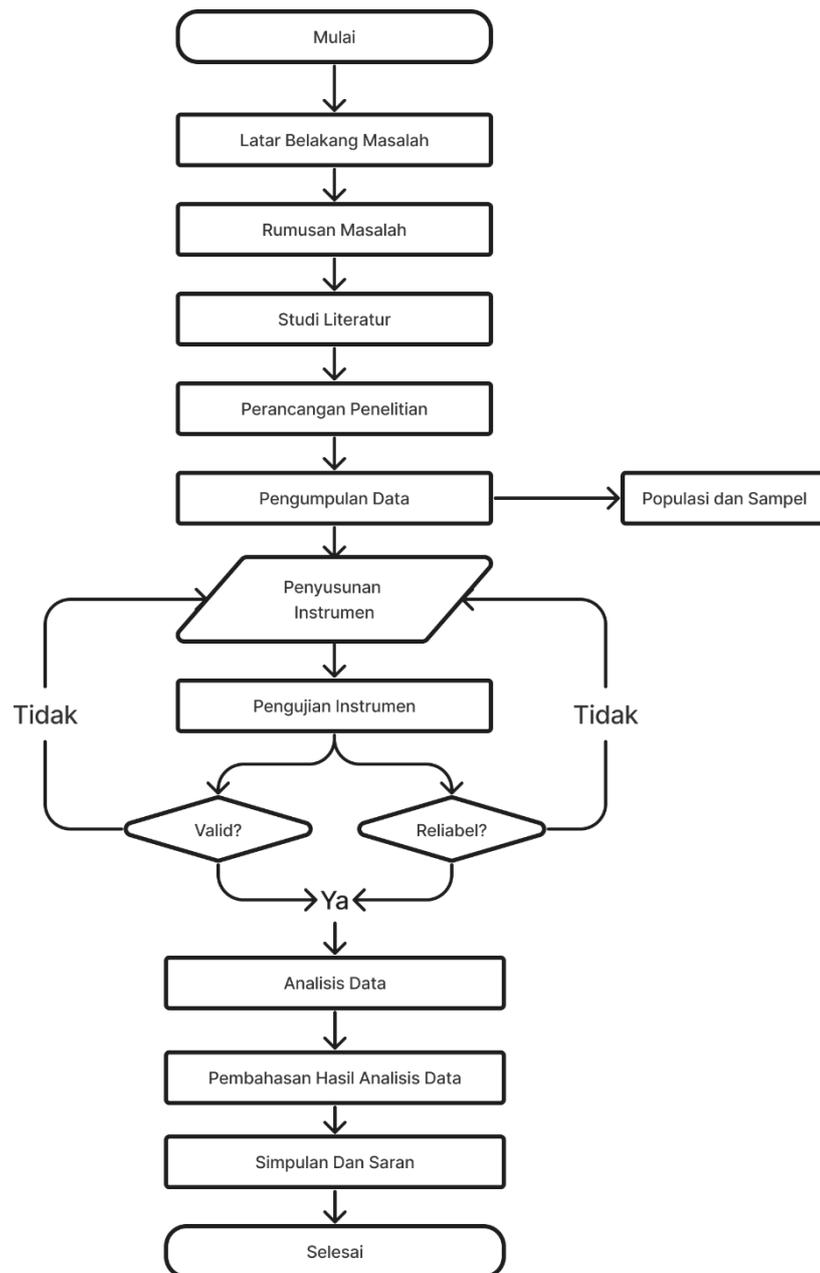


BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah berbagai prosedur, teknik, dan alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data (Creswell, 2014). Metode penelitian melibatkan prosedur sistematis dan ketat yang digunakan untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini memiliki metode sebagai berikut.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

Gambar 3.1 alur penelitian terdiri dari identifikasi latar belakang masalah, perumusan masalah, kajian studi literatur, perancangan penelitian. Kemudian pengumpulan data yang terdiri dari populasi dan sampel dan penyusunan instrumen, dilanjut dengan analisis data, pembahasan hasil analisis data, simpulan dan saran.

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian. Objek penelitian dapat berupa permasalahan atau isu yang ingin diketahui dan dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan metode penelitian ilmiah (Creswell, 2014). Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah *user experience* dan *customer satisfaction* pada *streaming mobile application* Vidio.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis, dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2020). Metode penelitian adalah suatu tahap kegiatan untuk menyelesaikan suatu aktivitas yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dan menjawab pertanyaan penelitian (Creswell, 2014). Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk memperoleh data numerik dan menganalisis data dengan menggunakan statistik.

3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan penelitian kausal. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data numerik dan analisis statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sugiyono, 2020). Penelitian kausal bertujuan untuk menemukan hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2020).

3.2.2 Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu *user experience* dan *customer satisfaction*. Kedua variabel tersebut dibagi ke dalam dimensi yang berbeda-beda dengan indikatornya masing-masing. Skala yang digunakan pada penelitian yaitu skala ordinal, menurut Creswell (2012), peneliti menggunakan skala ordinal (atau

skala peringkat atau skala kategorikal) untuk memberikan opsi jawaban di mana responden mengurutkan dari yang terbaik atau paling penting hingga terburuk atau paling tidak penting dari suatu sifat, atribut, atau karakteristik. Tabel 3.1 operasional variabel *user experience* dan *customer satisfaction* mencakup definisi variabel, dimensi, dan indikator penelitian dapat dibaca di bawah ini.

Tabel 3.1
Operasional Variabel *UX dan Customer Satisfaction*

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>User Experience</i> (X)	<i>User experience</i> adalah totalitas efek yang dirasakan pengguna sebelum, selama, dan setelah berinteraksi dengan suatu produk atau sistem dalam suatu ekologi (Hartson & Pyla, 2019).	<i>Attractiveness</i>	Tampilan pengguna menarik	Ordinal
			Citra produk menarik	Ordinal
		<i>Perspicuity</i>	Tampilan mudah dipahami	Ordinal
			Navigasi jelas	Ordinal
			Cara akses fitur dan tata letak konsisten	Ordinal
		<i>Efficiency</i>	Tingkat kesalahan dalam mengakses rendah	Ordinal
			Akses dalam produk cepat	Ordinal
		<i>Dependability</i>	Memiliki tingkat keamanan kuat	Ordinal
			Produk tersedia dan berfungsi penuh	Ordinal
		<i>Stimulation</i>	Produk memotivasi	Ordinal
Bernilai dan bermanfaat	Ordinal			
<i>Novelty</i>	Kreatif dalam tampilan dan fitur	Ordinal		
	Produk menawarkan keunikan	Ordinal		
	Produk inovatif	Ordinal		
<i>Customer Satisfaction</i> (Y)	<i>Customer satisfaction</i> merupakan perasaan senang atau kecewa	<i>Product and Service Features</i>	Kinerja produk memuaskan	Ordinal
			Fitur telah memenuhi kebutuhan dan preferensi	Ordinal

<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kemampuan kerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau layanan terhadap ekspektasi (Kotler & Keller, 2016).	<i>Customer Emotions</i>	Merasa senang saat menggunakan produk	Ordinal
			Merekomendasikan produk kepada orang lain	Ordinal
		<i>Attributions</i>	Puas dengan kualitas produk	Ordinal
			Merekomendasikan produk	Ordinal
		<i>Perceptions of Equity or Fairness</i>	Produk memberikan manfaat dengan cara yang adil dan layak	Ordinal
		Produk memiliki penawaran yang sepadan dengan harga	Ordinal	

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data kuantitatif, baik itu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya melalui instrumen penelitian yang telah dirancang sebelumnya (Sugiyono, 2020). Data primer didapat dari responden melalui survei kuesioner dan observasi. Data primer menjadi sumber data yang paling utama dan asli dalam penelitian, karena data belum pernah dipublikasikan dan belum pernah diolah oleh pihak lain sebelumnya. Data primer didapat dari hasil penyebaran kuesioner melalui Google Form yang disebarakan melalui internet dan observasi. Sedangkan data sekunder bersumber dari studi literatur dalam bentuk buku, jurnal penelitian, laporan data melalui internet, dan bahan pustaka yang relevan dengan penelitian.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan tanda atau ciri yang dapat digunakan sebagai identifikasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk ditelaah dan kemudian ditarik

kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Populasi yang digunakan merupakan pelanggan aktif *streaming mobile application* Vidio pada periode bulan Maret-Mei 2023.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah subkelompok dari populasi target yang akan diteliti oleh peneliti untuk membuat generalisasi tentang populasi target (Creswell, 2012). Dalam penelitian ini menggunakan jenis pengambilan *non-probability sampling* melalui teknik *convenience sampling*. Menurut Creswell (2012), dalam *convenience sampling* partisipan dipilih karena partisipan bersedia dan tersedia untuk diteliti. Sampel dapat memberikan informasi yang berguna untuk menjawab pertanyaan dan hipotesis. *Convenience sampling* digunakan ketika sulit atau memakan waktu untuk mendapatkan sampel acak. Sebab penelitian menggunakan variabel *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) maka sampel yang digunakan adalah pelanggan Vidio yang menggunakan *mobile application* dalam menikmati konten-kontennya. Pelanggan merupakan seseorang yang membeli barang atau jasa atau layanan. Jumlah pelanggan Vidio 3,5 juta pada kuartal II/2022 (Utami, 2022).

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan digunakan menerapkan rumus Taro Yamane (Riduwan, 2015). Berikut perhitungannya.

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi yang diketahui

d = Presisi yang ditetapkan.

Toleransi kesalahan sebesar 10%.

Berikut perhitungan sampel berdasarkan rumus diatas:

$$n = \frac{3.500.000}{3.500.000 \times 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{3.500.000}{3.500.000 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{3.500.000}{3.500.000 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{3.500.000}{35.001}$$

$n = 99,997$ dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan rumus Taro Yamane diatas, maka minimal jumlah responden yang diambil dari data populasi adalah 100 responden.

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dilaksanakan melalui metode *nonprobability sampling*. Menurut Creswell (2012), *nonprobability sampling* dalam pengambilan sampel peneliti memilih individu karena sampel tersedia, nyaman, dan mewakili beberapa karakteristik yang ingin dipelajari. Dalam penelitian ini melibatkan partisipan yang menjadi sukarelawan dan setuju untuk diteliti dan juga temuan untuk suatu populasi tidak digeneralisasikan, hanya untuk mendeskripsikan sekelompok kecil sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilaksanakan untuk mengumpulkan data berupa ulasan *mobile application* Vidio oleh pengguna di Google Play yang memiliki relevansi dengan dimensi-dimensi *user experience* dan *customer satisfaction*.

2. Kuesioner

Penerapan kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu pelanggan Vidio. Kuesioner dilaksanakan dengan memberikan responden pertanyaan seputar demografi, pengalaman menonton, dan penilaian terhadap pernyataan tertutup melalui penyebaran kuesioner secara *online*. Kuesioner menggunakan skala Likert 1-5.

3.2.6 Uji Instrumen

3.2.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2020), validitas adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Kuesioner dianggap valid apabila nilai korelasi hitung lebih besar daripada nilai korelasi tabel (Valid = r hitung $>$ r tabel) (Sugiyono 2020). Suatu instrumen dinyatakan valid jika memberikan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, pada penelitian ini memiliki tingkat signifikansi 5 persen atau (α) 0,05 dan menggunakan 30 orang responden didapatkan 0,361. Sebagai uji terdahulu penentuan suatu variabel memadai atau tidaknya saat diimplementasikan.

Berikut rumus yang digunakan untuk mendapatkan r tabel menurut Tabachnick dan Fidell (2013).

$$R = \frac{r}{\sqrt{(1-r^2)/(N-2)}}$$

Keterangan:

R = koefisien korelasi Pearson

r = estimasi koefisien korelasi populasi

N = ukuran sampel

Sedangkan untuk rumus r hitung atau koefisien korelasi didapatkan dengan rumus berikut.

$$r = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

ΣXY = Jumlah perkalian setiap nilai X dengan nilai Y

ΣX = Jumlah semua nilai X

ΣY = Jumlah semua nilai Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat semua nilai X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat semua nilai Y

N = Jumlah pasangan data

Dalam perhitungan uji validitas diimplementasikan dengan perangkat lunak *SPSS (Statistical Package for Social Sciences)* Versi 26. Berdasarkan situs web *SPSS Statistics (2023)*, *SPSS* merupakan platform perangkat lunak statistik yang menawarkan antarmuka yang ramah pengguna dan serangkaian fitur canggih yang memungkinkan suatu organisasi dengan cepat mengekstrak wawasan yang dapat ditindaklanjuti dari data yang dimilikinya. Prosedur statistik tingkat lanjut

membantu memastikan keakuratan yang tinggi dan pengambilan keputusan yang berkualitas.

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen dapat diuji dengan beberapa uji reliabilitas. Beberapa uji reliabilitas suatu instrumen yang bisa digunakan antara lain *test-retest*, ekuivalen, dan *internal consistency* (Yusup, 2018). Pernyataan dikatakan reliabel jika jawaban responden konsisten terhadap pertanyaan yang diajukan. Uji reliabilitas diimplementasikan dengan *Cronbach's Alpha* melalui perangkat lunak SPSS Versi 26. Menurut Ursachi dkk. (2015), pada umumnya aturan yang diterima adalah bahwa α sebesar 0,6 - 0,7 menunjukkan tingkat keandalan yang dapat diterima, sedangkan untuk 0,8 atau lebih besar memiliki tingkat yang sangat baik. Namun, nilai yang lebih tinggi dari 0,95 belum tentu baik, karena bisa jadi merupakan indikasi adanya redundansi.

3.2.7 Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif merupakan suatu metode metode statistik yang diterapkan untuk menggambarkan dan meringkas data yang diperoleh dari suatu sampel (Sugiyono, 2020). Analisis data deskriptif dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik dan alat statistik, seperti penghitungan frekuensi, persentase, *mean* (rata-rata), median, modus, rentang, simpangan baku, dan kuartil. Selain itu, analisis data deskriptif juga dapat dilakukan dengan membuat grafik atau diagram untuk memvisualisasikan data, seperti histogram, diagram batang, dan diagram lingkaran.

Analisis deskriptif diimplementasikan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap *user experience* dan *customer satisfaction* pada *streaming mobile application* Vidio. Dalam penelitian ini menerapkan skala Likert 1-5 untuk melakukan penilaian. Skala Likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap dan perilaku yang menunjukkan bagaimana tanggapan seorang responden terhadap pernyataan yang dilontarkan (Priyono, 2016).

Skala Likert yang dipakai di penelitian ini dengan skor 5 poin untuk memberi bobot jawaban kuesioner seperti pada tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2
Skala Likert

Angka	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Ragu-Ragu (RR)
4	Setuju (ST)
5	Sangat Setuju (SS)

Berdasarkan rincian tabel 3.2, skor 5 poin skala Likert diimplementasikan untuk menyatakan persetujuan terhadap pernyataan yang disediakan pada yang disediakan pada kuesioner. Menurut Syarif (2021), rentang skala rentang skala tersebut dapat dibuat berdasarkan rumus interval melalui persamaan sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor Terbesar} - \text{Skor Terkecil}}{\text{Jumlah Skala}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{Interval} = 0.8$$

Setelah diperoleh rentang skala interval, selanjutnya dibuat rentang skala pendapat responden agar diketahui rata-rata penilaian responden terhadap setiap butir pertanyaan pada kuesioner penelitian. Tabel 3.3 rentang skala analisis deskriptif dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 3.3
Rentang Skala Analisis Deskriptif

Rentang Skala	Keterangan
1.00 – 1.80	Sangat Tidak Baik
1.81 – 2.60	Tidak Baik
2.61 – 3.40	Cukup Baik
3.41 – 4.20	Baik
4.21 – 5.00	Sangat Baik

3.2.8 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ainiyah dkk. (2016), uji asumsi klasik merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel, diantaranya menggunakan

uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji normalitas, dan uji linearitas. Dalam penelitian ini menggunakan satu variabel independen dan satu variabel dependen yang akan menggunakan uji normalitas, uji linearitas, dan uji homoskedastisitas. Dalam penelitian menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Versi 26 dan ditetapkan taraf signifikansi 5 persen atau 0,05.

3.2.8.1 Uji Normalitas

Penilaian asumsi normalitas dibutuhkan oleh sebagian besar prosedur statistik, salah satunya analisis statistik parametrik yang menjadi contoh terbaik untuk menunjukkan pentingnya menilai asumsi normalitas (Razali & Wah, 2011). Dalam penelitian ini untuk dinyatakan bahwa data terdistribusi normal, nilai signifikansi wajib melebihi 0,05.

3.2.8.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menentukan apakah dua variabel memiliki hubungan linier yang signifikan atau tidak. Hasil dari pengujian ini kemudian dapat digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam menentukan model regresi yang akan digunakan secara tepat. Apabila nilai *Sig. deviation from linearity* > taraf signifikansi (α), maka regresi linier tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel yang ada (Widhiarso, 2010).

3.2.8.3 Uji Homoskedastisitas

Menurut Celik (2017) seperti yang dikutip dalam Syamsudin & Wachidah (2020), uji homoskedastisitas adalah salah satu asumsi klasik pada analisis regresi linear supaya model bersifat *BLUE* (*Best Linear Unbiased Estimator*). Homoskedastisitas merupakan keadaan dimana terdapat besarnya penyebaran data pada suatu kelompok data yang sama dari setiap sisaannya.

3.2.9 Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis menggunakan metode statistik inferensial. Statistik inferensial terdiri dari teknik-teknik yang memungkinkan kita untuk mempelajari sampel dan kemudian membuat generalisasi tentang populasi dari

mana sampel tersebut dipilih (Gravetter & Wallnau, 2017). Tujuan dari pengujian hipotesis ini adalah untuk menguji apakah ada perbedaan signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebasnya yaitu *user experience* dan variabel terikatnya yaitu *customer satisfaction*.

3.2.9.1 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara dua variabel (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, variabel dependen yaitu *customer satisfaction* diprediksi dipengaruhi oleh variabel independen yaitu *user experience*. Uji regresi linear sederhana dilakukan menggunakan *t-test* dengan alat perangkat lunak SPSS untuk menganalisis data. Tingkat signifikansi yang ditetapkan pada penelitian sebesar 5 persen atau 0,05. Hipotesis nol akan diterima jika hasil *t-test* menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari α (nilai signifikansi), dan hipotesis alternatif akan diterima jika hasil *t-test* menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari α . Hasil dari pengujian hipotesis ini akan menjadi dasar untuk menyimpulkan apakah terdapat perbedaan signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian.

3.2.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah variasi total dalam variabel dependen yang diartikan atau diperhitungkan, oleh variasi variabel-variabel independen independen. (Lind dkk. 2015). Dalam penelitian variabel *user experience* sebagai variabel independen akan diteliti seberapa besar perhitungannya terhadap variabel *customer satisfaction*.