

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini mengkaji dampak *e-service quality* terhadap *reuse intention* melalui *e-satisfaction* pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia. Terdapat tiga variabel penelitian dalam penelitian ini. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016b), variabel eksogen adalah variabel yang mempunyai pengaruh positif atau negatif terhadap variabel endogen. Menurut (McDaniel & Gates, n.d.) variabel eksogen diartikan sebagai simbol atau konsep dimana peneliti memiliki kontrol yang diduga menyebabkan atau mempengaruhi variabel endogen. Variabel endogen menurut (Sekaran & Bougie, 2016b) merupakan variabel utama yang menarik bagi peneliti dengan tujuan untuk memahami dan menjelaskan variabel dependen serta menjelaskan atau memprediksi variabilitasnya. Variabel endogen pada penelitian ini yaitu *reuse intention* (Y) meliputi *intention* (Y₁) dan *useful for transaction* (Y₂) (Sobti, 2019). Selanjutnya objek penelitian sebagai variabel eksogen yaitu *e-service quality* (X₁) meliputi *efficiency* (X_{1.1}), *fulfillment* (X_{1.2}), *system availability* (X_{1.3}), *privacy* (X_{1.4}), *responsiveness* (X_{1.5}), *compensation* (X_{1.6}), serta *contact* (X_{1.7}) (Puranda et al., 2022) dan *e-satisfaction* (X₂) meliputi *convenience* (X_{2.1}), *merchandising* (X_{2.2}), *site design* (X_{2.3}), *security* (X_{2.4}), dan *service ability* (X_{2.5}) (Ellitan & Suhartatik, 2023). Unit analisis yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun mulai dari Maret 2023 sampai Desember 2023, maka metode yang digunakan yaitu *cross sectional*. Metode penelitian *cross sectional* merupakan metode di mana data yang dikumpulkan hanya sekali dalam kurun waktu tertentu, mungkin selama beberapa hari, minggu atau bulan, untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran & Bougie, 2016b) sehingga penelitian ini seringkali disebut penelitian sekali bidik atau *one snapshot* (Hermawan, 2009).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk menggambarkan karakteristik sesuatu, biasanya kelompok terkait seperti konsumen, penjual, organisasi, atau area pasar (Malholtra & Dash, 2016). Menurut (Sekaran & Bougie, 2016b) penelitian deskriptif adalah jenis penelitian konklusif yang memiliki tujuan utama mendeskripsikan sesuatu. Hasil akhir dari penelitian ini biasanya berupa tipologi atau pola-pola mengenai fenomena yang sedang dibahas. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk menjelaskan mekanisme proses dan membuat seperangkat kategori atau pola (Dr.Priyono, 2018). Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh gambaran secara keseluruhan terkait *e-service quality*, *e-satisfaction*, dan *reuse intention*.

Menurut (Ambarita, 2016) penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memverifikasi kebenaran pengetahuan. 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 (Arifin, 2011), sehingga tujuan dari penelitian verifikatif dalam penelitian ini untuk memperoleh kebenaran dari sebuah hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap *reuse intention* melalui *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap penelitian. *Explanatory survey* hal ini dilakukan untuk mengekstrak fakta dari gejala yang ada dan menemukan informasi faktual tentang intuisi sosial, ekonomi, atau politik kelompok atau wilayah (Hasan, 2014). Penelitian yang menggunakan metode ini akan mendapatkan informasi dari populasi dan dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan

tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2.2 Operasional Variabel

Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya. Operasionalisasi variabel akan mempermudah dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual. Penelitian yang dilakukan meliputi tiga variabel, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen di antaranya:

1. Variabel eksogen adalah *e-service quality* (X_1) dan *e-satisfaction* (X_2)
2. Variabel endogen (Y) adalah *reuse intention*

Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel 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_1)	<i>E-service Quality</i> merupakan evaluasi pelanggan terhadap keuntungan dan kualitas layanan pengiriman elektronik di pasar dunia maya (Pratiwi et al., 2022).				
<i>Efficiency</i> ($X_{1.1}$)	<i>Efficiency</i> merupakan manfaat yang dapat diterima konsumen karena dapat dengan mudah menggunakan dan mengakses atau melakukan pencarian dalam mengakses informasi produk (Puranda et al., 2022)	<i>Access to App</i>	Tingkat kebermanfaatan menggunakan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	1
		<i>Product and Service</i>	Tingkat kemudahan mencari informasi produk dan layanan yang ditawarkan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	2
<i>Fulfillment</i> ($X_{1.2}$)	<i>Fulfillment</i> merupakan ketepatan atau keakuratan janji layanan aplikasi atau <i>website</i> mengenai transaksi yang dilakukan	<i>Accuracy of Promise</i>	Tingkat ketetapan janji layanan yang ditawarkan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	3
		<i>Up to Date Product</i>	Tingkat kebaruan (<i>up to date</i>) produk yang ditawarkan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	4

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	sesuai dengan waktu dan barang yang tersedia dengan yang dijanjikan kepada pengguna (Puranda et al., 2022).	<i>Product</i>	Tingkat variasi produk yang ditawarkan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	5
<i>System Availability</i> (X1.3)	<i>System Availability</i> merupakan kemampuan penyedia layanan untuk menyediakan fungsi yang berjalan dengan lancar dan benar di halaman aplikasi atau situs <i>web</i> (Puranda et al., 2022).	<i>Usability</i>	Tingkat kebermanfaatan fitur-fitur layanan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	6
		<i>Adaptability</i>	Tingkat kemampuan adaptasi aplikasi <i>Sociolla</i> dalam memenuhi atau menyesuaikan kebutuhan konsumen	Interval	7
		<i>Reliability</i>	Tingkat keandalan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam memenuhi kebutuhan konsumen	Interval	8
<i>Privacy</i> (X1.4)	<i>Privacy</i> merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan keamanan aplikasi untuk melindungi data pelanggan dari penipuan dan kebocoran informasi pribadi (Puranda et al., 2022).	<i>Data Protection</i>	Tingkat kemampuan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam melindungi data konsumen	Interval	9
		<i>Security</i>	Tingkat keamanan aplikasi <i>Sociolla</i> dari penipuan produk atau layanan	Interval	10
		<i>Data Confidentiality</i>	Tingkat kemampuan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam merahasiakan data konsumen	Interval	11
<i>Responsiveness</i> (X1.5)	<i>Responsiveness</i> merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan	<i>Fast Response to Solve Problems</i>	Tingkat kecepatan pelayanan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam menanggulangi keluhan konsumen	Interval	12

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	respons cepat ketika berhadapan dengan masalah penggunaan aplikasi atau pertanyaan tentang aplikasi atau situs web (Puranda et al., 2022).	<i>Emphaty</i>	Tingkat kepedulian aplikasi <i>Sociolla</i> dalam menangani permasalahan konsumen	Interval	13
<i>Compensation</i> (X _{1.6})	<i>Compensation</i> merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan kompensasi berupa pengembalian biaya pengiriman dan biaya layanan ketika terjadi masalah dalam menggunakan aplikasi atau website (Puranda et al., 2022).	<i>Service</i>	Tingkat kualitas pelayanan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	14
<i>Contact</i> (X _{1.6})	<i>Contact</i> merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan bantuan melalui layanan <i>online</i> atau panggilan telepon ketika terjadi masalah saat menggunakan aplikasi atau situs web (Puranda et al., 2022).	<i>Longest Wait Time</i>	Tingkat kemampuan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam memberikan layanan bantuan kepada konsumen dengan waktu yang sesingkat-singkatnya	Interval	15
		<i>Call Center</i>	Tingkat kemampuan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam menyediakan <i>call center</i>	Interval	16
<i>E-satisfaction</i> (X ₂)	<i>E-satisfaction</i> merupakan akumulasi kepuasan yang diperoleh konsumen setelah setiap pembelian dan pengalaman mengonsumsi produk atau layanan dari waktu ke waktu di situs <i>web online</i> (Zaraswati & Setyawati, 2023).				
<i>Convenience</i> (X _{2.1})	<i>Convenience</i> (Kemudahan), dalam belanja <i>online</i> dapat menghemat waktu dan tenaga dengan	<i>Comfortable</i>	Tingkat kenyamanan menggunakan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam berbelanja <i>online</i>	Interval	17

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	mempermudah mencari <i>merchant</i> , mencari barang, dan mendapatkan penawaran (Ellitan & Suhartatik, 2023).	<i>Benefits</i>	Tingkat keuntungan menggunakan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	18
<i>Merchandising</i> (X _{2.2})	<i>Merchandising</i> , informasi yang lebih kaya (kualitas yang lebih luas dan lebih tinggi) tersedia secara <i>online</i> untuk menghasilkan keputusan pembelian yang lebih baik dan tingkat kepuasan elektronik yang lebih tinggi (Ellitan & Suhartatik, 2023).	<i>Number of Offerings</i>	Tingkat frekuensi atau intensitas penawaran pada aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	19
		<i>Variety of Offerings</i>	Tingkat variasi penawaran pada aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	20
<i>Site Design</i> (X _{2.3})	<i>Site Design</i> (Desain Situs), desain <i>web</i> yang baik adalah tentang organisasi yang baik dan pencarian yang mudah. (Ellitan & Suhartatik, 2023).	<i>Navigation Structure</i>	Tingkat kemudahan struktur navigasi atau petunjuk penggunaan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	21
		<i>Website Design & Interface</i>	Tingkat kemenarikan desain dan antarmuka aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	22
		<i>Fast Presentation</i>	Tingkat kecepatan perubahan tampilan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	23
		<i>Updated Information</i>	Tingkat ketersediaan kebaruan (<i>up to date</i>) informasi pada aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	24
<i>Security</i> (X _{2.4})	<i>Security</i> (Keamanan) istilah keamanan jaringan <i>e-bisnis</i> mengacu pada aktivitas yang melindungi sumber daya perusahaan dan	<i>Financial Security</i>	Tingkat keamanan keuangan pada aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	25

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
	infrastrukturnya serta mengurangi risiko penyalahgunaan, kehilangan, dan kerusakan (Ellitan & Suhartatik, 2023).				
<i>Service Ability</i> (X _{2.5})	<i>Service Ability</i> (Kemampuan Layanan), umpan balik umum tentang desain situs <i>web</i> , harga produk yang kompetitif, ketersediaan barang dagangan, kondisi barang dagangan, pengiriman tepat waktu, kebijakan pengembalian, dukungan pelanggan, konfirmasi <i>email</i> pesanan pelanggan, kegiatan promosi adalah semua faktor yang mempengaruhi kepuasan elektronik (Ellitan & Suhartatik, 2023).	<i>Redressal Complaints</i>	Tingkat ketersediaan layanan ganti rugi pada aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	26
		<i>Customer Support</i>	Tingkat ketersediaan layanan konsumen pada aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	27
		<i>Return Policy</i>	Tingkat ketersediaan kebijakan pengembalian produk pada aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	28
		<i>Purchase Process</i>	Tingkat ketersediaan informasi proses pembelian pada aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	29
		<i>Post Service</i>	Tingkat ketersediaan layanan pasca pembelian pada aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	30
<i>Reuse Intention</i> (Y)	<i>Reuse Intention</i> merupakan motif seseorang untuk terus terlibat dan menggunakan system atau aplikasi tertentu (Sairaga & Maulana, 2023).				
<i>Intention</i> (Y _{3.1})	<i>Intention</i> terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. (Sobti, 2019)	Tetap Menggunakan	Tingkat keinginan untuk tetap menggunakan aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	31
		Rekomendasi	Tingkat keinginan merekomendasikan aplikasi <i>Sociolla</i> kepada orang lain	Interval	32
		Setia Penggunaan	Tingkat keinginan untuk loyal/setia dalam menggunakan satu aplikasi yaitu aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	33

Variabel/ Subvariabel	Konsep Variabel/ Subvariabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>Useful for Transaction</i> (Y _{3.2})	<i>Useful for transaction</i> atau manfaat, didefinisikan sebagai kegunaan atau kebermanfaatan layanan yang disediakan oleh aplikasi untuk kebutuhan pengguna (Sobti, 2019)	Transaksi belanja <i>online</i>	Tingkat kebermanfaatan transaksi belanja <i>online</i> di aplikasi <i>Sociolla</i>	Interval	34

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam 2 golongan yaitu:

1. Data Primer

Data primer (data asli atau data baru) adalah data yang diperoleh langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan memerlukan data tersebut (Hasan, 2014). Lain halnya dengan (Sekaran & Bougie, 2016b) mendefinisikan data primer sebagai data yang dikumpulkan langsung untuk analisis selanjutnya untuk mencari solusi terhadap masalah yang diteliti. Penelitian ini memiliki data primer yang bersumber dari penyebaran angket atau kuesioner secara *online* kepada pengguna aplikasi *Sociolla* yang belum melakukan transaksi pembelian, dimana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada dan biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu (Hasan, 2014). Pada penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel majalah pemasaran, maupun artikel yang diambil di internet yang disajikan pada Tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

NO	Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data
	8 Negara dengan Persentase Pengguna Internet yang Membeli Barang <i>Online</i> Tertinggi pada Tahun 2021-2022	Sekunder	<i>We are Social</i>
2.	Peringkat <i>E-commerce</i> di Indonesia pada Tahun 2021-2022	Sekunder	<i>iprice</i>
3.	Produk Pilihan saat Berbelanja <i>Online</i> pada Tahun 2021-2022	Sekunder	<i>We are Social</i>
4.	Penggunaan <i>Sociolla</i> di Indonesia dari Tahun 2021-2022	Sekunder	<i>iprice</i>
5.	Tanggapan responden pada pengguna aplikasi <i>Sociolla</i> di Indonesia mengenai <i>e-service quality</i>	Primer	Hasil pengolahan data responden pada pengguna aplikasi <i>Sociolla</i> di Indonesia
6.	Tanggapan responden pada pengguna aplikasi <i>Sociolla</i> di Indonesia mengenai <i>e-satisfaction</i>	Primer	Hasil pengolahan data responden pada pengguna aplikasi <i>Sociolla</i> di Indonesia
7.	Tanggapan responden pada pengguna aplikasi <i>Sociolla</i> di Indonesia mengenai <i>reuse intention</i>	Primer	Hasil pengolahan data responden pada pengguna aplikasi <i>Sociolla</i> di Indonesia

Sumber: Hasil pengolahan data dan referensi 2023

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh seorang peneliti. Data populasi digunakan untuk pengambilan keputusan atau digunakan untuk pengujian hipotesis. Dalam pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Populasi perlu diidentifikasi secara tepat dan akurat sejak awal penelitian. Populasi yang tidak diidentifikasi dengan baik, memungkinkan akan menghasilkan sebuah kesimpulan penelitian yang keliru. Hasil penelitian tersebut kemungkinan tidak akan memberikan informasi yang relevan karena tidak tepatnya penentuan populasi (Hermawan, 2009).

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION* (Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

Tujuan utama penarikan sampel adalah untuk memperoleh informasi tentang populasi (Hermawan, 2009). Dengan mempersempit batasan populasinya, maka kita akan mendapatkan populasi sasaran. Jadi yang disebut dengan populasi sasaran adalah yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian atau populasi yang benar-benar akan dijadikan sumber data. Berdasarkan pengertian populasi sasaran tersebut, maka banyaknya pengunjung *Sociolla* untuk Q2 2022 yang diakses di *Iprice.co.id* pada 6 Juni 2023 pukul 21.00 WIB diperoleh populasi rata-rata per bulan pengunjung *Sociolla* berukuran 1.426.667 (<https://iprice.co.id/>). Kriterianya antara lain:

1. Memiliki aplikasi *Sociolla*
2. Pernah membeli produk perawatan ataupun kecantikan lebih dari sekali di aplikasi *Sociolla*

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan sub dari seperangkat elemen yang dipilih untuk dipelajari (J. Sarwono, 2006) dalam hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Sampel adalah sub-kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Malholtra & Dash, 2016). Menurut (McDaniel & Gates, 2015) sampel dapat didefinisikan sebagai bagian dari semua anggota populasi yang diminati. Dengan mengambil sampel, peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasikan terhadap populasi. Objek populasi diperkenankan diambil dari sebagian jumlah yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Pada penelitian ini, tidak mungkin semua populasi dapat diteliti oleh penulis, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili objek populasi lain yang tidak diteliti. Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi dari pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia, dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut. Penelitian ini menentukan sampel berdasarkan

metode analisis yang akan digunakan yaitu *structural equation model* (SEM). Pedoman penentuan ukuran sampel (*sample size*) pada metode SEM di jelaskan oleh (H. Sarjono & Julianita, 2015).

Perhitungan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan rumus slovin. Rumus slovin merupakan metode untuk mengukur sampel dengan syarat jumlah populasi yang relatif besar. Berikut ini merupakan rumus slovin untuk menentukan sampel:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel
N = jumlah populasi
e = batas toleransi (10%)

Jumlah populasi pada penelitian ini sebesar 1.426.667 orang, sehingga batas toleransi yang digunakan adalah 10%. Maka jumlah minimal sampel yang ditentukan sebesar:

$$n = \frac{1.426.667}{1 + 1.426.667 (0,1)^2}$$

$$n = 199,99$$

Maka penelitian ini mengambil jumlah sampel data sebanyak 200 sampel yang merupakan pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia. Untuk keperluan penelitian ukuran sampel ditambah sebanyak 30 responden sehingga menjadi 230 responden untuk menghindari kesalahan responden dalam pengisian kuesioner.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*). Menurut (Sekaran & Bougie, 2016b) sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi, sehingga sampel penelitian dan pemahaman tentang sifat atau karakteristik memungkinkan bari kita untuk menggeneralisasi sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Terdapat tipe teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

Probability sampling merupakan sampel dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. *Probability sampling* memiliki empat jenis teknik penarikan yaitu *simple random sampling*, *systematic sampling*, *stratification sampling* dan *cluster sampling*. Untuk *non-probability sampling* kebalikan dari *probability* dimana setiap elemen atau populasi tidak memiliki peluang yang sama dan pemilihan sampel bersifat objektif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability* yaitu *simple random sampling*. *Non-probability sampling* terdiri dari *convenience sampling*, *purposive sampling*, *judgement sampling* dan *quota sampling*.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* karena setiap elemen populasi penelitian memiliki peluang atau probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Metode yang digunakan yaitu metode penarikan sampel acak sederhana atau *simple random sampling*, dimana setiap elemen dalam populasi telah diketahui dan memiliki probabilitas seleksi yang setara, setiap elemen dipilih secara independen dari setiap elemen lainnya dan sampel diambil dengan prosedur random dari kerangka *sampling* (Malholtra & Dash, 2016).

Pada penelitian ini telah ditentukan bahwa jumlah sampel yang diambil sebanyak 200 orang dan populasi sarannya adalah pengguna aplikasi *Sociolla* sebagai indikasi *reuse intention*.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan tahapan dalam proses penelitian yang penting, karena dengan mendapatkan data yang tepat maka proses penelitian akan berlangsung sampai peneliti menemukan jawaban dari perumusan masalah yang telah ditetapkan (J. Sarwono, 2006). Penelitian ini menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data, diantaranya:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis secara *online* maupun *offline* kepada responden pengguna aplikasi *Sociolla*. Kuesioner yang disebarkan kepada responden mengemukakan beberapa pertanyaan yang

mencerminkan indikator pada variabel hubungan *e-service quality*, *e-satisfaction* dan *reuse intention*. Responden akan memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang tepat. (<https://bit.ly/KuesionerPenelitianAfifatu>).

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menyusun kuesioner penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Mengkaji dimensi dan indikator yang dapat menunjukkan hasil penelitian dengan membaca hasil penelitian terdahulu, lalu dibuat kisi-kisi kuesioner atau pernyataan.
- b. Merumuskan butir-butir pernyataan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan dalam kuesioner ini bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pernyataan tertulis disertai dengan alternatif jawaban yang disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
- c. Memberi nilai (*score*) untuk setiap butir pernyataan dengan skala interval.
- d. Setelah tersusun dilakukan diskusi dengan Dosen Pembimbing untuk ketepatan redaksi dan indikator pengukuran, setelah dirasa tepat lalu dibuat naskah kuesioner yang utuh dan sistematis.

Langkah-langkah penyebaran kuesioner secara *online* adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun daftar pernyataan secara *online* menggunakan Google Drive, dengan menggunakan alamat *email* dan *create form* untuk membuat kuesioner.
- b. Penyusunan *layout* kuesioner sesuai dengan fungsinya, setelah selesai dilakukan penyebaran kuesioner dengan mengirimkan tautan dari kuesioner tersebut pada responden. Cara yang dilakukan yaitu dengan mengirim tautan melalui DM (*Direct Message*) atau pesan langsung melalui media sosial instagram pengguna aplikasi *Sociolla*.

2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, terdiri dari

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

studi literatur mengenai *e-service quality* dan *reuse intention*. Studi literatur tersebut didapat dari berbagai sumber, yaitu: a) Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), b) Skripsi, c) Jurnal Ekonomi dan Bisnis, d) Media cetak (majalah dan koran) dan e) Media Elektronik (Internet).

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian, karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Berbagai metode pengumpulan data tidak selalu mudah dan proses pengumpulan data seringkali terjadi adanya pemalsuan data, oleh karena itu, diperlukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Guna menguji layak atau tidaknya instrumen penelitian yang disebarakan kepada responden dilakukan dua tahap pengujian yakni uji validitas dan reliabilitas. Keberhasilan mutu hasil penelitian dipengaruhi oleh data yang valid dan reliabel, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian harus valid dan reliabel.

Penelitian ini menggunakan data interval yaitu data yang menunjukkan jarak antara satu dengan yang lain dan mempunyai bobot yang sama serta menggunakan skala pengukuran *semantic differential*. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* atau program komputer IBM *Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 29.0 for Windows.

3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas berkaitan dengan ketepatan penggunaan indikator untuk menjelaskan arti konsep yang sedang diteliti. Sementara itu, reliabilitas berkaitan dengan konsistensi suatu indikator (Dr.Priyono, 2018). Validitas internal (*internal validity*) atau rasional yaitu bila kriteria yang ada dalam instrumen secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Untuk validitas eksternal (*external validity*), bila kriteria di dalam instrumen disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk yang akan membuktikan seberapa baik hasil dari penggunaan yang diperoleh sesuai dengan teori-teori di sekitar yang dirancang dalam tes (Sekaran & Bougie, 2016). Kevalidan suatu instrumen dihitung menggunakan rumus korelasi *product moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

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

Sumber: (Malhotra, 2010)

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*
 n = Jumlah sampel
 \sum = Kuadrat faktor variabel X
 $\sum X^2$ = Kuadrat faktor variabel X
 $\sum Y^2$ = Kuadrat faktor variabel Y
 $\sum XY$ = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y t_{beta}
 Dimana: t_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

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

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dalam penelitian ini akan diuji validitas dari instrumen *e-service quality* sebagai variabel X_1 , *e-satisfaction* sebagai variabel X_2 dan *reuse intention* sebagai variabel Y. Jumlah pernyataan variabel X_1 yaitu sebanyak 16 pernyataan, variabel X_2 sebanyak 14 pernyataan dan variabel Y sebanyak 4 pernyataan. Pengujian validitas dilakukan kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat bebas $df = n-2 = 30-2=28$, maka diperoleh tabel sebesar 0,361. Berikut ini Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel X_1 (*E-Service Quality*) sebagai berikut:

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *E-SERVICE QUALITY*

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Efficiency</i>				
1	Kebermanfaatan menggunakan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,709	0,361	Valid
2	Kemudahan mencari informasi produk dan layanan yang ditawarkan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,774	0,361	Valid
<i>Fulfillment</i>				
3	Ketetapan janji layanan yang ditawarkan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,699	0,361	Valid
4	Kebaruan (<i>up to date</i>) produk yang ditawarkan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,663	0,361	Valid
5	Variasi produk yang ditawarkan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,553	0,361	Valid
<i>System Availability</i>				
6	Kebermanfaatan fitur-fitur layanan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,795	0,361	Valid
7	Kemampuan adaptasi aplikasi <i>Sociolla</i> dalam memenuhi atau menyesuaikan kebutuhan konsumen	0,808	0,361	Valid
8	Keandalan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam memenuhi kebutuhan konsumen	0,672	0,361	Valid
<i>Privacy</i>				
9	Kemampuan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam melindungi data konsumen	0,734	0,361	Valid
10	Keamanan aplikasi <i>Sociolla</i> dari penipuan produk atau layanan	0,790	0,361	Valid
11	Kemampuan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam merahasiakan data konsumen	0,812	0,361	Valid
<i>Responsiveness</i>				
12	Kecepatan pelayanan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam menanggulangi keluhan konsumen	0,765	0,361	Valid
13	Kepedulian aplikasi <i>Sociolla</i> dalam menangani permasalahan konsumen	0,746	0,361	Valid
<i>Compensation</i>				
14	Kualitas pelayanan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,693	0,361	Valid
<i>Contact</i>				
15	Kemampuan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam memberikan layanan bantuan kepada konsumen dengan waktu yang sesingkat-singkatnya	0,726	0,361	Valid
16	Kemampuan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam menyediakan <i>call center</i>	0,500	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023
(Menggunakan SPSS versi 29.0 for Windows)

Berdasarkan Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel *E-Service Quality* (X_1) menunjukkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan valid dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Adapun nilai tertinggi berada pada dimensi *privacy* dengan pernyataan

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

"Kemampuan aplikasi *Sociolla* dalam merahasiakan data konsumen" sebesar 0,812, sedangkan nilai terendah berada pada dimensi *contact* yakni pernyataan "Kemampuan aplikasi *Sociolla* dalam menyediakan *call center*" dengan nilai sebesar 0,500. Berikut Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel *E-Satisfaction* (X_2).

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *E-SATISFACTION*

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Convenience</i>				
1	Kenyamanan menggunakan aplikasi <i>Sociolla</i> dalam berbelanja <i>online</i>	0,722	0,361	Valid
2	Keuntungan menggunakan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,777	0,361	Valid
<i>Merchandising</i>				
3	Frekuensi atau intensitas penawaran pada aplikasi <i>Sociolla</i>	0,808	0,361	Valid
4	Variasi penawaran pada aplikasi <i>Sociolla</i>	0,784	0,361	Valid
<i>Site Design</i>				
5	Kemudahan struktur navigasi atau petunjuk penggunaan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,687	0,361	Valid
6	Kemenarikan desain dan antarmuka aplikasi <i>Sociolla</i>	0,658	0,361	Valid
7	Kecepatan perubahan tampilan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,531	0,361	Valid
8	Ketersediaan kebaruan (<i>up to date</i>) informasi pada aplikasi <i>Sociolla</i>	0,625	0,361	Valid
<i>Security</i>				
9	Keamanan keuangan pada aplikasi <i>Sociolla</i>	0,807	0,361	Valid
<i>Service Ability</i>				
10	Ketersediaan layanan ganti rugi pada aplikasi <i>Sociolla</i>	0,621	0,361	Valid
11	Ketersediaan layanan konsumen pada aplikasi <i>Sociolla</i>	0,883	0,361	Valid
12	Ketersediaan kebijakan pengembalian produk pada aplikasi <i>Sociolla</i>	0,678	0,361	Valid
13	Ketersediaan informasi proses pembelian pada aplikasi <i>Sociolla</i>	0,676	0,361	Valid
14	Ketersediaan layanan pasca pembelian pada aplikasi <i>Sociolla</i>	0,821	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023
(Menggunakan SPSS versi 29.0 *for Windows*)

Berdasarkan Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel *E-Satisfaction* (X_2) menunjukkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan valid dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Adapun nilai tertinggi berada pada dimensi *service ability* dengan pernyataan "Ketersediaan layanan konsumen pada aplikasi *Sociolla*" sebesar 0,883, sedangkan nilai terendah berada pada dimensi *site design* yakni pernyataan "Kecepatan perubahan tampilan aplikasi *Sociolla*" dengan nilai sebesar 0,531. Berikut Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel *Reuse Intention* (Y).

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS REUSE INTENTION

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Intention</i>				
1	Keinginan untuk tetap menggunakan aplikasi <i>Sociolla</i>	0,716	0,361	Valid
2	Keinginan merekomendasikan aplikasi <i>Sociolla</i> kepada orang lain	0,816	0,361	Valid
3	Keinginan untuk loyal/setia dalam menggunakan satu aplikasi yaitu aplikasi <i>Sociolla</i>	0,683	0,361	Valid
<i>Useful for Transaction</i>				
4	Kebermanfaatan transaksi belanja <i>online</i> di aplikasi <i>Sociolla</i>	0,873	0,361	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023
(Menggunakan SPSS versi 29.0 for Windows)

Berdasarkan Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel *Reuse Intention* (Y) menunjukkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan valid dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Adapun nilai tertinggi berada pada dimensi *useful for transaction* dengan pernyataan "Kebermanfaatan transaksi belanja *online* di aplikasi *Sociolla*" sebesar 0,873, sedangkan nilai terendah berada pada dimensi *intention* yakni pernyataan "Keinginan untuk loyal/setia dalam menggunakan satu aplikasi yaitu aplikasi *Sociolla*" dengan nilai sebesar 0,683.

3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukan sejauh mana data bebas dari kesalahan sehingga dapat menjamin pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dalam seluruh instrumen. Dapat diketahui bahwa reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi instrumen untuk mengukur konsep dan membantu untuk menilai kebaikan dari ukuran (Sekaran & Solution, 2016). Reliabilitas sebagai sejauh mana

suatu ukuran bebas dari kesalahan acak. Reliabilitas dinilai dengan cara menentukan hubungan antara skor yang diperoleh dari skala administrasi yang berbeda. Jika asosiasi tinggi, maka skala akan menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat dikatakan reliabel (Malholtra & Dash, 2016).

Pengujian instrumen dilakukan dengan internal *consistency* dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus Spearman Brown, yaitu:

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

Keterangan:

r_i = reliabilitas seluruh konsumen

r_b = korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal sebuah item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka *item* pernyataan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka *item* pernyataan dikatakan reliabel.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $df = n-2 = 30-2-28$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,361. Hasil perhitungan dalam penelitian ini dibantu menggunakan program *Statistical Product for Service Solutions* SPSS versi 29 for Windows, dengan hasil yang menunjukkan bahwa instrumen kuesioner dinyatakan reliabel karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Berikut Tabel 3.7 mengenai Hasil Pengujian Reliabilitas variabel pengaruh *e-service quality* terhadap *reuse intention* melalui *e-satisfaction* sebagai berikut.

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	<i>E-Service Quality</i>	0,937	0,361	Reliabel
2	<i>E-Satisfaction</i>	0,927	0,361	Reliabel
3	<i>Reuse Intention</i>	0,772	0,361	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

(Menggunakan SPSS versi 29.0 for Windows)

Berdasarkan Tabel 3.7 di atas dapat dilihat bahwa tingkat reliabilitas variabel *e-service quality* sebesar 0,937, variabel *e-satisfaction* sebesar 0,927 dan

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*

(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

variabel *reuse intention* sebesar 0,772, maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang dapat dipakai dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena *cronbach's alpha* sangat tinggi yakni di atas 5% atau 0,5.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

Analisis data merupakan langkah untuk menganalisis atau yang telah dikumpulkan secara statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan telah didukung oleh data (Sekaran & Solution, 2016). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner disusun oleh peneliti berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. Menyusun data, kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kelengkapan karakteristik responden, kelengkapan data dan pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.
2. Menyeleksi data, kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang telah terkumpul.
3. Tabulasi data, penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah berikut ini:
 - a. Memasukan/input data ke program Microsoft Office Excel
 - b. Memberi skor pada setiap *item*
 - c. Menjumlahkan skor pada setiap *item*
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

Penelitian ini meneliti pengaruh *e-service quality* (X_1) terhadap *reuse intention* (Y) melalui *e-satisfaction* (X_2). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *semantic differential scale* yang biasanya menunjukkan skala tujuh poin dengan atribut bipolar mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden (Sekaran & Solution, 2016). Data yang diperoleh adalah data interval. Rentang dalam penelitian ini yaitu sebanyak 7 angka. Responden yang memberi penilaian pada angka 7, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 1 berarti persepsi responden terhadap pernyataan tersebut sangat negatif. Kategori kriteria dan rentang jawaban dapat dilihat pada Tabel 3.7 Skor Alternatif berikut ini.

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

2. Skor ideal

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

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

3. Teknik Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain: 1) Analisis Deskriptif Variabel X_1 (*e-service quality*), dimana X_1 terfokus pada penelitian terhadap *e-service quality* melalui *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, serta *contact*. 2) Analisis Deskriptif Variabel X_2 (*e-satisfaction*), dimana X_2 terfokus pada penelitian terhadap *e-satisfaction* melalui *convenience*, *merchandising*, *site design*, *security*, dan *service ability*. 3) Analisis Deskriptif Variabel Y (*reuse intention*), dimana variabel Y terfokus pada penelitian terhadap *reuse intention* melalui *intention* dan *useful for transaction*.

Cara yang dilakukan untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil 0% sampai 100%. Format tabel analisis deskriptif yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.8 Analisis Deskriptif sebagai berikut.

TABEL 3.8
ANALISIS DESKRIPTIF

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Total	Skor Ideal	Total Skor Per-Item	% Skor
Skor						
Total Skor						

Sumber: Modifikasi dari (Sekaran & Solution, 2016).

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 dan sangat rendah. Tujuan dibuat garis kontinum ini adalah untuk membandingkan setiap skor total tiap variabel untuk memperoleh gambaran pada *reuse intention* (Y) dan variabel *e-service quality* (X₁) dan *e-satisfaction* (X₂). Rancangan langkah-langkah pembuatan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

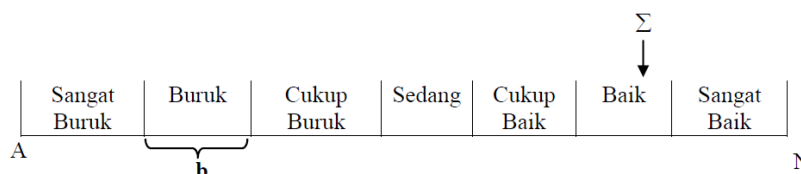
Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden

Kontinum Terendah = Skor Terendah x Jumlah Pernyataan x Jumlah Responden

2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan

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

3. Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum (Skor/Skor Maksimal x 100%). Penggambaran kriteria dapat dilihat dari Gambar 3.1 mengenai Garis Kontinum Penelitian *e-service quality*, *e-satisfaction* dan *reuse intention* berikut ini:



GAMBAR 3.1
**GARIS KONTINUM PENELITIAN *E-SERVICE QUALITY*,
E-SATISFACTION DAN *REUSE INTENTION***

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

Keterangan:

a = Skor minimum Σ = Jumlah perolehan skor
 b = Jarak interval N = Skor ideal Teknik Analisis Data Verifikatif

3.2.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Setelah keseluruhan data yang diperoleh dari responden telah terkumpul dan dilakukan analisis deskriptif, maka dilakukan analisis berikutnya yaitu analisis data 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 di lapangan (Arifin, 2011)

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis SEM (*Structural Equation Model*). SEM adalah suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, kontrak laten yang satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. SEM merupakan keluarga statistik multivariate dependent, SEM memungkinkan dilakukannya analisis di antara beberapa variabel dependen dan independen secara langsung (Hair, 1995) dalam (Ghozali, n.d.).

Teknik analisis data verifikatif yang dilakukan pada penelitian ini digunakan untuk melihat gambaran pengaruh *e-service quality* (X_1) terhadap *reuse intention* (Y) melalui *e-satisfaction* (X_2). Rancangan analisis data verifikatif digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan korelatif dalam penelitian melalui analisis SEM (*Structural Equation Model*) atau pemodelan persamaan struktural.

SEM merupakan teknik analisis statistik yang berkombinasi antara analisis faktor dan regresi atau korelasi, bertujuan untuk menguji hubungan variabel dengan model baik itu indikator dengan konstruk atau hubungan sesama konstruk (Haryono, 2017).

Model SEM yang varian harus memfokuskan pada model yang diprediksi sehingga tidak terlalu penting dukungan teori yang tepat atau kuat (Sunyoto et al., 2017). SEM memiliki karakteristik yang menjadi pembeda dengan teknik analisis

lain. Teknik analisis pada SEM memiliki perkiraan hubungan ketergantungan ganda (*multiple dependence relationship*) dan memiliki kemungkinan untuk mewakili konsep yang pada sebelumnya tidak teramati (*unobserved concept*) (H. Sarjono & Julianita, 2015).

3.2.7.2.1 Model dalam SEM

Sebuah model perhitungan SEM terdapat dua jenis model, yaitu terdiri dari model pengukuran dan model struktural sebagai berikut:

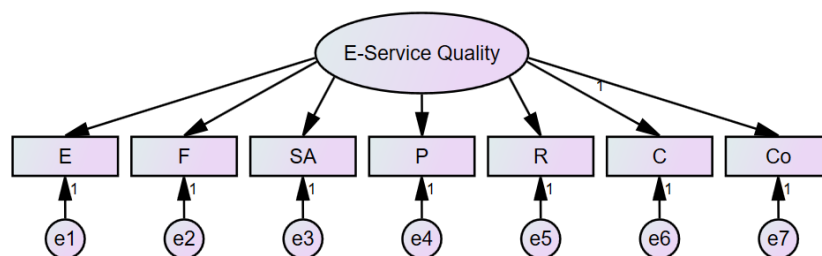
1. Model Pengukuran

Model pengukuran yaitu model yang menjadi bagian dari SEM yang berkaitan dengan variabel laten dan indikator-indikator. Model pengukuran memiliki tujuan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen, model pengukuran dilakukan evaluasi seperti model SEM lain untuk mengukur uji keselarasan. Model pengukuran murni yang biasa disebut *confirmatory factor analysis* (CFA) memiliki karakteristik kovarian yang tidak terukur antara setiap variabel yang memungkinkan (Y. Sarwono, 2010).

Pada penelitian ini variabel laten eksogen terdiri dari *e-service quality* dan *e-satisfaction* sedangkan variabel-variabel tersebut mempengaruhi variabel laten endogen yaitu *reuse intention* baik secara langsung dan tidak langsung. Berikut spesifikasi dari model pengukuran variabel adalah:

a. Model Pengukuran Variabel Laten Eksogen

1) Variabel (X_1) (*E-Service Quality*)



GAMBAR 3.2
MODEL PENGUKURAN *E-SERVICE QUALITY*

Keterangan:

E = *Efficiency*

F = *Fulfillment*

Afifatu Zakiyah, 2024

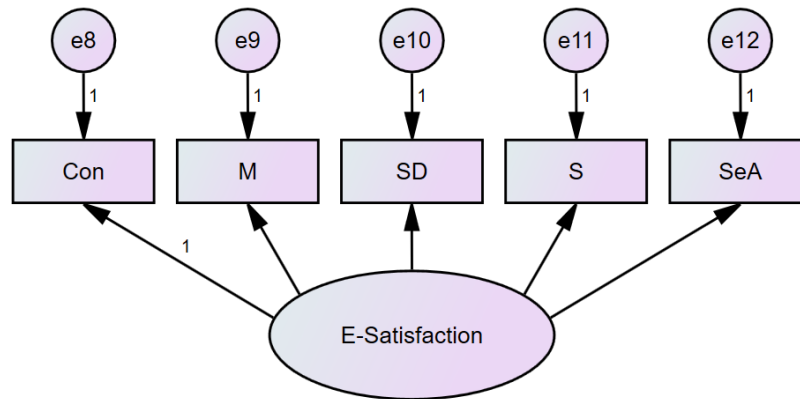
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

SA = *System Availability*
 P = *Privacy*
 R = *Responsiveness*

C = *Compensation*
 Co = *Contact*

2) Variabel (X_2) (*E-Satisfaction*)



GAMBAR 3.3

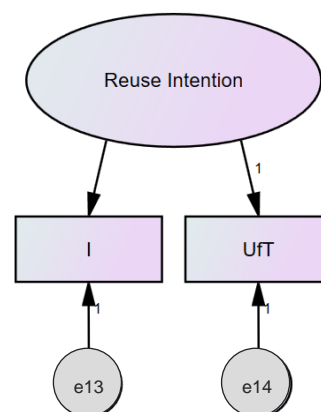
MODEL PENGUKURAN *E-SATISFACTION*

Keterangan:

Con = *Convenience*
 M = *Merchandising*
 SD = *Site design*

S = *Security*
 SeA = *Service Ability*

b. Model Pengukuran Variabel Laten Endogen (*Reuse Intention*)



GAMBAR 3.4

MODEL PENGUKURAN *REUSE INTENTION*

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
 (Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

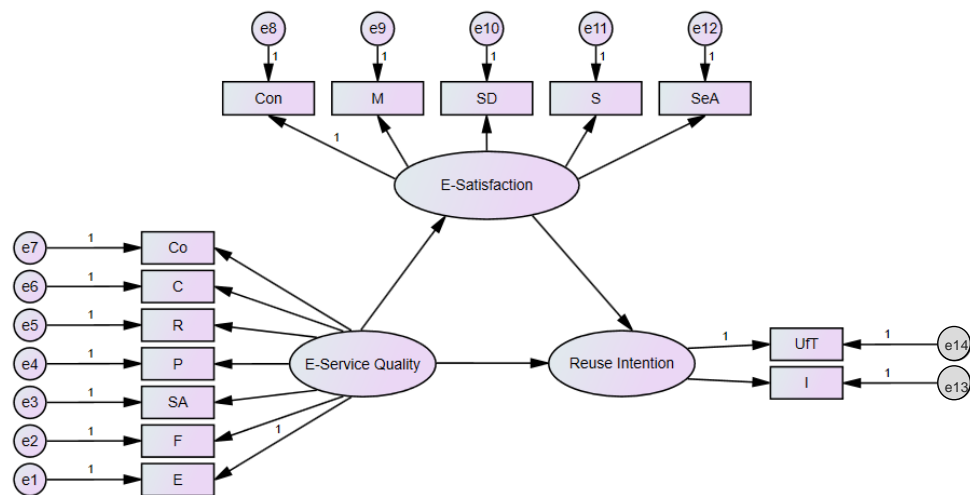
Keterangan:

I = *Intention*

UfT = *useful for transactions*

2. Model Struktural

Structural model merupakan bagian dari model SEM yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Model struktural berbeda dengan model pengukuran lain karena semua variabel (konstruk) sebagai variabel independen dengan berpedoman terhadap hakekat SEM dan pada teori tertentu. Secara grafis garis dengan satu kepala anak panah menggambarkan hubungan regresi dan garis dengan dua kepala anak panah menggambarkan hubungan korelasi atau varian. Penelitian ini menggambarkan suatu model struktural yang dapat dilihat pada Gambar 3.5 Model Struktural Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *Reuse Intention* melalui *E-Satisfaction* pada pengguna aplikasi *Sociolla* di Indonesia.



GAMBAR 3.5
MODEL STRUKTURAL PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *REUSE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION* PADA PENGGUNA APLIKASI *SOCIOLLA* DI INDONESIA

3.2.7.2.2 Asumsi, Tahapan dan Prosedur SEM

Kemungkinan parameter pada SEM biasanya berdasarkan metode *Maximum Likelihood* (ML) yang terdapat beberapa asumsi yang dipastikan dalam SEM terpenuhi untuk mengetahui model sudah baik dan dapat digunakan atau

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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

tidak. Menurut (Ghozali, 2014b) asumsi-asumsi yang terdapat pada SEM sebagai berikut:

1. Ukuran Sampel, Ukuran sampel harus terpenuhi dalam SEM minimal berukuran 100 yang akan memberikan dasar untuk mengestimasi *sampling error*. Model estimasi dengan menggunakan *maximum likelihood* (ML) ukuran sampel antara lain 100-200 untuk mendapat estimasi parameter yang tepat (Ghozali, 2014b).
2. Normalitas Data, Syarat untuk pengujian berbasis SEM yaitu dilakukannya analisis uji asumsi data dan variabel dengan uji normalitas. Dapat dikatakan berdistribusi normal jika c.r skewness dan c.r kurtosis berada pada posisi $\pm 2,58$ (Santoso, 2011). Sebaran data harus dianalisis untuk dapat mengetahui apakah asumsi normalitas dipenuhi sehingga data mampu diolah lebih lanjut untuk pemodelan.
3. *Outliers* Data, *Outliers* data merupakan observasi data yang nilainya jauh di atas atau di bawah rata-rata nilai (nilai ekstrim) baik itu *univariate* maupun *multivariate* karena kombinasi karakteristik unik yang dimiliki sehingga jauh berbeda dari observasi lain (August Ferdinand, 2006). Cara untuk memeriksa ada atau tidak data *outlier* dengan melihat p1 dan p2, p1 diharapkan memiliki nilai yang kecil, sedangkan p2 sebaliknya. Data outliers memiliki indikasi apabila p2 bernilai 0,000 (Ghozali, 2014b) .
4. Multikolinearitas, Multikolinearitas dilihat dari determinan matriks kovarians. Asumsi yang mensyaratkan tidak ada korelasi yang sempurna atau besar antara variabel-variabel eksogen. Nilai korelasi antara setiap variabel yang diamati tidak boleh sama dengan 0.9 atau lebih (Ghozali, 2014b).

Jika semua asumsi telah terpenuhi, maka tahapan-tahapan dari analisis SEM selanjutnya yaitu terdapat beberapa prosedur yang harus dilewati. Berikut merupakan tahapan prosedur dalam teknik analisis data menggunakan SEM yaitu:

1. Spesifikasi Model (*Model Specification*). Tahap pada spesifikasi pembentukan model merupakan pembentukan untuk hubungan antara variabel laten dengan variabel laten yang lain dan memiliki keterkaitan hubungan antara variabel laten dengan variabel manifes yang berdasarkan pada teori yang ada (Sarjono,

H., & Julianita, 2015). Berikut merupakan langkah-langkah mendapatkan model yang digunakan dalam tahap spesifikasi model yaitu:

1. Spesifikasi model pengukuran
 - 1) Mendefinisikan variabel-variabel laten yang terdapat dalam penelitian
 - 2) Mendefinisikan variabel-variabel yang telah teramati
 - 3) Mendefinisikan hubungan antara variabel laten dengan variabel yang telah teramati
 2. Spesifikasi model struktural merupakan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel laten.
 3. Menggambarkan diagram jalur menggunakan *hybrid* model yang merupakan kombinasi dari model pengukuran dengan model struktural namun hal tersebut dapat digunakan apabila diperlukan artinya bersifat opsional.
2. Identifikasi Model (*Model Identification*), Tahap pada identifikasi model berhubungan dengan mengkaji kemungkinan terhadap apa yang diperoleh pada yang untuk setiap parameter yang terdapat dalam model dan estimasi persamaan simultan yang tidak terdapat solusi. Menurut (Wijanto, 2007) terdapat tiga kategori dalam persamaan secara simultan yaitu, sebagai berikut:
- a. *Under-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui. Keadaan yang terjadi pada saat nilai *degree of freedom/df* menunjukkan angka negatif, pada keadaan ini estimasi dan penilaian model tidak bisa dilakukan.
 - b. *Just-identified model*, yaitu model dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan jumlah data yang diketahui. Keadaan dapat terjadi saat nilai *degree of freedom/df* berada pada angka 0, keadaan ini disebut pula dengan istilah *saturated*. Jika terjadi *just identified* maka estimasi dan penilaian model tidak perlu dilakukan.
 - c. *Over-identified model*, model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui. Keadaan yang terjadi saat nilai *degree of freedom/df* menunjukkan angka positif, pada keadaan inilah estimasi dan penilaian model dapat dilakukan.

Besarnya *degree of freedom (df)* pada SEM adalah besarnya jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi yang nilainya kurang dari nol ($df = \text{jumlah data yang diketahui} - \text{jumlah parameter yang diestimasi} < 0$).

3. Estimasi (*Estimation*), Teknik yang digunakan dalam model estimasi berdasarkan asumsi sebaran dari data, apabila data berdistribusi normal multivariat maka estimasi model dilakukan menggunakan metode *maximum likelihood (ML)*, jika data menyimpang dari sebaran normal maka metode estimasi yang digunakan yaitu *Robust Maximum Likelihood (RML)* atau *Weighted Least Square (WLS)*. Pada penelitian ini dilihat apakah model menghasilkan sebuah *estimated population covariance matrix* yang konsisten dengan sampel kovarian matriks. Pada tahap ini dilakukan pemeriksaan dengan mencocokkan model *tested* atau model yang memiliki bentuk yang sama namun berbeda dengan jumlah atau tipe hubungan kausal, dilakukan secara subjektif untuk diindikasikan dengan data apakah sesuai dengan model teoritis atau tidak.
4. Uji Kecocokan Model (*Model Fit Testing*), Pengujian pada tahap ini menguji kecocokan antara model dengan data, dengan dilakukan pengujian apakah model yang dihipotesiskan merupakan model yang baik untuk dilihat dari hasil penelitian. Terdapat beberapa jenis indeks kecocokan yang digunakan untuk mengukur derajat kesesuaian antara model yang dihipotesiskan dengan data yang disajikan, maka kesesuaian model pada penelitian ini dapat dilihat dari tiga kondisi berikut: 1) *Absolute Fit Measures* (cocok secara mutlak), 2) *Incremental Fit Measures* (lebih baik relatif terdapat model-model lain) dan 3) *Parsimonious Fit Measures* (lebih sederhana relatif terhadap model-model alternatif). Menguji kecocokan dapat dilakukan dengan menghitung kriteria pada *goodness of fit (GoF)*. Dalam melakukan pengambilan nilai batas (*cut-off value*) sebagai dasar untuk menentukan kriteria *goodness of fit* dapat dilakukan dengan mengambil dari pendapat berbagai ahli. Adapun indikator pengujian *goodness of fit* dan nilai *cut-off (cut off value)* yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pendapat (Yvonne, A., & Kristaung, 2013) sebagai berikut:

1. *Chi-Square* (X^2). Ukuran yang menjadi dasar dari pengukuran secara keseluruhan adalah *likelihood ratio change*. Ukuran merupakan ukuran pokok dalam pengujian *measurement model*, yang menunjukkan apakah model merupakan model *overall fit*. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui matriks kovarian sampel berbeda dengan matriks kovarian hasil estimasi. *Chi-square* bersifat sangat sensitif terhadap besarnya sampel yang digunakan. Kriteria yang digunakan pada indikator ini yaitu apabila matriks kovarian sampel tidak berbeda dengan matrik hasil estimasi, maka dapat dikatakan data fit dengan data yang dimasukkan. Model dianggap baik jika nilai *chi-square* rendah. *Chi-square* merupakan alat pengujian utama, namun tidak dianggap sebagai satu-satunya dasar penentuan untuk menentukan model fit, untuk memperbaiki kekurangan pengujian *chi-square* digunakan χ^2/df (CMIN/DF), dimana model dapat dikatakan *fit* jika nilai CMIN/DF < 2.00.
2. GFI (*Goodness of Fit Index*) dan AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*). GFI memiliki tujuan untuk menghitung proporsi tertimbang varian dalam matrik sampel yang dijelaskan oleh matrik kovarians populasi yang diestimasi. Nilai *Good of Fit Index* berukuran antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1 (*perfect fit*). Oleh karena itu, semakin tinggi nilai GFI maka menunjukkan model semakin fit dengan data. *Cut-off value* GFI adalah $\geq 0,90$ dianggap sebagai nilai yang baik (*perfect fit*).
3. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA). RMSEA merupakan indeks yang digunakan dalam mengkompensasi kelemahan *chi-square* (X^2) pada sampel yang besar. Nilai RMSEA yang semakin rendah mengindikasikan model *fit* dengan data. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima (Ghozali, 2014b). Hasil uji empiris RMSEA cocok untuk melakukan pengujian pada model konfirmatori atau *competing model strategy* dengan jumlah sampel yang besar.
4. *Adjusted Goodness of Fit Indices* (AGFI). AGFI merupakan GFI yang telah disesuaikan terhadap *degree of freedom*, analog dengan R² dan

regresi berganda. GFI dan AGFI merupakan kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matriks kovarians sampel. *Cut-off value* dari AGFI adalah $\geq 0,90$ sebagai tingkatan yang baik. Kriteria ini dapat diinterpretasikan jika nilai $\geq 0,95$ sebagai *good overall model fit*. Jika nilai berkisar antara 0,90-0,95 sebagai tindakan yang cukup dan apabila besar nilai 0,80-0,90 hal tersebut menunjukkan *marginal fit*.

5. *Tucker Lewis Index* (TLI). TLI merupakan alternatif *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap *baseline* model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterima pada model adalah $\geq 0,90$.
6. *Comparative Fit Index* (CFI). Model ini memiliki keunggulan dalam uji kelayakan yang tidak sensitif terhadap besar sampel dan kerumitan model, sehingga sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model.
7. *Parsimonious Normal Fit Index* (PNFI). PNFI merupakan modifikasi dari NFI. PNFI memasukan jumlah *degree of freedom* yang digunakan dalam mencapai *level fit*. Semakin tinggi nilai PNFI maka semakin baik. Hal tersebut digunakan dari PNFI untuk membandingkan model dengan *degree of freedom* yang berbeda. Apabila perbedaan PNFI 0,60 sampai 0,90 maka menunjukkan terdapat perbedaan model yang signifikan (Ghozali, 2014b).
8. *Parsimonious Goodness of Fit Index* (PGFI). PGFI merupakan modifikasi GFI yang didasari *parsimony estimated* model. Nilai pada PGFI berkisar antara 0 sampai 1.0 dengan menunjukkan apabila nilai semakin tinggi maka model lebih *parsimony* (Ghozali, 2014b).

TABEL 3.9
INDIKATOR PENGUJIAN KESESUAIAN MODEL

<i>Goodness-of Fit Measure</i>	<i>Tingkat Penerimaan</i>
<i>Absolute Fit Measure</i>	
<i>Statistic Chi-Square</i> (X^2)	Mengikuti uji statistik yang berhubungan dengan persyaratan signifikan semakin kecil maka semakin baik.
<i>Goodness of Fit Index</i> (GFI)	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik, GFI $\geq 0,90$

<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA)	adalah <i>good fit</i> , sedang $0,80 \leq \text{GFI} < 0,90$ adalah <i>marginal fit</i> . Mengindikasikan model semakin <i>fit</i> dengan data. Ukuran <i>cut off value</i> RMSEA $< 0,05$ dianggap <i>close fit</i> dan $0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,08$ dikatakan <i>good fit</i> sebagai model yang diterima.
<i>Incremental Fit Measure</i>	
<i>Tucker Lewis Index</i> (TLI)	Nilai berkisar antara 0-1. Dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $\text{TLI} \geq 0,90$ adalah <i>good fit</i> , sedang $0,80 \leq \text{TLI} < 0,90$ adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Adjusted Goodness of Fit</i> (AGFI)	Cut-off value dari AGFI $\geq 0,90$
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. $\text{CFI} \geq 0,90$ adalah <i>good fit</i> , sedang $0,80 \leq \text{CFI} < 0,90$ adalah <i>marginal fit</i> .
<i>Parsimonious Fit Measure</i>	
<i>Parsimonious Normal Fit Index</i> (PNFI)	$\text{PGFI} < \text{GFI}$, semakin rendah maka semakin baik.
<i>Parsimonious Goodness of Fit Index</i> (PGFI)	Nilai tinggi menunjukkan kecocokan lebih baik hanya digunakan untuk perbandingan antara model alternatif. Semakin tinggi nilai PNFI, maka kecocokan suatu model akan semakin baik.

Sumber: (Ghozali, 2014; Yvonne, A., & Kristaung, 2013)

- Respesifikasi (*Respecification*), Pada tahap ini berhubungan dengan respesifikasi model didasarkan atas hasil uji kecocokan dengan tahap sebelumnya, respesifikasi tergantung dari strategi pemodelan apa yang akan digunakan. Sebuah model yang struktural secara statistis dibuktikan *fit* dan setiap variabel memiliki hubungan yang signifikan, maka tidaklah kemudian dikatakan sebagai satu-satunya model yang terbaik. Model tersebut merupakan satu diantara sekian banyak kemungkinan bentuk model lain yang mampu diterima secara statistik. Praktik peneliti tidak berhenti menganalisis satu model, peneliti akan melakukan respesifikasi model atau modifikasi model bertujuan untuk menyajikan serangkaian pengujian untuk membuktikan bentuk model yang lebih baik dari yang telah ada. Modifikasi model bertujuan untuk menurunkan nilai *chi-square* atau tidak, karena semakin kecil angka *chi-square* maka model tersebut semakin fit terhadap data yang ada. Langkah-langkah dari modifikasi model sesuai dengan kaidah penggunaan AMOS. Modifikasi pada AMOS dapat dilakukan pada output modification indices (M.I) yang terdiri

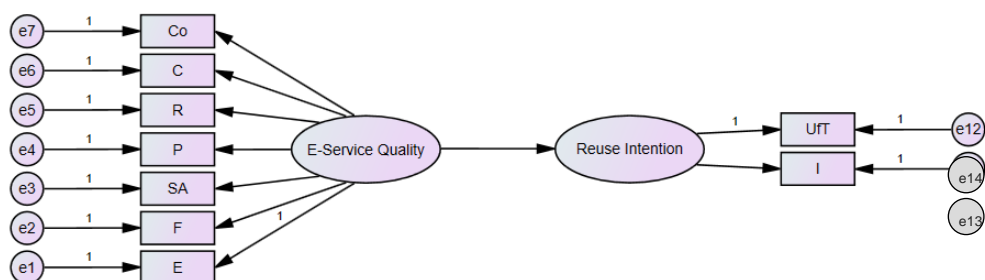
dari tiga kategori *covariances variances* dan *regressions weight*. Modifikasi biasanya dilakukan mengacu pada tabel *covariances* dengan membuat hubungan *covariances* pada tabel/indikator yang disarankan dengan hubungan yang memiliki nilai M.I paling besar. Modifikasi dengan menggunakan *regression weight* dilakukan sesuai teori tertentu dengan mengemukakan adanya hubungan setiap variabel yang disarankan pada *output modification indices* (Vogt, 2015).

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya dengan statistika atau diartikan sebagai jawaban sementara berdasarkan pertanyaan peneliti dengan dirumuskan menggunakan pengujian statistika yang benar dan tepat. Penelitian kuantitatif, hipotesis diartikan sebagai hipotesis kausal karena dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel (Priyono, 2016). Pengujian hipotesis adalah suatu cara untuk melakukan pengujian apabila terdapat pernyataan dari kerangka teoritis memiliki pemeriksaan atau penilaian yang dapat dikatakan ketat (Sekaran & Bougie, 2016a).

Objek penelitian yang menjadi variabel eksogen atau variabel independen yaitu *e-service quality* (X_1) dan *e-satisfaction* (X_2), sedangkan variabel dependen adalah *reuse intention* (Y) dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis SEM untuk ketiga variabel tersebut. Berikut rumusan hipotesis yang diajukan:

6. Hipotesis Pertama



GAMBAR 3.6
STRUKTUR HIPOTESIS 1

H_0 $c.r \leq 1,96$, tidak terdapat pengaruh antara *e-service quality* terhadap *reuse intention*

H_1 $c.r \geq 1,96$, terdapat pengaruh antara *e-service quality* terhadap *reuse intention*

7. Hipotesis Kedua

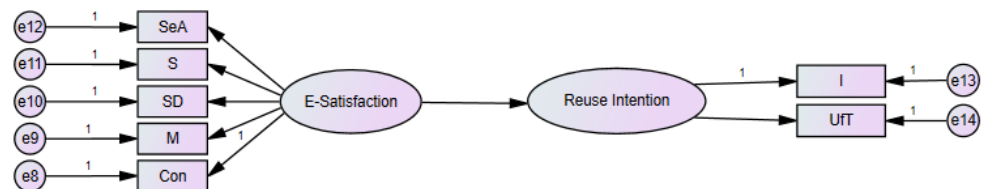


GAMBAR 3.7
STRUKTUR HIPOTESIS 2

H_0 $c.r \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *e-satisfaction* terhadap *reuse intention*

H_1 $c.r \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh antara *e-satisfaction* terhadap *reuse intention*

8. Hipotesis Ketiga



GAMBAR 3.8
STRUKTUR HIPOTESIS 3

H_0 $c.r \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *e-service quality* terhadap *e-satisfaction*

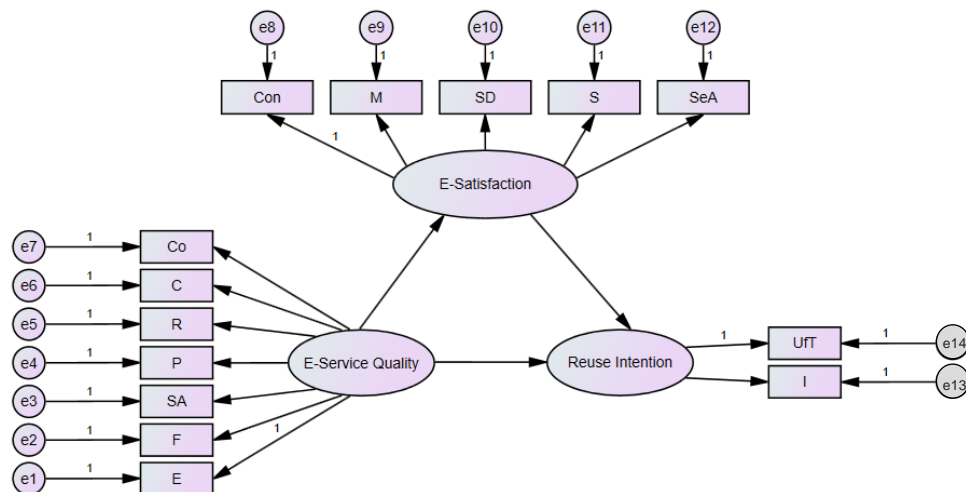
H_1 $c.r \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh antara *e-service quality* terhadap *e-satisfaction*

9. Hipotesis keempat

Afifatu Zakiyah, 2024

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *RE-USE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pengguna Aplikasi *Sociolla* di Indonesia)

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



GAMBAR 3.9
STRUKTUR HIPOTESIS 4

H_0 $c.r \leq 1,96$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *e-service quality* terhadap *reuse intention* melalui *e-satisfaction*

H_1 $c.r \geq 1,96$, artinya terdapat pengaruh antara *e-service quality* terhadap *reuse intention* melalui *e-satisfaction*

Nilai yang digunakan untuk menentukan besaran faktor yang membangun *e-service quality* dan *e-satisfaction* dalam membentuk *reuse intention* dapat dilihat pada matriks atau tabel *implied (for all variables) correlations* yang tertera pada *output* program IBM SPSS AMOS tipe 23.0 *for Windows*. Berdasarkan matriks atau tabel data tersebut dapat diketahui nilai faktor pembangun *e-service quality* dan *e-satisfaction* yang paling besar dan yang paling kecil dalam membentuk *reuse intention*, sementara untuk besaran pengaruh dapat dilihat dari hasil *output estimates* pada kolom *total effect* secara *standardized*. Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *squared multiple correlation* (R^2) yang menunjukkan besarnya penjelasan variabel Y oleh variabel X (Ghozali, 2014).