*). Maka, dalam evaluasinya akan

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menganalisis validitas, *reliabilitas* serta melihat tingkat prediksi setiap indikator terhadap variabel laten dengan menganalisis hal berikut:

- a. *Convergent Validity* adalah pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui tingkat korelasi antara variabel laten dengan indikatornya. *Convergent validity* digunakan untuk mengukur indikator dalam mencerminkan variabelnya. Menurut Hair dkk. (2016) apabila nilai *loadings factor* dari suatu indikator  $> 0,70$  maka indikator tersebut dinyatakan valid. Berbeda dengan pendapat Chin apabila nilai *loading* sudah mencapai 0,5-0,6 dalam penelitian awal maka dinyatakan sudah cukup baik (Ghozali, 2014). *Convergent validity* adalah alat pengukuran validitas reflektif sebagai estimasi variabel yang dapat dilihat melalui nilai outer loadings dari masing-masing indikator variabel (Juliana, 2017).
- b. Pengujian *discriminant validity* bertujuan untuk melihat tingkat prediksi pada konstruk terhadap blok indikator yang membangunnya serta memastikan bahwa setiap konsep model memiliki keunikannya sendiri. Pada pengujian *discriminant validity* langkah yang harus dilakukan adalah menganalisis hasil dari *Fornell-Lacker Criterion* dengan cara membandingkan korelasi antar variabel atau konstruk dengan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* ( $\sqrt{AVE}$ ). Apabila setiap variabel laten memiliki nilai akar kuadrat AVE lebih besar dari korelasi antar variabel laten lain, maka dapat dikatakan bahwa prediksi memiliki nilai AVE yang baik.
- c. Pada tahapan ini akan dilakukan pengujian *Average Variance Extracted* yang bertujuan untuk mengukur berapa banyak varians yang dapat terwakili oleh konstruknya dibandingkan dengan varians yang berasal dari kesalahan pengukuran. Apabila nilai AVE  $> 0,50$ , maka faktor laten mampu menjelaskan setengah dari *variance* pada setiap indikatornya sehingga nilai AVE dikatakan baik apabila  $> 0,50$  (Hair dkk. 2016).
- d. *Composite Reliability* merupakan pengukuran yang dilakukan untuk menguji reliabilitas atau kontinuitas pada model penelitian. Pengujian kontinuitas pada model dapat dilakukan melalui uji *Composite reliability* ataupun melalui

Ridwan Nurdiansyah, 2024

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus pada Pembelian Komputer Rakitan di Tokopedia)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

uji *cronbach's alpha*, namun berdasarkan tingkat akurasinya *composite reliability* dinilai lebih akurat dibandingkan *cronbach's alpha*. Menurut Hair dkk. (2016) uji *composite reliability* dan *cronbach's alpha* harus memiliki nilai  $> 0,70$  untuk membuktikan bahwa model yang digunakan dalam sebuah penelitian bersifat reliabel.

### 3. Evaluasi model struktural

Model struktural atau *inner model* dilakukan untuk memastikan model struktural yang dibangun *robust* dan akurat. Model ini dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter. Penjelasan adalah sebagai berikut:

- a. Analisis *R-Square* ( $R^2$ ). Penilaian pada besarnya variabel laten independen dapat mempengaruhi variabel laten dependen dapat dilakukan melalui uji *R-Square* ( $R^2$ ). Menurut Hair dkk. (2016) tingkat pengaruh dapat diklasifikasikan dalam tiga kategori, model termasuk dalam kategori kuat apabila  $R^2 = 0,67$ , model dikategorikan moderat apabila  $R^2 = 0,33$  dan model dikategorikan lemah apabila  $R^2 = 0,19$ .
- b. Analisis *Multicollinearity*, untuk mengetahui keberadaan multikolinearitas dalam model PLS-SEM diperlukan analisis *Multicollinearity* dengan cara menganalisis nilai *tolerance* atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Model PLS-SEM dinyatakan terdapat multikolinearitas apabila nilai *tolerance*  $< 0,20$  atau nilai VIF  $> 5$ , Namun jika nilai *tolerance*  $> 0,20$  atau nilai VIF  $< 5$  maka model dinyatakan terbebas dari multikolinearitas (Garson, 2016).
- c. Analisis  $F^2$ . Hubungan signifikansi antar variabel perlu diketahui melalui uji analisis *F-Square* ( $F^2$ ). Dengan kata lain, uji ini digunakan untuk mengetahui tingkat prediktor variabel laten. Kriteria analisis  $F^2$  yaitu apabila nilai  $F^2 = 0,35$  maka dikategorikan kuat,  $F^2 = 0,15$  maka dikategorikan moderat,  $F^2 = 0,02$  maka dikategorikan lemah dan  $F^2 < 0,02$  maka dapat dikatakan tidak ada efek.

- d. Analisis *Q-Square Predictive Relevance*. Kemampuan model dan parameternya dalam menghasilkan nilai observasi yang baik dapat dilihat melalui analisis *Q-Square* ( $Q^2$ ). Sebuah model memiliki nilai *predictive relevance* yang baik apabila nilai  $Q^2 > 0$ , dan sebaliknya model teridentifikasi memiliki *predictive relevance* yang kurang baik apabila nilai  $Q^2 < 0$ . Adapun perhitungan *Q-Square* untuk penelitian ini sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2)(1 - R^2)$$

- e. Analisis *Goodness of Fit* (GoF), berbeda dengan SEM berbasis kovarian, dalam SEM-PLS pengujian GoF dilakukan secara manual karena tidak termasuk dalam *output* SmartPLS. Menurut Tenenhaus dalam (Hussein, 2015). Analisis GoF memiliki tiga kriteria, apabila nilai GoF = 0,01 maka termasuk kategori kecil, apabila nilai GoF = 0,25 maka termasuk kategori medium dan apabila nilai GoF = 0,38 maka termasuk kategori besar. Penghitungan analisis GoF dapat dilakukan secara manual dengan mendapatkan nilai rata-rata AVE dan nilai rata-rata  $R^2$ . Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE} \times \sqrt{R^2}$$

#### 4. Pengujian hipotesis (*resampling bootstrapping*)

Tahap selanjutnya pada pengujian PLS-SEM adalah melakukan uji statistik atau uji t dengan menganalisis pada hasil *bootstrapping* atau *path coefficients*. Uji hipotesis dilakukan untuk membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ), maka hipotesis diterima. Selain itu, untuk melihat uji hipotesis dalam PLS-SEM dapat dilihat dari nilai *p-value*, apabila nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima dan begitu pun sebaliknya (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017). Berikut adalah rumusan hipotesis yang diajukan:

##### a. Hipotesis Pertama

$H_0 : \mu = 0$ , artinya harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_A : \mu > 0$ , artinya harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

b. Hipotesis Kedua

$H_0 : \mu = 0$ , artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_A : \mu > 0$ , artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

c. Hipotesis Ketiga

$H_0 : \mu = 0$ , artinya kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

$H_A : \mu > 0$ , artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.