

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran yaitu pengaruh *e-service quality* terhadap *behavioral intention*. Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki perbedaan atau variasi nilai (Sekaran, 2013:68). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel terikat (*dependent variable*) adalah *behavioral intention* (Y) dengan dimensi yang terdiri atas 1) *Loyalty to company*, 2) *Propensity to switch*, 3) *Willingness to pay more*, 4) *External response to problem*, dan 5) *Internal response to problem*. Variabel bebas (*independent variable*) pada penelitian ini adalah *e-service quality* (X) dengan dimensi yang terdiri atas 1) *Efficiency*, 2) *Fulfillment* 3), *System availability* dan 4) *Privacy*.

Penelitian ini dilakukan dengan objek *member online* Hijup.com yang tergabung menjadi member *online* hijup.com sepanjang tahun 2018 tentang *e-service quality* terhadap *behavioral intention*. Penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan yaitu *cross sectional method*. Menurut Umar (2008) metode penelitian *cross sectional* yaitu penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti di lapangan.

Sekaran (2014:177) menyatakan bahwa pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu mungkin dalam waktu harian, mingguan atau bulanan dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method* yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). Pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan *one-shot* atau *cross sectional*.

## 3.2 Jenis dan Metode

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif menurut Arifin (2011) adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menjawab persoalan-persoalan mengenai fenomena dan peristiwa yang terjadi saat ini, baik fenomena sebagaimana adanya maupun analisis hubungan antara berbagai variabel dalam suatu fenomena. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menjelaskan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian verifikatif adalah jenis penelitian yang dilaksanakan untuk menguji kebenaran ilmu-ilmu (pendidikan) yang telah ada, berupa konsep, prinsip, prosedur, dalil maupun praktek pendidikan itu sendiri (Arifin, 2011). Maksud dari penelitian deskriptif ini yaitu untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai *e-service quality* dan *behavioral intention*.

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2014:80) metode *explanatory survey* adalah:

Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.

Metode penelitian eksperimen merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh *treatment* (perlakuan) tertentu. Metode survei yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Kesimpulan dari hasil penelitian survei ini berlaku umum (*general*) untuk seluruh wilayah yang menjadi sasaran. Berdasarkan pengertian *explanatory survey* menurut ahli, metode penelitian ini dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini, terdapat dua variabel inti yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017:39). Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah *e-service quality* sebagai variabel independen atau variabel bebas (X1) dengan dimensinya *efficiency* (X<sub>1</sub>), *fulfilment*(X<sub>2</sub>), *system availability*(X<sub>3</sub>), dan *privacy*(X<sub>4</sub>). Variabel tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap *behavioral intention* sebagai variabel dependen atau variabel terikat (Y). Pada penelitian ini skala yang digunakan untuk mengukur sikap atau karakteristik adalah *semantic differential*. Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini:

**TABEL 3. 1**  
**OPERASIONALISASI VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Behavioral Intention</i> (Y)	<i>Loyalty to company.</i> Suatu keadaan, pada saat pelanggan melakukan pembelian ulang, konsumen tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah dan konsumen mau merekomendasikan kepada orang lain.	Kesediaan menggunakan kembali	Tingkat konsumen menggunakan kembali <i>website</i> Hijup	Kesediaan Interval	1
		Keinginan bersikap loyal	Tingkat konsumen loyal dalam menggunakan <i>website</i> Hijup.	Keinginan bersikap dalam Interval	2
	<i>Prosperity to switch.</i> Tindakan ini menunjukkan adanya kemungkinan seseorang untuk berpindah atau tidaknya ke competitor.	Keinginan beralih	Tingkat konsumen beralih dari Hijup.	Keinginan Interval	3
		Kesediaan mengabaikan pesaing	Tingkat Kesediaan mengabaikan <i>website</i> lain, karena merasa rugi apabila tidak menggunakan Hijup.	Kesediaan Interval	4
	<i>Willingness to pay more.</i> Suatu keadaan ketika konsumen merasa layak, untuk mengeluarkan biaya yang lebih tinggi dari	Keinginan menggunakan kembali meski biaya tinggi dari pesaing.	Tingkat kesediaan menggunakan kembali Hijup jika biaya yang dikeluarkan tinggi atau besar dari pesaing.	Kesediaan Interval	5
		Kesediaan	Tingkat Kesediaan Interval	6	

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
		pada seharusnya untuk memperoleh manfaat yang diterimanya.	menggunakan kembali meski harga lebih tinggi dari sebelumnya.	untuk menggunakan Hijup kembali meski harga lebih mahal dari sebelumnya.		
	<b>External response to problem.</b>	Suatu respon yang diberikan ketika memberikan kesan ataupun kritikan kepada pihak luar seperti kepada pelanggan lain, atau melaporkan kepada lembaga atau organisasi tertentu	Keinginan untuk menyampaikan keluhan pada pelanggan lain.	Tingkat Keinginan untuk menyampaikan keluhan masalah layanan pada pelanggan lain.	Interval	7
			Keinginan menyampaikan keluhan pada perusahaan lain.	Tingkat keinginan konsumen menyampaikan keluhan pada perusahaan lain.	Interval	8
	<b>Internal response to problem.</b>	Suatu respon yang diberikan ketika memberikan kesan ataupun kritikan kepada pihak internal seperti kepada pegawai, karyawan atau orang yang terlibat didalam tempat yang berkaitan.	Keinginan menyampaikan kritik atau keluhan langsung pada pihak internal perusahaan.	Tingkat keinginan menyampaikan kritik atau keluhan langsung pada pihak Hijup.	Interval	9
			Keinginan menyampaikan keluhan pada komentar situs <i>website</i> .	Tingkat Keinginan menyampaikan keluhan pada komentar situs <i>website</i> .	Interval	10
<b>E-Service Quality (X)</b>	<b>Efficiency</b>	Kemudahan dan kecepatan mengakses dan menggunakan situs.	Keinginan mendapatkan kecepatan mengakses	Tingkat keinginan mendapatkan kecepatan mengakses situs	Interval	11
			Keinginan mendapatkan mudahan menggunakan situs	Tingkat keinginan mendapatkan mudahan menggunakan situs	Interval	12
	<b>Fulfillment</b>	Sejauh mana janji situs tentang ketersediaan pesanan dan ketersediaan item terpenuhi.	Ketepatan waktu pengiriman barang	Tingkat Ketepatan waktu pengiriman barang	Interval	13
			Ketepatan janji promosi yang ditawarkan hijup	Tingkat ketepatan janji promosi yang ditawarkan hijup	Interval	14
			Merespon keluhan kostumer melalui email secara sopan.	Tingkat ketepatan mengatasi keluhan kostumer.	Interval	15
	<b>System Availability</b>	Fungsi teknikal yang	sistem selalu tersedia	Tingkat selalu ketersediaan situs.	Interval	16

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
	benar pada situs.	sistem jarang mengalami gangguan	Tingkat gangguan pada situs.	Interval	17
		sistem berjalan dengan lancar saat proses transaksi	Tingkat kelancaran proses transaksi pada situs.	Interval	18
	<b>Privacy</b> sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pengguna.	Perusahaan melindungi data konsumen.	Tingkat perlindungan identitas konsumen.	Interval	19
		dapat menjaga informasi transaksi pelanggan.	Tingkat keamanan data-data konsumen.	Interval	20

Sumber: Pengolahan dari Berbagai Sumber Literatur, 2018

### 3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Berdasarkan urutan signifikansinya, jenis data terbagi dalam dua jenis yaitu data primer dan sekunder.

#### 1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2012) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012 dalam jurnal Hermansyah, 2012).

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung yang diberikan kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2012 dalam jurnal Hermansyah, 2012). Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah berbagai literatur, dan karya-karya ilmiah mengenai teori *e-service quality* dan pengaruhnya terhadap *behavioral intention*.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2 mengenai Jenis dan Sumber Data berikut:

**TABEL 3. 2**  
**JENIS DAN SUMBER DATA**

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Penetrasi Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2017	Sekunder	www.apjii.or.id
2.	Pemanfaatan Internet di Bidang Ekonomi Tahun 2017	Sekunder	www.apjii.or.id
	Pendapatan <i>E-Commerce</i> indonesia	Sekunder	www.ecommerceiq.asia
3.	Situs <i>E-Commerce Fashion Muslim</i> Tahun 2018	Sekunder	www.alexa.com
4.	Pengunjung <i>website fashion muslim</i> dalam satu bulan pada tahun 2018	Sekunder	Hypestat.com
5.	Hasil <i>website review rating pada Islamic fashion site</i> 2018	Sekunder	Trustedcompany.com
6.	Grafik Pengunjung <i>Website Hijup.com</i> Tahun 2018	Sekunder	www.alexa.com
7.	Tanggapan responden member <i>online Hijup.com</i> mengenai dimensi <i>efficiency</i>	Primer	Member <i>online Hijup.com</i>
8.	Tanggapan responden member <i>online Hijup.com</i> mengenai dimensi <i>fulfillment</i>	Primer	Member <i>online Hijup.com</i>
9.	Tanggapan responden member <i>online Hijup.com</i> mengenai dimensi <i>system availability</i>	Primer	Member <i>online Hijup.com</i>
10.	Tanggapan responden member <i>online Hijup.com</i> mengenai dimensi <i>privacy</i>	Primer	Member <i>online Hijup.com</i>
11.	Tanggapan responden member <i>online Hijup.com</i> mengenai variabel <i>behavioral intention</i>	Primer	Member <i>online Hijup.com</i>

Sumber: Hasil pengolahan data dan referensi 2019

### 3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel

#### 3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah total dari semua elemen yang terbagi dalam beberapa seperangkat karakteristik. Tujuan dari sebagian besar proyek riset adalah untuk memperoleh informasi tentang karakteristik suatu populasi dengan cara mengambil

sensus ataupun sampel (Malhotra, 2015). Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, benda gejala, fenomena, atau kejadian-kejadian yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti (Hermawan, 2006).

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, 2006). Berdasarkan pengertian mengenai populasi, maka populasi dalam penelitian ini adalah *member online* Hijup.com yang member pada tahun 2018 berurukan 2.305.000 orang.

### 3.2.4.2 Sampel

Sampel diperlukan untuk mempermudah penelitian, karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti. Keterbatasan itu disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga dan keterbatasan yang tersedia. Peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan apabila bagian yang diambil tersebut mewakili yang diteliti. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2012) dalam suatu penelitian, peneliti dapat sebagian objek populasi yang disebut sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Dalam menentukan jumlah sampel digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan simple random sampling dari Harun Al Rasyid (1994:44), yaitu:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Sedangkan  $n_0$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[ Z \left( 1 - \frac{\alpha}{\sigma} S \right) \right]^2$$

$N$  = Populasi

$n$  = Banyaknya sampel yang diambil dari seluruh unit

$s$  = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan Deming's Emperical Rule

$\delta$  = Bound of error yang bisa ditolerir atau dikehendaki sebesar 5% Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari Jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

- a. Distribusi skor berbentuk kurva distribusi
- b. Jumlah item = 26
- c. Nilai tertinggi skor responden :  $(31 \times 5) = 155$
- d. Nilai terendah skor responden :  $(31 \times 1) = 31$
- e. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai terendah =  $155 - 31 = 124$
- f. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi standar deviation) diperoleh:

$$S = (0,21) (124) = 26,04$$

$$Z \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z \left(1 - \frac{0.05}{2}\right) = Z 0,975 = 1,96$$

Diperoleh S = (26,04) berdasarkan pengamatan dari jawaban responden yang menjawab kuesioner yang berskala 1-5, responden lebih banyak menjawab dengan skor antara 4-5 sehingga arah kurva cenderung condong ke sebelah kanan (Lampiran )

G. Dengan derajat kepercayaan = 95% dimana  $\alpha = 5\%$

(lihat tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

Adapun perhitungan ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan mencari nilai  $n_0$  lebih dahulu, yaitu:

$$n_0 = \left[ \frac{Z \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) S}{\sigma} \right]^2 = \left[ \frac{(1,96)(26,04)}{5} \right]^2 = \left[ \frac{51,031}{5} \right]^2 = 104$$

Nilai  $n_0$  sudah diketahui yaitu sebesar 104 setelah itu kemudian dilakukan penghitungan untuk mencari nilai  $n$  untuk mencari jumlah sampel yang akan diteliti.

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} = \frac{104}{1 + \frac{104}{2.305.000}} = \frac{104}{1,00} = 104$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan minimal sejumlah 104. Menurut Winarno Surakhmad



(1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”. Kemudian untuk keperluan penelitian maka peneliti menambahkan 31 sehingga menjadi 135.

#### **3.2.4.1 Teknik Sampling**

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Menurut Sugiyono (2017;62) teknik *sampling* terbagi kedalam dua kelompok, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Sedangkan *non-probability sampling* antara lain *sampling* sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh dan snowball.

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2017;63). Cara ini dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Pengambilan sampel acak sederhana dapat dilakukan dengan cara undian, memilih bilangan dari daftar bilangan secara acak, dan sebagainya.

#### **3.2.5 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan bagian integral dari desain penelitian dengan masing-masing kelebihan dan kekurangan tersendiri. Masalah yang diteliti dengan menggunakan metode yang tepat akan meningkatkan nilai dari sebuah penelitian (Sekaran, 2003). 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 baik *online* maupun *offline* kepada responden konsumen Hijup. Kuesioner yang disebarkan kepada responden mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan indikator pada variabel hubungan *e-service quality* (X) dengan dimensinya *efficiency* (X<sub>1</sub>), *fulfilment*(X<sub>2</sub>), *system availability*(X<sub>3</sub>), dan *privacy*(X<sub>4</sub>) dan *behavioral intention* (Y). Responden akan memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang tepat.

## 2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti, terdiri dari studi literatur mengenai *e-service quality* dan *behavioral 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 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas

Data mempunyai kedudukan paling tinggi di dalam penelitian ini karena, data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Benar atau tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data.

Instrumen yang telah teruji validitas dan realibilitas belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrument tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Instrument yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*. Penelitian dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari variabel *e-service quality* sebagai instrument variabel X dan *behavioral intention* sebagai instrument variabel Y.

Rumus yang digunakan digunakan untuk menguji validitas adalah rumus Korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Sumber : (Sugiyono, 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 variable X dan Y

Dimana:  $r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).

Berdasarkan kuisioner yang diuji pada 40 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas ( $df = n-2$ ) ( $40-2=38$ ), maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,320 dari tabel hasil pengujian validitas diketahui bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada responden seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur terhadap konsep yang seharusnya diukur. Pada variabel *behavioral intention* semua item valid, hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini.

**TABEL 3.3**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *E-SERVICE QUALITY***

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket
<b>Dimensi <i>E-seService quality</i></b>				
<b><i>Efficiency</i></b>				
1	Tingkat kecepatan akses situs Hijup.com	0,725	0,320	Valid
2	Tingkat kejujuran penawaran Hijup.com	0,837	0,320	Valid
3	Tingkat kelengkapan kebutuhan pada situs Hijup	0,784	0,320	Valid
4.	Tingkat kesesuaian produk pada Hijup.com	0,467	0,320	Valid
<b><i>Fullfillment</i></b>				
5	Tingkat ketepatan waktu pengiriman Hijup	0,705	0,320	Valid
6	Tingkat kesesuaian Promosi Hijup pada konsumen	0,797	0,320	Valid
7	Tingkat kesopanan tanggapan <i>Customer service</i>	0,625	0,320	Valid
8	Tingkat kenyamanan pelayanan <i>customer service</i> Hijup	0,569	0,320	Valid
<b><i>System availability</i></b>				
9	Kesiapan Situs Hijup digunakan secara <i>online</i>	0,743	0,320	Valid
10	Tingkat kecepatan waktu untuk mengakses situs Hijup	0,352	0,320	Valid
11	Tingkat Kesalahan / <i>Error</i> Pada situs Hijup	0,564	0,320	Valid
12	Tingkat kelancaran sistem Hijup saat digunakan	0,343	0,320	Valid
13	Tingkat gangguan pada situs Hijup	0,635	0,320	Valid
<b><i>Privacy</i></b>				
14	Tingkat Keamanan data pribadi pengguna <i>website</i>	0,349	0,320	Valid
15	Tingkat Kenyamanan bertransaksi pada situs	0,729	0,320	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket
16	Hijup Tingkat perlindungan privasi dalam bertransaksi di website atau aplikasi	0,765	0,320	Valid

Sumber: Lampiran 3 Hasil Uji Validitas *E-Service Quality*

Berdasarkan Tabel 3.3 pada instrumen *e-service quality* yang terdiri dari 16 item pernyataan valid karena nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel dan pernyataan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Berikut ini Tabel 3.4 mengenai hasil uji validitas variabel *behavioral intention* yang pada penelitian ini dijadikan sebagai variabel bebas.

**TABEL 3.4**  
**HASIL PENGUJIAN VALIDITAS *BEHAVIORAL INTENTION***

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket
<b>Dimensi <i>Behavioral intention</i></b>				
<b><i>Loyal to Company</i></b>				
17	Tingkat keinginan menggunakan kembali Hijup	0,810	0,320	Valid
18	Tingkat Ketertarikan pada situs <i>fashion</i> muslim lain	0,858	0,320	Valid
19	Intensitas penggunaan Hijup untuk kebutuhan <i>fashion</i> sehari-hari	0,619	0,320	Valid
<b><i>Prosperity to Switch</i></b>				
20	Tingkat keinginan beralih pada kompetitor yang belum dikenal	0,748	0,320	Valid
21	Keinginan mengabaikan situs <i>e-commerce</i> lain, karena harga dan promosi Hijup sayang jika tidak digunakan.	0,793	0,320	Valid
22	Keinginan berpindah ke <i>E-commerce</i> lain jika mengalami problem (masalah) layanan dengan Hijup	0,425	0,320	Valid
<b><i>Willingness to pay more.</i></b>				
23	Tingkat Kesiediaan membayar harga yang lebih tinggi daripada harga kompetitor (pesaing) untuk pelayanan dan produk yang sama	0,565	0,320	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Ket
24	Tingkat keinginan menggunakan Hijup meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi dari pesaing.	0,692	0,320	Valid
25	Tingkat keinginan mencari kompetitor lain jika harga yang ditawarkan lebih murah	0,527	0,320	Valid
<i>External response to problem.</i>				
26	Tingkat keinginan memberikan keluhan pada konsumen lain	0,662	0,320	Valid
27	Tingkat keinginan memberikan keluhan pada <i>customer service</i>	0,538	0,320	Valid
28	Tingkat keinginan memberikan complain pada media massa	0,370	0,320	Valid
<i>Internal response to problem.</i>				
29	Tingkat Keinginan menceritakan keluhan pada Hijup di media sosial	0,370	0,320	Valid
30	Tingkat keinginan menyampaikan kritik atau keluhan langsung pada pihak Hijup.	0,445	0,320	Valid
31.	Tingkat keinginan mengeluh kepada <i>costumer service</i> jika terjadi masalah dengan layanan hijup	0,649	0,320	Valid

Sumber: Lampiran 4 Hasil Uji Validitas *Behavioral Intention*

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrumen *behavioral intention* yang terdiri dari 15 item pernyataan semuanya valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan pernyataan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

### 3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

“Reliabilitas adalah pengukuran yang berkali-kali menghasilkan data yang sama atau konsisten” (Sugiyono, 2004). Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2002) :

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk tingkat keterandalan sesuatu (Arikunto, 2002).

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat

dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliable artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Uji realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* yang dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butiran pertanyaan. *Cronbach Alpha* merupakan statistik paling umum digunakan dalam penelitian. Rumus *Cronbach Alpha* merupakan rumus yang digunakan untuk menguji kerealibilitasan suatu instrumen (Sujarweni, 2014, hlm. 86).

Pada penelitian ini reliabilitas di cari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala *likert* 1 sampai dengan 5.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Sumber : (Sugiyono, 2010)

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan

$\sigma_t^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai  $\sum \sigma^2$  varians tiap butir yang kemudian dijumlahkan ( $\sum \sigma^2$ ) sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Sumber : (Sugiyono, 2010)

Keterangan :

n = jumlah sampel

$\sigma^2$  = nilai varians

$\sum x^2$  = jumlah skor

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_{11}$ )  $\geq r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliable.

2. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_1$ )  $< r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Pengujian reliabilitas instrument pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) versi 20. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Apabila angka *Alpha Cronbach* mendekati 1, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya.

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan SPSS *Statistics* 24 dapat diketahui jika koefisien internal seluruh item  $C\alpha$  hitung  $\geq C\alpha$  minimal dengantingkat signifikansi 10% maka item pertanyaan dikatakan reliabel karena  $C\alpha$  hitung  $\geq 0,320$ .

**TABEL 3.6**  
**HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS**

No	Variabel	Statistik uji	r tabel	Keterangan
1	<i>E-Service Quality</i>	0,745	0,320	Reliabel
2	<i>Behavioral Intention</i>	0,770	0,320	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2019 (Menggunakan SPSS 24.0 *for Windows*)

### 3.2.7 Rancangan Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Menurut Hermawan dalam *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (2009:210), setelah data dikumpulkan proses selanjutnya dilakukan persiapan dan analisis data. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan kuisioner dimana data mentah (*raw data*) diperiksa dari kesalahan yang dilakukan oleh pewawancara atau responden. Pemeriksaan tersebut menyangkut kelengkapan pengisian kuisioner secara menyeluruh.
2. *Skoring*, yaitu menghitung bobot nilai dengan skala *interval*. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *interval* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif sebagai berikut:



**TABEL 3. 3**  
**PEDOMAN NILAI KUISIONER**

Alternatif Jawaban	Rentang Jawaban					Keterangan
	5	4	3	2	1	
Sangat Sesuai/Sangat Terpercaya/Sangat Jujur/Sangat Baik/Sangat Tinggi/Sangat Setuju						Sangat Tidak Sesuai/Sangat Tidak Terpercaya/Sangat Tidak Jujur/Sangat Tidak Baik/Sangat Rendah/Sangat Sangat tidak setuju
	Positif			Negatif		

Sumber: Modifikasi dari Sugiyono (2017)

3. Tabulasi, yaitu suatu proses sederhana untuk menghitung jumlah observasi yang diklasifikasikan kedalam beberapa kategori. Kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk tabel yang berguna.

**TABEL 3. 4**  
**TABULASI DATA PENELITIAN**

Resp.	Skor Item						Total
	1	2	3	4	5	...	
1							
2							
...							
N							

4. Pengujian, untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode verifikatif, maka metode analisis yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif. Penelitian ini menganalisis 5 variabel, yaitu *e service quality* (X1) dengan dimensinya *efficiency* (X<sub>1</sub>), *fulfilment*(X<sub>2</sub>), *system availability*(X<sub>3</sub>), dan *privacy*(X<sub>4</sub>) dan *behavioral intention* (Y), maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis jalur (*Path Analysis*)

### 3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikasinya (Sugiyono, 2014).

### 1. *Cross Tab* (Tabel Silang)

Dalam menganalisis data hasil jawaban responden dilakukan analisa *crosstab* yaitu merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dalam data yang diperoleh (Maholtra, 2009). Analisis *crosstab* merupakan analisa yang masuk dalam kategori statistik deskripsi dimana menampilkan tabulasi silang atau tabel kontigensi yang menunjukkan suatu distribusi bersama dengan pengujian hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisa tabulasi silang adalah metode analisa yang paling sederhana tetapi memiliki daya menerangkan yang cukup jelas untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

### 2. Skor Ideal

Penelitian atau survei membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti kuesioner. Kuesioner berisikan berbagai pertanyaan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian atau survei. Jumlah pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner penelitian cukup banyak sehingga diperlukan skoring untuk memudahkan dalam proses penilaian dan akan membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Pemberian skoring dalam kuesioner harus memenuhi ketentuan dalam penentuan skoring. Berikut adalah rumus untuk mencari hasil skor ideal:

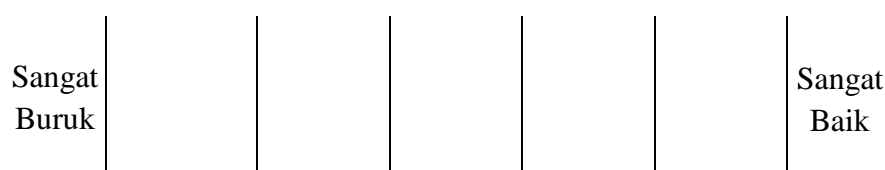
Nilai Indeks Maksimum = Skor interval tertinggi x Jumlah item pertanyaan tiap dimensi x Jumlah responden

Nilai Indeks Minimum = Skor interval terendah x Jumlah item pertanyaan tiap dimensi x Jumlah responden

Jarak Interval = [nilai maksimum - nilai minimum] : skor interval tertinggi

Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100

Skor tersebut secara kontinum dapat digambarkan pada Gambar 3.1 Garis Kontinum sebagai berikut.



**GAMBAR 3.1**  
**GARIS KONTINUM**

### 3. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

#### a. Analisis Deskriptif Variabel X (*E-Service Quality*)

Variabel *e-service quality* terfokus pada penelitian terhadap pandangan konsumen mengenai kualitas pelayanan *website* yang diberikan oleh situs *e-Commerce* terdiri dari 4 dimensi *efficiency* (X<sub>1</sub>), *fulfilment*(X<sub>2</sub>), *system availability*(X<sub>3</sub>), dan *privacy*(X<sub>4</sub>).

#### b. Analisis Deskriptif Variabel Y (*Behavioral Intention*)

Variabel *Behavioral intention* terfokus pada penelitian terhadap pandangan konsumen mengenai niat berperilaku yang diberikan oleh situs *e-Commerce* terdiri dari lima indikator yaitu *loyal to company*, *prospersity to switch*, *willingness to pay more*, *external response to problem*, dan *internal response to problem*.

Analisis deskriptif yang menggunakan angket pada penelitian ini akan dibantu oleh program SPSS melalui distribusi frekuensi. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disajikan pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

**TABEL 3. 5**  
**KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN**

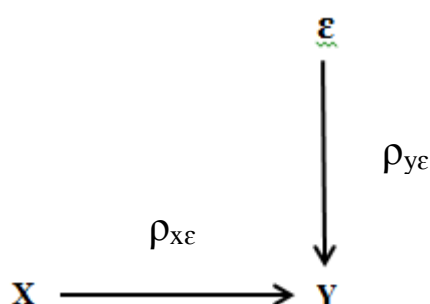
No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0%	Tidak Seorangpun
2	1% - 25%	Sebagian Kecil
3	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4	50%	Setengahnya
5	51% - 75%	Sebagian Besar
6	76% - 99%	Hampir seluruhnya
7	100%	Seluruhnya

Sumber: (Ali, 2013)

#### 3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif Menggunakan *Path Analysis*

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknis analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui

hubungan korelasi dalam penelitian ini yaitu teknis analisis jalur (*path analysis*). Dalam memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval. Analisis ini digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel X (*e-service quality*) yang terdiri dari *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy* ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) terhadap variabel Y (*behavioral intention*). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggambar struktur hipotesis pada gambar 3.2 sebagai berikut.



**GAMBAR 3.2**  
**STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y**

Keterangan:

X : *E-service quality*

Y : *Behavioral Intention*

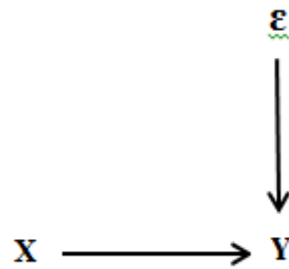
ε : Epsilon (Variabel lain)

Struktur hubungan Gambar 3.2 menjelaskan bahwa *e-service quality* berdampak pada *behavioral intention*. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (*e-service quality*) dan Y (*behavioral intention*) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ε namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis “terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor *e-service quality* (X) yang terdiri dari: *efficiency*( $X_1$ ), *fulfillment* ( $X_2$ ), *system availability* ( $X_3$ ) dan *privacy* ( $X_4$ ) dalam membangun variabel endogen (Y) yaitu *behavioral intention*.”

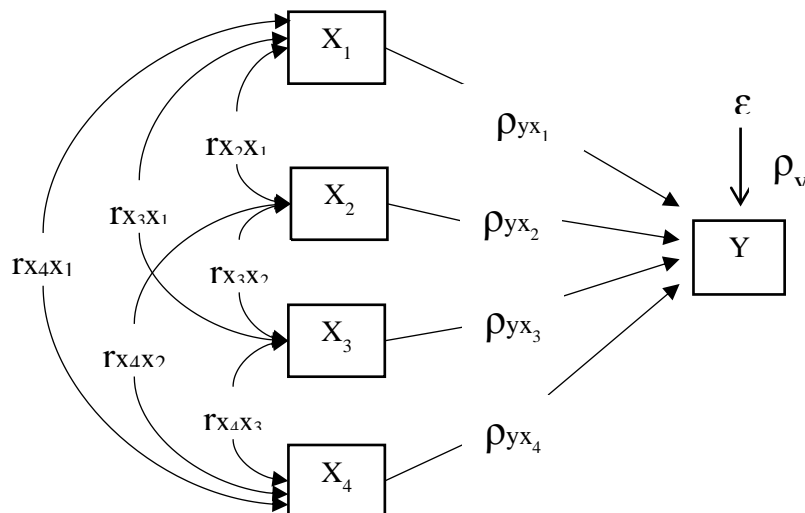
Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Menggambarakan struktur hipotesis utama



**GAMBAR 3.3**  
**DIAGRAM JALUR HIPOTESIS UTAMA**

Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen (eksogen) yang paling dominan terhadap variabel dependen (endogen). Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.4 sebagai berikut:



**GAMBAR 3.4**  
**DIAGRAM JALUR SUB HIPOTESIS**

Keterangan:

$X_1$  = *Efficiency*

$X_2$  = *Fulfillment*

$X_3$  = *System Availability*

$Y$  = *Behavioral Intention*

→ = Hubungan kausalitas

↔ = Hubungan korelasional

$\epsilon$  = Faktor lain yang mempengaruhi (epsilon)

a. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{array}{c} \begin{array}{cccc} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \end{array} \\ \begin{array}{|c|c|c|c|} \hline r_{X_1.X_1} & r_{X_1.X_2} & r_{X_1.X_3} & r_{X_1.X_4} \\ \hline & r_{X_2.X_2} & r_{X_2.X_3} & r_{X_2.X_4} \\ \hline & & r_{X_3.X_3} & r_{X_3.X_4} \\ \hline & & & r_{X_4.X_4} \\ \hline \end{array} \end{array}$$

b. Identifikasi persamaan sub hipotesis menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{array}{c} \begin{array}{cccc} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \end{array} \\ \begin{array}{|c|c|c|c|} \hline C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ \hline & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ \hline & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ \hline & & & C_{4.4} \\ \hline \end{array} \end{array}$$

c. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{array}{|c|} \hline \rho_{yx_1} \\ \hline \rho_{yx_2} \\ \hline \rho_{yx_3} \\ \hline \rho_{yx_4} \\ \hline \end{array} \begin{array}{|c|c|c|c|} \hline X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ \hline C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} \\ \hline & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ \hline & & C_{3.3} & C_{3.4} \\ \hline & & & C_{4.4} \\ \hline \end{array} \begin{array}{|c|} \hline r_{yx_1} \\ \hline r_{yx_2} \\ \hline r_{yx_3} \\ \hline r_{yx_4} \\ \hline \end{array}$$

d. Hitung  $R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4)$  yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap  $Y$  secara simultan dengan menggunakan rumus

$$R^2Y (X_1, X_2, X_3, X_4) = [\rho_{yx_1}, \rho_{yx_2}, \rho_{yx_3}, \rho_{yx_4}]$$

Koefisien determinasi total secara parsial dengan menggunakan rumus:

$$R^2y_{X_1} = [\rho_{yx_1}]$$

$$R^2y_{X_2} = [\rho_{yx_2}]$$

$$R^2y_{X_3} = [\rho_{yx_3}]$$

$$R^2y_{X_4} = [\rho_{yx_4}]$$

e. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

1. Pengaruh ( $X_1$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = \rho_{yx_1} \cdot \rho_{yx_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.2}) = \rho_{yx_1} \cdot r_{x_1.x_2} \cdot \rho_{yx_2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{1.3}) = \rho_{yx_1} \cdot r_{x_1.x_3} \cdot \rho_{yx_3} +$$

$$\text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

2. Pengaruh ( $X_2$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = \rho_{yx_2} \cdot \rho_{yx_2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{2.1}) = \rho_{yx_2} \cdot r_{x_2.x_1} \cdot \rho_{yx_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{2.3}) = \rho_{yx_2} \cdot r_{x_2.x_3} \cdot \rho_{yx_3} +$$

$$\text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

3. Pengaruh ( $X_3$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = \rho_{yx_3} \cdot \rho_{yx_3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{3.1}) = \rho_{yx_3} \cdot r_{x_3.x_1} \cdot \rho_{yx_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{3.2}) = \rho_{yx_3} \cdot r_{x_3.x_2} \cdot \rho_{yx_2} +$$

$$\text{Pengaruh total } (X_3) \text{ terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

4. Pengaruh ( $X_4$ ) terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = \rho_{yx_4} \cdot \rho_{yx_4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{4.1}) = \rho_{yx_4} \cdot r_{x_4.x_1} \cdot \rho_{yx_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_{4.2}) = \rho_{yx_4} \cdot r_{x_4.x_2} \cdot \rho_{yx_2} +$$

$$\text{Pengaruh total } (X_4) \text{ terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

f. Menghitung variabel lain ( $\epsilon$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3, X_4)}}$$

g. Keputusan penerimaan atau penolakan  $H_0$

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0: \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = \rho_{yx_3} = \rho_{yx_4}$$

$H_a$ : Sekurang-kurangnya ada sebuah  $\rho_{YX_i} \neq 0$ ,  $i=1, 2, 3$ , dan 4

h. Uji statistik secara simultan dengan menggunakan rumus:

$$F = \frac{(n - k - i) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_1} \rho_{YX_1}}{(n - k - i) \sum_{i=1}^k \rho_{YX_1} \rho_{YX_1}}$$

Hasil  $F_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.

- i. Uji statistik secara parsial atau individual dengan rumus menggunakan rumus statistik:

$$t = \frac{\rho_{x_i x_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{x_i(x_1, x_2, x_3, x_4)})(C_{ii} + C_{ii} - 2C_{ii})}{n - k - i}}}$$

Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  mendekati (100%)

Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  mendekati (100%)

Untuk menafsirkan sejauh mana pengaruh *e-service quality* terhadap *behavioral intention* digunakan pedoman interpretasi koefisien tertentu. Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel eksogen sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien. Untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan dengan menggunakan rumus Guilford pada Tabel 3.10 sebagai berikut:

**TABEL 3.1**  
**PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI PENGARUH (GUILFORD)**

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0 % - 19,99 %	Sangat Lemah
20 % - 39,99 %	Lemah
40 % - 59,99 %	Sedang
60 % - 79,99 %	Kuat
80 % - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016:231)

### 3.2.8 Pengujian Hipotesis

Untuk mencari hubungan dua variabel atau lebih dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel yang dicari hubungannya. Kolerasi merupakan angka yang menunjukkan arah kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Sebagai langkah terakhir dari analisis data adalah pengujian hipotesis. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan harus menggunakan uji statistika yang tepat. Menurut Sugiyono (2013:84) “Hipotesis diartikan sebagai pernyataan



mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian”.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan  $n-k$  serta berada pada uji dua pihak. Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik berdasarkan pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2013:188) adalah:

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1.  $H_0: \rho < 0$  artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *e-service quality* terhadap *behavioral intention*.
2.  $H_a: \rho > 0$  artinya terdapat pengaruh positif dari *e-service quality* terhadap *behavioral intention*.

Sub hipotesis:

1.  $H_0: \rho < 0$  artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *efficiency* terhadap *behavioral intention* .  
 $H_a: \rho > 0$  artinya terdapat pengaruh positif dari *efficiency* terhadap *behavioral intention*.
2.  $H_0: \rho < 0$  artinya terdapat pengaruh positif dari *fulfillment* terhadap *behavioral intention*.  
 $H_a: \rho > 0$  artinya terdapat pengaruh positif dari *fulfillment* terhadap *behavioral intention*.
3.  $H_0: \rho < 0$  artinya terdapat pengaruh positif dari *system availability* terhadap *behavioral intention*.  
 $H_a: \rho > 0$  artinya terdapat pengaruh positif dari *system availability* terhadap *behavioral intention*.
4.  $H_0: \rho < 0$  artinya terdapat pengaruh positif dari *privacy* terhadap *behavioral intention*.  
 $H_a: \rho > 0$  artinya terdapat pengaruh positif dari *privacy* terhadap *behavioral intention*