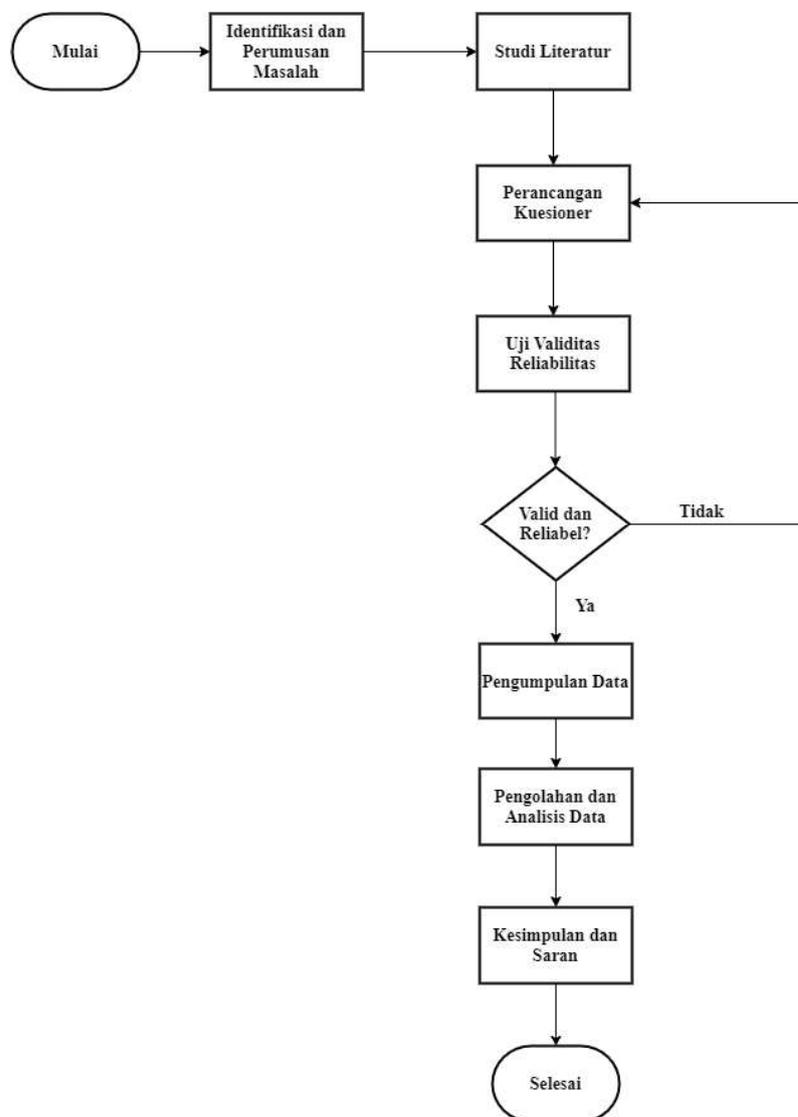


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian

Pendekatan kuantitatif dimanfaatkan dalam melaksanakan penelitian ini untuk mengevaluasi korelasi antara pengalaman pengguna terhadap tingkat kepuasan pengguna serta memverifikasi hipotesis tentang faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pada aplikasi Sociolla Connect dan Sephora Mobile. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini dibagi menjadi beberapa tahapan seperti yang terlihat pada Gambar 3.1



Gambar 3. 1 Tahap Penelitian

1. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada tahap awal penelitian, peneliti mengidentifikasi permasalahan yang ditemukan, lalu merumuskan permasalahan tersebut sebagaimana yang tertuang pada Bab I.

2. Studi Literatur

Merupakan tahapan kajian Pustaka untuk melakukan studi dari berbagai penelitian terdahulu yang mempunyai kesamaan dengan penelitian yang akan dikerjakan dan sesuai dengan rumusan masalah. Selain itu, tahapan ini dilakukan eksplorasi mengenai teori terkait dengan metode yang digunakan pada penelitian.

3. Perancangan Kuesioner

Pada tahap ini peneliti akan melakukan perancangan butir-butir tiap item pertanyaan untuk kuesioner yang akan diajukan dalam pengumpulan data.

4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Merupakan tahapan peneliti akan melakukan pengujian kevalidan dan reliabilitas untuk tiap butir item pertanyaan dalam kuesioner. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menghasilkan alat ukur yang valid dan reliabel.

5. Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, peneliti melakukan pengumpulan data melalui pembagian kuesioner secara *online* kepada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan

6. Pengolahan dan Analisis Data

Pada tahap pengolahan data, peneliti akan mengolah data yang telah dikumpulkan pada tahap sebelumnya dengan menggunakan pengolahan statistik, dan akan dilakukan analisis berdasarkan data dan hasil pada tahap pengolahan data yang telah dilakukan.

7. Kesimpulan dan Saran

Tahap ini merupakan tahap pengambilan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang berkaitan dengan penelitian.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan dimanfaatkan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner secara *online* dan akan disebar ke pengguna yang sudah pernah menggunakan aplikasi Sociolla Connect dan Sephora Mobile. Sebelum menyebarkan kuesioner, peneliti akan melakukan perancangan tiap item pertanyaan kuesioner dan menguji nilai validitas serta reliabilitasnya. Tipe kuesioner yang akan digunakan berupa kuesioner skala *likert* yang terdiri dari pertanyaan profil responden dan pertanyaan untuk menguji hipotesis. Skala *likert* dapat digunakan dalam mengukur suatu pendapat, persepsi, tanggapan atau respons yang memiliki hubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang [43]. Berikut skor yang ada pada skala *likert* yang ditunjukkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Skala *Likert*

Skor	Kriteria Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)Setuju (S)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Setelah melakukan penyusunan item pertanyaan kuesioner peneliti akan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap setiap item pertanyaan dalam kuesioner untuk menghindari ambiguitas pertanyaan. Pengujian validitas dan reliabilitas item kuesioner akan dilakukan dengan bantuan *software* SPSS. Pada penelitian ini peneliti akan melakukan uji validitas dan reliabilitas item pertanyaan kuesioner dengan melibatkan sekitar 30 responden dengan kriteria sudah pernah menggunakan aplikasi Sociolla Connect dan Sephora Mobile. 30 responden dipilih karena merujuk kepada pernyataan dari Singarimbun dan Effendi yang menyatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah 30 responden hal ini dengan alasan bahwa menurut perhitungan statistik angka 30 telah mendekati kurva normal [44]. Selain itu penguat pendapat tersebut didukung juga oleh pendapat dari Gay,

Mills dan Airasian mereka menjelaskan untuk penelitian korelasi diperlukan sampel sebesar 30 responden [45].

Setelah kuesioner valid dan reliabel, maka kuesioner akan disebarakan secara *online* kepada responden. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang diharapkan sebanyak 80 responden. Dalam menentukan jumlah responden penelitian ini, peneliti mengutip pernyataan dari Roscoe yang mengusulkan aturan praktis untuk menentukan ukuran sampel yaitu apabila penelitian yang dilakukan termasuk penelitian multivariat, ukuran sampel harus beberapa kali (sebaiknya sepuluh kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian [46]. Dikarenakan pada penelitian ini akan melibatkan 8 variabel yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, manfaat bersih, nilai utilitarian dan nilai hedonic sehingga dapat ditarik kesimpulan untuk jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah variabel} \times 10 \\ &= 8 \times 10 \\ &= 80 \text{ responden}\end{aligned}$$

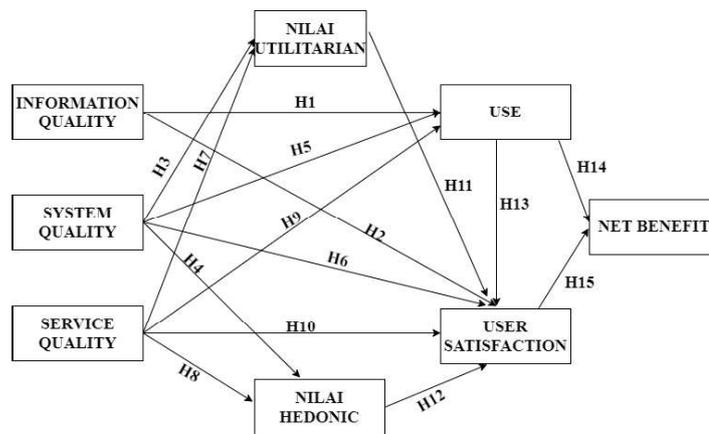
Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut.

1. Perempuan berusia 18-35 tahun.
2. Sudah terbiasa menggunakan telepon pintar android atau iOS.
3. Pernah menggunakan aplikasi Sociolla Connect dan / atau Sephora Mobile.
4. Sudah pernah membeli produk melalui aplikasi Sociolla Connect dan Sephora Mobile.
5. Pernah mengalami masalah saat pembelian produk, dan tetap melakukan *repurchase* di Sociolla Connect dan Sephora Mobile.

3.2.1 Rancangan Hipotesis

Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya, peneliti akan memanfaatkan model DeLone & McLean dalam mengevaluasi tingkat keberhasilan sistem Sociolla Connect dan Sephora Mobile. Model ini mempunyai

6 variabel yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, dan manfaat bersih. Selanjutnya untuk membedakan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti akan menambahkan dan memodifikasi dengan menambahkan 2 variabel terkait yaitu variabel nilai utilitarian dan nilai hedonic. Sehingga dalam penelitian ini akan menggunakan setidaknya 8 variabel penilaian yang terdiri dari yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, manfaat bersih, nilai utilitarian dan nilai hedonic. Model penelitian terlihat pada Gambar 3.2



Gambar 3. 2 Model Hipotesis Penelitian

1. *Information Quality*

Variabel *information quality* merupakan hasil dari proses penggunaan sistem yang berfokus pada kualitas informasi dan fungsionalitas sistem yang diberikan ke pengguna [47]. Pada penelitian ini, peneliti akan memperkirakan seberapa besar pengaruh informasi yang disediakan oleh sistem terhadap variabel *use* dan *user satisfaction*, sehingga peneliti nanti dapat menyimpulkan apakah informasi yang disediakan sistem dapat berguna serta dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Mengacu pada penelitian terdahulu, kualitas informasi sangat berpengaruh terhadap variabel *use* dan *user satisfaction*. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Trihandayani pada tahun 2018 [47], Pawirosumarto pada tahun 2016 [36], dan Almutairi pada tahun 2016 [48] memaparkan jika terdapat korelasi positif signifikan antara kualitas informasi dengan variabel *use* dan *user satisfaction*.

H1: Kualitas informasi memberi pengaruh pada variabel *use*

H2: Kualitas informasi memberi pengaruh pada kepuasan pengguna

2. *System Quality*

System Quality merupakan tolak ukur untuk mengukur performa sistem berdasarkan penilaian pengguna. Kualitas sistem merepresentasikan manfaat yang dihasilkan dari kombinasi antara *software* dan *hardware* yang digunakan untuk mengoperasikan suatu sistem [49]. Pada penelitian ini, peneliti berfokus untuk menilai kinerja keseluruhan sistem karena sistem yang dinilai baik adalah sistem yang memiliki kualitas yang mumpuni serta dapat memberi manfaat serta kepuasan terhadap pengguna [14].

Mengacu pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Molla & Licker tahun 2001 memaparkan jika kualitas sistem mempunyai pengaruh terhadap *use* dan *user satisfaction* [50]. Selain itu mengacu pada penelitian Shin pada tahun 2014 [14] dan Cheong & Park pada tahun 2005 [51] mengatakan bahwa kualitas sistem juga memberi pengaruh terhadap nilai utilitarian dan hedonic.

H3: Kualitas sistem memberi pengaruh pada variabel *use*

H4: Kualitas sistem memberi pengaruh pada kepuasan pengguna

H5: Kualitas sistem memberi pengaruh pada nilai utilitarian

H6: Kualitas sistem memberi pengaruh pada nilai hedonic

3. *Service Quality*

Service Quality adalah salah satu acuan untuk menilai kualitas layanan yang diberikan oleh pengembang sistem terhadap pengguna [52]. Kualitas pelayanan menggambarkan seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pengguna agar pengguna percaya bahwa sistem informasi dapat menyelesaikan permasalahan dan digunakan dengan baik tanpa halangan yang berarti.

Menurut penelitian Shin tahun 2014 [14] dan Negi tahun 2009 [53] memaparkan jika kualitas layanan memberi pengaruh pada nilai utilitarian dan nilai hedonic. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Lin tahun 2010 [54] dan Trihandayani [47] tahun 2018 memaparkan jika kualitas layanan juga memberi pengaruh positif terhadap *use* dan *user satisfaction*.

H7: Kualitas layanan memberi pengaruh pada nilai utilitarian

H8: Kualitas layanan memberi pengaruh pada nilai hedonic

H9: Kualitas layanan memberi pengaruh pada variabel *use*

H10: Kualitas layanan memberi pengaruh pada kepuasan pengguna

4. Nilai Utilitarian

Nilai utilitarian adalah penilaian yang menitikberatkan pada penilaian yang berasal dari pengguna saat sedang ataupun setelah penggunaan suatu sistem dengan berpusat pada kegunaan yang diberikan oleh sistem yang bersangkutan. Mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Shin pada tahun 2014 memaparkan jika nilai utilitarian menjadi salah satu tolak ukur untuk menilai tingkat kepuasan pengguna [14].

H11: Nilai utilitarian memberi pengaruh pada kepuasan pengguna

5. Nilai Hedonic

Nilai hedonic adalah penilaian yang menitikberatkan pada perasaan senang yang dirasakan oleh pengguna saat mengoperasikan sistem. Nilai hedonic pada penelitian ini akan merepresentasikan perasaan yang dirasakan pengguna yaitu perasaan *fun* dan *enjoyment* yang timbul saat menggunakan sistem.

H12: Nilai hedonic memberi pengaruh pada kepuasan pengguna

6. *Use*

Variabel *Use* merupakan cara pengguna untuk memaksimalkan fungsionalitas saat menggunakan sistem, Variabel ini juga digunakan untuk mengukur frekuensi pengguna dalam menggunakan suatu sistem. Nilai variabel *use* dapat memberi pengaruh kepada kepuasan dan akan mempengaruhi keputusan pengguna apakah akan tetap menggunakan sistem atau berhenti [52]. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Augusto dkk.[49] memaparkan jika *use* dapat memberikan pengaruh pada kepuasan pengguna dan variabel manfaat bersih.

H13: Variabel *use* memberi pengaruh pada kepuasan pengguna

H14: Variabel *use* memberi pengaruh pada *net benefit*

7. *User Satisfaction*

Kepuasan pengguna merupakan reaksi ataupun perasaan yang timbul dari pengguna terhadap suatu sistem [52]. Kepuasan pengguna menggambarkan reaksi ataupun persepsi yang bersifat subjektif dari pengguna setelah menggunakan sistem informasi. Penilaian ini berguna untuk mengetahui seberapa puas pengguna terhadap suatu sistem [49].

Mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hyonsong Chong dkk. [55] memaparkan bahwa kepuasan pengguna akan memberikan pengaruh pada variabel *net benefit*.

H15: Kepuasan pengguna memberi pengaruh pada *net benefit*

8. *Net Benefit*

Net Benefits adalah suatu keuntungan yang dirasakan oleh pengguna (*individual*) dan perusahaan (*organizational*) setelah menggunakan dan menerapkan suatu sistem. Dikarenakan penelitian ini akan berpusat pada pengguna maka yang menjadi fokus penelitian adalah *individual impact* [49]. Berdasarkan pemaparan sebelumnya dijelaskan bahwa *use* dan kepuasan pengguna memberi pengaruh terhadap *net benefits*.

3.2.2 Indikator Penelitian

Mengacu pada model hipotesis penelitian yang telah dirancang maka dapat diperoleh indikator dari setiap variabel yang akan digunakan dalam penelitian, dan dari indikator tersebut nantinya akan menghasilkan butir pertanyaan kuesioner yang akan disebar kepada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebagai bahan pengumpulan data. Indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian DeLone McLean, 2003 [11]; Trihandayani et al., 2018 [47]; dan Kim Hye Shin, 2006 [56]. Untuk penelitian DeLone McLean, 2003 peneliti mengadopsi beberapa indikator yaitu *reliability dan response time (system quality)*, *completeness, ease of understanding, relevance, dan security (information quality)*, *assurance, empathy, responsiveness (service quality)*, *nature of use (use)*, *repeat purchase (user satisfaction)*, *time saving, reduce search cost (net benefit)*. Untuk penelitian Trihandayani et al., 2018 peneliti mengadopsi beberapa indikator yaitu *ease of use (system quality)*, *accuracy (information quality)*, frekuensi penggunaan

(*use*), *overall satisfaction (user satisfaction)*). Untuk penelitian Kim Hye Shin, 2006 peneliti mengadopsi indikator untuk variabel nilai utilitarian (*achievement, efficiency*) dan hedonic (*adventure shopping, value shopping*).

Untuk indikator dari setiap variabel dan pertanyaan yang akan diajukan pada kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Pertanyaan Kuesioner

Kode	Variabel	Indikator		Definisi	Pertanyaan	Referensi
		kode	Nama indikator			
IQ	<i>Information Quality</i>	IQ 1	<i>relevance</i>	kesesuaian informasi yang dihasilkan aplikasi	Informasi yang disajikan aplikasi sesuai dengan kebutuhan.	DeLone McLean, 2003 [11]; Trihandayani et al.,2018 [47];
		IQ 2	<i>Completeness</i>	Kelengkapan informasi pada aplikasi	Informasi yang disajikan aplikasi sangat lengkap.	
		IQ 3	<i>Accuracy</i>	ketepatan informasi yang diberikan	Informasi yang disajikan aplikasi sangat akurat.	
		IQ4	<i>Ease of Understanding</i>	Informasi yang disediakan oleh aplikasi mudah	Pengguna dengan mudah memahami informasi	

				dipahami oleh pengguna	yang disediakan oleh aplikasi	
		IQ 5	<i>Security</i>	Kemampuan sistem dalam memberi kenyamanan dan keamanan bertransaksi	Aplikasi memberi rasa nyaman dan aman saat melakukan transaksi.	
SQ	<i>System Quality</i>	SQ 1	<i>Reliability</i>	Tingkat keandalan untuk beroperasi tanpa kendala.	Aplikasi memiliki performa yang sangat baik.	DeLone McLean, 2003 [11]; Trihandayani et al.,2018 [47];
		SQ 2	<i>Response Time</i>	Tingkat kecepatan respon aplikasi	Respon dari aplikasi sangat cepat sesuai dengan permintaan pengguna.	
		SQ 3	<i>Ease of Use</i>	Perasaan mudah yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi	Aplikasi sangat mudah untuk digunakan.	
SERVQ	<i>Service Quality</i>	SERVQ 1	<i>Assurance</i>	<i>Customer care</i> memberi jaminan dalam	<i>customer care</i> dapat menjawab pertanyaan yang saya	DeLone McLean, 2003 [11]; Trihandayani

				memberikan pelayanan	ajukan terkait masalah yang saya alami.	et al.,2018 [47];
		SERVQ 2	<i>Empathy</i>	Mendahulukan kepentingan /permohonan pelanggan	<i>customer care</i> sangat peduli saat saya melaporkan permasalahan yang dialami.	
		SERVQ 3	<i>Responsiveness</i>	Merespon dengan cepat setiap pelanggan yang ingin mendapat pelayanan	<i>customer care</i> dengan cepat membantu ketika saya membutuhkan bantuan	
NU	Nilai Utilitarian	NU 1	<i>Efficiency</i>	Ketepatan pengguna saat menggunakan aplikasi	Aplikasi dapat meningkatkan efisiensi saya dalam melakukan kegiatan berbelanja	Kim Hye Shin, 2006 [56]
		NU 2	<i>Achievement</i>	Kesuksesan aplikasi dalam menyelesaikan proses belanja	Aplikasi dapat dengan cepat memproses pesanan Saya	

NH	Nilai Hedonic	NH 1	<i>Adventure Shopping Experience</i>	Kenikmatan yang dirasakan pengguna selama proses belanja pada aplikasi	Saya menikmati dan merasakan kegembiraan ketika mencari produk yang dibutuhkan pada aplikasi.	Kim Hye Shin, 2006 [56]
		NH 2	<i>Value Shopping</i>	Mencari produk dengan potongan harga dan menemukan diskon atau harga rendah	Saya sering berbelanja saat aplikasi menawarkan berbagai macam diskon produk	
U	Use	U 1	Frekuensi penggunaan	Seberapa sering pengguna menggunakan aplikasi	Saya menggunakan aplikasi setidaknya sekali dalam sebulan	DeLone McLean, 2003 [11]; Trihandayani et al.,2018 [47];
		U 2	<i>Nature of Use</i>	Penggunaan aplikasi yang sesuai fungsinya	Saya menggunakan aplikasi untuk berbelanja produk kecantikan.	
		U 3	<i>Reuse Intention</i>	Dorongan penggunaan	Saya akan menggunakan kembali	

				kembali aplikasi	aplikasi untuk berbelanja produk	
US	<i>User Satisfaction</i>	US 1	<i>Overall Satisfaction</i>	Tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan	Saya puas dengan pelayanan aplikasi.	DeLone McLean, 2003 [11]; Trihandayani et al.,2018 [47];
		US 2	<i>Repeat Purchase Intention</i>	Pembelian kembali melalui aplikasi	Saya akan melakukan pembelian ulang dengan aplikasi ini.	
NB	<i>Net Benefit</i>	NB 1	<i>Reduce search cost</i>	Aplikasi dapat mengurangi lama pencarian informasi	Terdapat menu pencarian yang dapat membantu dan mengurangi waktu saya dalam melakukan pencarian.	DeLone McLean, 2003 [11]; Trihandayani et al.,2018 [47];
		NB 2	Time Saving	Aplikasi dapat menghemat waktu	Dengan menggunakan aplikasi, dapat menghemat waktu saya dalam melakukan	

					kegiatan berbelanja	
--	--	--	--	--	------------------------	--

3.3 Metode Pengolahan Data

Setelah pengumpulan data melalui kuesioner terkumpul, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah tahap pengolahan dan analisis data. Hasil pengumpulan data akan diolah dengan bantuan *software* SmartPLS. Pada metode analisis data ini, peneliti memanfaatkan metode PLS-SEM karena penelitian yang dilakukan peneliti mengarah kepada pengembangan teori yang sudah ada.

Dalam tahap analisis data ada beberapa hipotesis yang ditetapkan oleh peneliti, gunanya untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara pengalaman pengguna dengan kepuasan pengguna pada aplikasi Sociolla Connect dan Sephora Mobile. Perhitungan statistik yang akan dilakukan untuk menganalisis data dilakukan adalah menganalisis model pengukuran (*outer model*) dengan menghitung *loading factor*, *average variance extracted (AVE)*, *composite reliability*, dan *discriminant validity*.

Setelah tahap analisis *outer model* selesai dilanjutkan menganalisis model struktural (*inner model*) dengan menghitung, estimasi *R-Square*, estimasi signifikansi, *effect size*, *predictive relevance*, dan *relative impact*. Setelah seluruh tahapan analisis selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah menginterpretasi hasil tiap model yang sudah dilakukan terhadap hipotesis yang diajukan sebelumnya apakah hipotesis tersebut menyatakan pernyataan yang benar atau sebaliknya. Serta mengambil kesimpulan variabel apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna untuk tiap aplikasi serta faktor apa saja yang mempengaruhi secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna untuk masing- masing aplikasi.