

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas *e-service quality* yang dimoderasi oleh variabel *embedded insurance* pada layanan proteksi produk di Shopee terhadap variabel terikat *e-trust*. Terdapat satu variabel bebas yang ada dalam penelitian ini, yaitu *e-service quality* (X), satu variabel moderasi yaitu *embedded insurance* (Z), serta terdapat satu variabel terikat yaitu *e-trust* (Y). Unit analisis dalam penelitian ini meliputi usia antara 17 sampai 39 tahun. Kriteria ini dibutuhkan karena berdasarkan laporan dari Jakpat (2023) pengguna Shopee terbanyak berasal dari Gen Z dan Millennial. Kriteria lainnya yaitu, pengguna Shopee di Jawa barat khususnya pada daerah Bandung, Bekasi, Bogor, Depok, dan Tasikmalaya yang pernah menggunakan layanan proteksi produk di Shopee minimal satu kali. Beberapa kriteria ini ditetapkan untuk memperoleh informasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *e-trust* dan mengetahui pengaruh *e-service quality* Shopee terhadap *e-trust* dengan *embedded insurance* pada layanan proteksi produk di Shopee sebagai variabel moderator.

3.2 Metode Penelitian

Satibi (2017, hlm. 117) mengungkapkan bahwa “metode penelitian merupakan sebuah cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data valid yang dapat dikembangkan sehingga dapat digunakan untuk memahami dan memecahkan masalah”. Metode penelitian sangat erat kaitannya dengan desain, prosedur, alat, serta teknik penelitian yang akan digunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam proses pengumpulan dan analisis data. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, serta data numerik dalam proses pengumpulan hingga analisis dan kesimpulan (Afif dkk., 2023). Pendekatan kuantitatif dipilih untuk mengukur pengaruh *embedded insurance* pada layanan proteksi produk di Shopee terhadap *e-*

trust atau pengguna Shopee di daerah Jawa Barat.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Penelitian ini merupakan penelitian kausal menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan pemahaman mengenai hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat dengan menguji hipotesis-hipotesis yang ada secara sistematis. Penelitian kausal yang merupakan salah satu jenis dari penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mencari hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang diteliti (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 389).

Penelitian ini menggunakan metode survey untuk mendapatkan data primer melalui kuesioner *online*. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan diolah menggunakan teknik analisis PLS-SEM dengan menggunakan *software* SmartPLS untuk memberikan gambaran mengenai masing-masing variabel penelitian yang digunakan. Metode survey merupakan proses pengumpulan data dengan membagikan kuesioner, test, dan sebagainya untuk memperoleh data atau informasi dari atau tentang sekelompok orang untuk menjelaskan atau mendeskripsikan mengenai pengetahuan, perilaku, dan sikap mereka (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 97).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan menerjemahkan variabel yang ingin diukur dengan melihat dimensi-dimensi yang ada yang kemudian diterjemahkan menjadi elemen yang dapat diamati dan diukur (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 195). Penelitian ini menggunakan skala ordinal yang memiliki skor 1 yang berarti sangat tidak setuju (STS), skor 2 tidak setuju (TS), skor 3 kurang setuju (KS), skor 4 setuju (S), dan skor 5 sangat setuju (SS). Berikut operasional variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>E-Service Quality (X)</i> merupakan sebuah tingkatan yang menggambarkan keefektifan dan kenyamanan sebuah situs bagi para konsumen dalam memilih dan membeli barang atau jasa yang mereka inginkan (Fu, 2023).	1. <i>Assurance</i>	Tingkat kemampuan Shopee dalam menyediakan jaminan keamanan bagi pengguna.	Ordinal
	2. <i>Tangibles</i>	Tingkat kemampuan Shopee dalam menyediakan layanan yang didukung dengan tampilan yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pengguna.	Ordinal
	3. <i>Reliability</i>	Tingkat kemampuan Shopee dalam menyediakan layanan yang sesuai kebutuhan pengguna.	Ordinal
	4. <i>Responsiveness</i>	Tingkat kemampuan Shopee dalam memberikan kemudahan dan pelayanan dengan cepat pada penanganan masalah yang dihadapi oleh pengguna.	Ordinal
	5. <i>Empathy</i>	Tingkat kemampuan Shopee dalam memahami kebutuhan pengguna.	Ordinal
<i>Embedded insurance (Z)</i> merupakan konsep penggabungan produk asuransi secara <i>real-time</i> pada saat proses transaksi suatu produk atau jasa dari suatu <i>platform</i> (González dkk., 2023).	1. <i>Complexity</i>	Tingkat kemampuan <i>embedded insurance</i> atau asuransi tertanam pada layanan proteksi produk di Shopee dalam memberikan deskripsi mengenai produk asuransi	Ordinal

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		sehingga mudah dipahami oleh konsumen Shopee.	
	2. <i>Perceived Basis Risk</i>	Tingkat Kemampuan <i>embedded insurance</i> pada layanan proteksi produk di Shopee dalam memberikan ganti rugi atau kompensasi yang sesuai.	Ordinal
	3. <i>Trust</i>	Tingkat konsumen <i>e-trust</i> Shopee atas institusi penyedia produk asuransi pada layanan proteksi produk di Shopee.	Ordinal
(Y) merupakan kesediaan konsumen dalam menghadapi berbagai risiko yang mungkin terjadi dalam transaksi <i>online</i> berdasarkan ekspektasi positif konsumen terhadap tindakan yang akan dilakukan oleh toko <i>online</i> (Kimery dan Mc.Cord dalam Saputra & Widiartanto, 2019).	1. <i>Ability</i>	Tingkat kemampuan Shopee dalam menyediakan layanan yang dapat berjalan dengan baik dan fitur yang lengkap sesuai kebutuhan pengguna.	Ordinal
	2. <i>Predictability</i>	Tingkat <i>e-trust</i> bahwa hal-hal yang tidak diinginkan selama menggunakan layanan dalam aplikasi Shopee tidak akan terjadi.	Ordinal
	3. <i>Benevolence</i>	Tingkat keyakinan konsumen bahwa Shopee selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk menjamin keamanan	Ordinal

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		dan kenyamanan penggunaannya.	
	4. <i>Integrity</i>	Tingkat <i>e-trust</i> bahwa Shopee selalu berupaya memenuhi harapan penggunaannya dan menjaga reputasi serta kualitas pelayanannya.	Ordinal

Sumber: Diolah oleh peneliti.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

3.2.3.1 Data Primer

Data Primer merujuk kepada data yang didapatkan pengumpul data atau peneliti langsung dari sumber data atau objeknya melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan lainnya (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 111). Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan melalui kuesioner *online* yang berisi sejumlah pertanyaan untuk memperoleh informasi langsung dari responden mengenai pandangan, pendapat, dan sikap responden.

3.2.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh pengumpul data melalui proses pengumpulan data secara tidak langsung dan diperoleh melalui perantara seperti buku, jurnal, atau dokumen lain yang telah ada sebelumnya (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 37). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui studi literatur dengan mempelajari literatur penelitian melalui artikel ilmiah dan buku yang relevan. Studi literatur merupakan proses pengumpulan data dengan mempelajari sumber-sumber literatur seperti hasil penelitian terdahulu, buku, jurnal, paper, dan lain sebagainya (Prehanto dkk., 2021).

3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek dengan karakteristik tertentu yang kemudian dipelajari dan diteliti untuk mendapatkan kesimpulan tertentu (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 236). Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna Shopee usia 17-39 tahun yang tinggal di Jawa Barat khususnya pada daerah Bandung, Bekasi, Bogor, Depok, dan Tasikmalaya usia 17 – 39 tahun. Kriteria ini dibutuhkan karena berdasarkan laporan dari (Jakpat, 2023) pengguna Shopee terbanyak berasal dari Gen Z dan Milenial usia 17 – 39 tahun. Minimal usia 17 tahun, karena pada usia tersebut dinilai sudah bisa mengambil keputusan atas diri sendiri. Kriteria masyarakat yang berada di Jawa Barat dipilih karena Jawa Barat merupakan provinsi dengan transaksi *e-commerce* terbesar di Indonesia dengan daerah-daerah yang di khususkan termasuk ke dalam daerah dengan transaksi *e-commerce* terbanyak di Jawa Barat serta memiliki ribuan toko *online* di *e-commerce* (Irawanto dkk., 2022; Nurfitriya dkk., 2022; Susanti & Jatmiko, 2021).

3.2.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari keseluruhan jumlah serta karakteristik populasi yang akan diteliti dan dianggap menggambarkan populasi (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 237). Sampel digunakan dalam penelitian kuantitatif karena populasi yang diteliti umumnya terlalu besar sehingga terdapat keterbatasan dalam meneliti keseluruhan populasi yang ada. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Shopee di Jawa Barat khususnya pada daerah Bandung, Bekasi, Bogor, Depok, dan Tasikmalaya usia 17 – 39 tahun yang pernah menggunakan layanan proteksi produk di Shopee minimal satu kali.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* melalui pendekatan *random sampling*. Pengambilan sampel yang terlalu sedikit akan membuat hasil dari uji statistik yang dilakukan menjadi kurang sensitif, namun sampel yang terlalu banyak akan membuat hasil uji statistik yang dilakukan menjadi terlalu sensitif (Hair dkk., 2018, hlm. 20). Pengambilan

sampel yang disarankan dan secara umum digunakan yaitu minimal sampel adalah 100 dengan rasio observasi indikator adalah 5:1, 10:1, atau 15:1 (Roscoe dalam Paramita dkk., 2021, hlm. 61). Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel minimum yang digunakan pada penelitian ini adalah 120 responden diperoleh dari total indikator yaitu sebanyak 12 indikator.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder sehingga metode-metode pengumpulan data yang diterapkan, yaitu:

1. Survey, metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner *online* yang dibuat dengan *platform* Google Form kemudian dibagikan melalui berbagai *platform* media sosial seperti *platform* survey Kudata, X, Instagram, dan WhatsApp. Kuesioner yang dibuat akan mencakup berbagai pertanyaan mengenai identitas responden serta topik penelitian yang akan dijawab oleh responden menggunakan skala ordinal dengan rentang skor 1-5.
2. Studi literatur, metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mempelajari berbagai literatur dari artikel jurnal maupun buku yang relevan dan memiliki hubungan dengan variabel penelitian. Sebagian besar artikel jurnal dan buku yang dipelajari, didapatkan dari berbagai situs *online*.

3.2.6 Uji Instrumen

Uji analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modelling (SEM)* berbasis PLS. Dalam PLS-SEM uji validitas dan reliabilitas konstruk instrumen atas kuesioner dilakukan dengan pendekatan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* (Muhson, 2022, hlm. 13).

3.2.6.1 Uji Validitas

Uji validitas terhadap konstruk instrumen penelitian yang digunakan dengan pendekatan CFA melalui skema pembobotan faktor atau *weighting scheme*

kemudian melihat nilai pada uji *discriminant validity*. Suatu konstruk instrumen dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik apabila memiliki *outer loading* lebih dari 0,7, nilai AVE harus lebih dari 0,5, nilai akar AVE harus lebih besar dari nilai koefisien korelasi, dan nilai HTMT yang tidak lebih besar dari 0,9 (Muhson, 2022, hlm. 19).

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap konstruk instrumen penelitian yang digunakan dengan pendekatan CFA melalui skema pembobotan faktor atau *weighting scheme* kemudian melihat nilai pada uji *construct reliability* dan *validity*. Suatu konstruk instrumen dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 (Muhson, 2022, hlm. 18).

3.2.7 Analisis Data Deskriptif

Analisis data dengan pendekatan deskriptif merupakan suatu metode analisis data dengan memberikan deskripsi secara rinci atau memberikan gambaran data yang sudah dikumpulkan dengan menggunakan frekuensi, mean, atau standar deviasi (Sekaran & Bougie, 2016, hlm. 391). Penerapan metode analisis data deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan data mengenai pengaruh *e-service quality* terhadap *e-trust* dengan *embedded insurance* pada layanan proteksi produk di Shopee sebagai moderator yang sebelumnya telah terkumpul melalui kuesioner *online* agar dapat lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan.

Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggunakan metode *three box method*. Dalam *three box method* menurut Ferdinand (dalam Fargly & Marlien, 2024) diperlukan perhitungan indeks serta interval yang didapat melalui perhitungan berikut.

$$\frac{((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5))}{5}$$

Keterangan:

1. F1 merupakan frekuensi responden menjawab 1
2. F2 merupakan frekuensi responden menjawab 2
3. F3 merupakan frekuensi responden menjawab 3
4. F4 merupakan frekuensi responden menjawab 4
5. F5 merupakan frekuensi responden menjawab 5

Kemudian menentukan nilai batas bawah indeks terendah dan nilai bawah indeks tertinggi dengan rumus berikut.

$$\frac{\text{jawaban terendah/tertinggi} \times \text{total responden}}{\text{jumlah skala}}$$

Selanjutnya, menentukan nilai rentang atau interval dengan perhitungan sebagai berikut.

$$\frac{\text{batas nilai indeks tertinggi} - \text{batas nilai indeks terendah}}{3}$$

Setelah mengetahui nilai batas bawah indeks terendah, nilai bawah indeks tertinggi, dan nilai rentang atau interval, kemudian data diinterpretasikan menggunakan *three box method*. Kemudian indeks setiap item pernyataan dikategorikan berdasarkan rendah, sedang, dan tinggi.

3.2.8 Analisis Statistik

Analisis statistik digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modelling (SEM)* berbasis PLS menggunakan aplikasi SmartPLS 3.2.9. PLS-SEM merupakan metode statistik yang merupakan gabungan dari teknik interdependensi dan dependensi untuk memberikan penjelasan mengenai hubungan antar beberapa variabel secara simultan (Hair dkk., 2018, hlm. 769). PLS-SEM memiliki dua model yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Analisis statistik menggunakan software SmartPLS dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya, seberapa akurat indikator-indikator tersebut mengukur suatu variabel (Hair dkk., 2018, hlm. 764). Evaluasi validitas dan reliabilitas terhadap instrumen dilakukan dalam model pengukuran (*outer model*) untuk mengurangi kesalahan pengukuran. Evaluasi validitas dan reliabilitas dilakukan dengan beberapa metode berikut:

a. *Convergent Validity*

Convergent validity menilai sejauh mana indikator-indikator dari suatu variabel secara bersama-sama dapat mencerminkan variabel tersebut. Indikator dalam *convergent validity* sebuah variabel seharusnya memiliki proporsi varians yang tinggi secara bersama-sama (Hair dkk., 2018, hlm. 775). Nilai *loading factor* dalam *convergent validity* yang ideal adalah lebih dari 0,7. Kemudian nilai *Average Variance Extract* (AVE) adalah lebih besar dari 0,5.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity menilai bagaimana sebuah variabel benar-benar berbeda dengan variabel yang lain sehingga dapat dibedakan. Selain itu, *discriminant validity* juga menilai bagaimana item-item yang diukur harus hanya mewakili satu variabel laten (Hair dkk., 2018, hlm. 775). *Discriminant validity* dapat dievaluasi menggunakan metode *The Fornell-Larcker* dengan melihat nilai akar AVE yang nilainya harus lebih besar dari korelasi variabel laten. *Discriminant validity* juga dapat diukur dengan metode Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dengan melihat nilai HTMT harus kurang dari 0,9. Kemudian nilai *cross loading* adalah lebih dari 0,6 dan lebih dominan dari variabel lain.

c. Uji Multikolinearitas

Selain itu, pengujian validitas juga dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF untuk mengetahui adanya masalah multikolinearitas. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel bebas atau bagaimana suatu variabel dapat menjelaskan variabel lainnya (Hair dkk., 2018, hlm. 123).

Peningkatan multikolinearitas seharusnya tidak terjadi karena akan mempersulit proses interpretasi hasil. Dalam uji multikolinearitas, dilihat besaran nilai *tolerance* dan *Variabel Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018, hlm. 108).

d. *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Pengukuran *composite reliability* dan *cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu variabel. Variabel yang reliabel akan memiliki nilai yang konsisten apabila dilakukan pengukuran beberapa kali (Hair dkk., 2018, hlm. 3). Untuk menilai reliabilitas, nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 dan nilai *cronbach's alpha* harus lebih dari 0,6.

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel dalam serangkaian persamaan yang mirip dengan persamaan regresi berganda serta memungkinkan untuk merepresentasikan hubungan antar variabel dalam konstruk (Hair dkk., 2018, hlm. 764). Evaluasi model struktural didasarkan pada *coefficient of determination* (R^2), *size effect* (f^2), *predictive relevance* (Q^2), dan signifikansi koefisien jalur.

a. *Coefficient of Determination* (R^2)

Uji *coefficient of determination* (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh apa kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel *dependen* (Hair dkk., 2018, hlm. 260). Nilai *coefficient of determination* (R^2) memiliki rentang 0 sampai 1, dengan nilai 0 yang menunjukkan tidak ada korelasi dan nilai 1 menunjukkan terdapat korelasi yang sempurna. Selain itu, nilai 0,75 menunjukkan korelasi yang substansial, nilai 0,5 menunjukkan korelasi moderat, dan 0,25 menunjukkan korelasi lemah sehingga nilai *coefficient of determination* (R^2) yang semakin mendekati satu menunjukkan bahwa variabel *independen* hampir menjelaskan seluruh varian dalam variabel *dependen* (Hair dkk., 2018, hlm. 564; Prassida & Giovano, 2023).

b. *Size Effect* (f^2)

Uji *size effect* (f^2) digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap konstruk endogen dengan merepresentasikan perubahan nilai R^2 apabila konstruk prediktor (variabel independen atau moderasi) dihilangkan dari model. Nilai R^2 dari konstruk endogen didapat dengan memperhatikan perbedaan perhitungan pengaruh saat konstruk prediktor tertentu dimasukkan dan dihilangkan dari model struktural (Hair dkk., 2018, hlm. 780). Nilai f^2 lebih kecil dari 0,02 menunjukkan tidak ada efek, nilai 0,02 menunjukkan efek yang kecil, nilai 0,15 menunjukkan efek sedang, dan nilai 0,35 menunjukkan efek besar.

c. *Predictive Relevance* (Q^2)

Uji *predictive relevance* (Q^2) digunakan untuk mengetahui seberapa baik kemampuan suatu model dalam memberikan prediksi hasil yang akurat. Uji *predictive relevance* (Q^2) dilakukan dengan menggunakan metode *blindfolding*. Apabila nilai Q^2 untuk suatu konstruk endogen lebih kecil dari 0 maka model tersebut memiliki *predictive relevance* yang kurang, sedangkan jika Q^2 lebih dari 0 maka nilai prediktif dari model tersebut dapat dinyatakan relevan (Hair dkk., 2018, hlm. 791). Nilai Q^2 sebesar 0.02, 0.15, dan 0.35 menunjukkan nilai *predictive relevance* yang lemah, moderat, dan kuat (Fatihanisya & Purnamasari, 2021).

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping* untuk mengevaluasi pengaruh langsung dan tidak langsung menggunakan *standar error* untuk menghitung nilai t dan p (Hair dkk., 2018, hlm. 780). Pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel dinyatakan signifikan apabila nilai t-hitung $> 1,98$ dan nilai signifikansi $< 0,05$.