

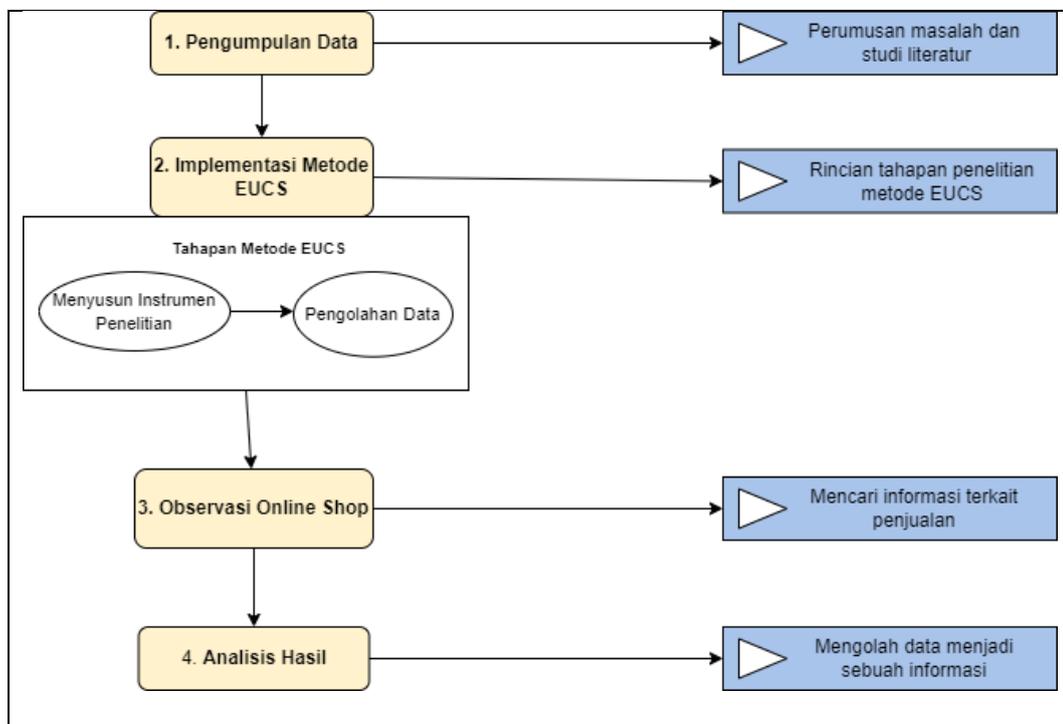
BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan jenis penelitian kuantitatif, karena dilakukan pengolahan data yang didapatkan dengan kuisisioner berupa nilai atau angka. Objek yang dipilih pada penelitian ini adalah aplikasi media sosial Tiktok dengan subjek pengguna Tiktok yang pernah berbelanja pada Tiktok di Kota Tasikmalaya, Jawa Barat.

3.2 Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah diantaranya yaitu pengumpulan data, implementasi metode EUCS, observasi *online shop*, dan analisis hasil. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

3.2.1 Pengumpulan Data

Pada proses pengumpulan data dilakukan penentuan masalah serta mencari informasi serta mempelajari jurnal ilmiah mengenai pengukuran tingkat kepuasan pengguna dengan menggunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS), sebagai referensi dan acuan untuk mendukung topik dan permasalahan yang akan diteliti. Selain dari jurnal ilmiah penulis menggunakan buku dan internet sebagai bahan literasi.

3.2.2 Implementasi Metode EUCS

Pada pengolahan data dalam implementasi metode EUCS, terdapat beberapa tahapan diantaranya:

a. Menyusun Instrumen Penelitian

1) Definisi dan Menentukan Variabel Kuisisioner

Operasional variabel adalah sebuah variabel yang mempunyai makna, mengkhususkan kegiatan, dan dapat memberikan suatu Tindakan yang akan digunakan untuk mengukur variabel.

a) Isi (*content*)

Variabel isi (*Content*) menilai tingkat kepuasan pengguna berdasarkan pendekatan isi sistem atau aplikasi. Pada aplikasi Tiktok, *content* merupakan fitur dari Tiktok yaitu Tiktok *shop*, Tiktok *live*, fitur menyematkan keranjang kuning pada video dan semua informasi yang dibutuhkan pengguna. Selain itu, variabel *content* ini juga menilai dampak dari pengaruh informasi yang

dimiliki media sosial Tiktok terhadap manfaat atau kemudahan yang diberikan kepada pengguna didalam fitur TikTok Shop.

marketplace dapat bermanfaat atau mempermudah bagi pengguna.

b) Akurasi (*Accuracy*)

Variabel akurasi (*Accuracy*) menilai tingkat kepuasan pengguna dilihat berdasarkan keakuratan sistem dalam memasukan data untuk diolah menjadi sebuah informasi. Variabel akurasi pada aplikasi Tiktok menilai keakuratan dari *output* informasi yang ditampilkan oleh aplikasi yang telah di-*input* oleh pengguna. Sehingga dalam Fitur Tiktok *shop* dilihat ketika pengguna melakukan pembelian barang, apakah aplikasi menampilkan data yang benar dan sesuai, sehingga tidak terjadi kesalahan saat melakukan pembelian *online* pada aplikasi.

c) Bentuk (*Format*)

Variabel bentuk (*format*) menilai tingkat kepuasan pengguna berdasarkan tampilan dan estesika dari antarmuka (*user interface*) suatu sistem. Variabel bentuk (*format*) pada aplikasi Tiktok mengukur kepuasan pengguna berdasarkan tampilan antarmuka TikTok yang simpel, namun dapat menampilkan video-video *creator* yang dapat disematkan keranjang kuning untuk berbelanja, dan fitur *live* TikTok yang dapat digunakan berjualan oleh penjual *online*. tampilan antarmuka yang simpel ini dibuat untuk

memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi agar tetap menarik serta tidak membosankan .

d) Kemudahan menggunakan (*Easy of use*)

Variabel kemudahan menggunakan (*Easy of use*) menilai tingkat kepuasan pengguna berdasarkan seberapa mudahnya pengguna pat mengoperasikan sistem atau aplikasi. Pada aplikasi TikTok, variabel ini digunakan untuk mengukur kemudahan penggunaan aplikasi TikTok dalam mencari informasi untuk, melakukan belanja *online* dan mengisi data.

e) Ketepatan waktu (*Timeliness*)

Variabel ketepatan waktu (*timeliness*) mengukur sejauh mana data dan informasi disajikan dengan tepat waktu didalam aplikasi TikTok. Ketika pengguna melakukan *input*, data akan segera diproses dan hasilnya akan ditampilkan secara cepat dan akurat terhadap informasi yang dihasilkan.

Sumber referensi indikator kuisisioner yang diajukan terdapat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Variabel Kuisisioner

Variabel	kode	Indikator	Sumber
Isi (<i>content</i>) X1	C1	Relevansi	(Yudistira & Novita, 2022), (Yang & Sihotang, 2023)
	C2	Relevansi	
	C3	Kelengkapan	
	C4	Kualitas	
	C5	Kualitas	
	C6	Manfaat	
	C7	Manfaat	
Akurasi (<i>Accuracy</i>)	A1	Akurasi	
	A2	Akurasi	

Variabel	kode	Indikator	Sumber
X2	A3	<i>Output</i>	(Yudistira & Novita, 2022), (Yang & Sihotang, 2023)
	A4	<i>Output</i>	
	A5	Dapat diandalkan	
Bentuk (<i>Format</i>) X3	F1	Menarik	(Yudistira & Novita, 2022), (Setiawan & Novita, 2021)
	F2	Kemudahan	
	F3	Jelas	
Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>) X4	E1	<i>User friendly</i>	(Yudistira & Novita, 2022), (Setiawan & Novita, 2021)
	E2	Kemudahan	
	E3	Mudah dioperasikan	
Ketepatan Waktu (<i>Timeliness</i>) X5	T1	<i>Up to date</i>	(Yudistira & Novita, 2022), (Yang & Sihotang, 2023)
	T2	<i>Up to date</i>	
	T3	<i>Up to date</i>	
	T4	Ketersediaan layanan	

2) Uji Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto dalam jurnal (Fadlilah Nasution, 2016) mengatakan bahwa instrument dari penelitian memiliki peran yang sangat penting dalam seluruh proses penelitian. Instrument penelitian didasari dari jenis data yang dibutuhkan dan relevansi dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini, skala *likert* dipilih untuk digunakan sebagai instrument penelitian dengan tujuan untuk menilai pandangan atau opini individu terhadap objek penelitian.

Metode skala *likert* merupakan pendekatan metode yang diterapkan untuk mengukur kepuasan pengguna dengan menggunakan skala *likert*, skala ini pertama kali dikembangkan tahun 1932 oleh Likert. (Setyawan & Atapukan, 2018). Pengukuran skala *likert* pada pengukuran nilai dari variabel penelitian ini, menggunakan satu hingga lima skala. Untuk keterangan terdapat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Skala *Likert* (1932)

No	Kriteria Penilaian	Skala <i>Likert</i>
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Nilai dari skala *likert* ini merupakan pernyataan dari responden terhadap objek penelitian.

Tahap uji instrumen dilakukan untuk meyakinkan bahwa kuisisioner yang disusun konsisten dan menghasilkan data yang valid dan realibel. Uji instrumen yang dilakukan melalui 2 tahap :

1) Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menilai efektivitas instrument dalam mengukur konsep yang akan diukur. Validitas konstruk diuji dengan cara menghubungkan skor dari setiap pertanyaan dengan skor totalnya (Setiawan & Novita, 2021).

Tujuan uji validitas adalah untuk mengukur sejauh mana instrumen yang digunakan dalam kuisisioner penelitian adalah valid. Suatu alat dapat diartikan sudah valid jika alat tersebut mampu mengukur variabel yang akan diukur. Analisis validitas dilakukan dengan menerapkan rumus dari *Product Moment Pearson* yang terdapat pada rumus 3.1:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}} \quad (3.1)$$

Keterangan:

- n = Banyaknya Pasangan data X dan Y
- ΣX_i = Total Jumlah dari Variabel X
- ΣY_i = Total Jumlah dari Variabel Y
- ΣX_i^2 = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X
- ΣY_i^2 = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y
- $\Sigma X_i Y_i$ = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

Kaidah keputusan suatu instrument dikatakan valid apabila:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan valid
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka item pernyataan tidak valid

2) Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas. Pada uji realibilitas ini menggunakan item yang sudah valid saja. Realibilitas berkaitan dengan tingkat ketepatan dari hasil pengukuran. Sebuah kuisisioner dikatakan realibel jika memberikan hasil yang konsisten ketika diukur kembali pada objek dan waktu berbeda tetapi memberikan hasil yang sama dan konsisten (Setiawan & Novita, 2021). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Rumus dari *Cronbach Alpha* terdapat pada persamaan 3.2 :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (3. 2)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Kaidah keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika r hitung $>$ r table maka reliabel
- 2) Jika r hitung $<$ r table maka tidak reliabel

Variabel dapat dianggap reliabel jika skor atau nilainya memenuhi kriteria *cronbach alpha*. *Cronbach alpha* dapat dikelompokkan kedalam lima kategori atau kriteria (Agustin & Nuryana, 2022). Tabel 3.1 merupakan kategori skala *Cronbach alpha* reliabilitas :

Tabel 3.3 Skala *Cronbach Alpha*

Skala Cronbach Alfa	Keterangan
0,81 – 1,00	Sangat reliabel
0,61 – 1,80	Realiabel
0,42 – 0,60	Cukup reliabel
0,21 – 0,41	Tidak Reliabel
0,00 – 0,20	Sangat tidak reliabel

b. Pengolahan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini berbentuk kuisisioner yang telah disebarkan kepada responden dalam *google form* mengenai tingkat kepuasan pengguna aplikasi TikTok terhadap *marketplace* yang ada pada TikTok, serta hasil wawancara terhadap *seller* TikTok secara langsung.

Penyusunan kuisisioner ini berdasarkan variabel yang diperoleh dari indikator metode *end-user computing satisfaction* dengan variabel *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use* dan *timeliness*.

1) Penentuan Populasi dan Sample Penelitian

a) Populasi

Menurut Margono (2017) Populasi adalah semua data yang menjadi fokus pada penelitian suatu wilayah pada periode waktu tertentu yang sebelumnya telah ditentukan. Populasi terkait dengan data, sehingga ketika seseorang memberikan data, maka jumlah populasi akan sebanding dengan jumlah individu. Populasi yang dipilih sebagai subjek pada penelitian ini adalah Masyarakat Kota Tasikmalaya.

b) Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel yang dipilih dari populasi harus dapat mewakili karakteristik dari populasi yang akan diteliti.

Tabel 3.4 Kriteria Sampel

Sample	Kriteria
Pengguna Aplikasi Tiktok di Kota Tasikmalaya	Pernah atau sedang menggunakan tiktok dan pernah berbelanja online dengan tiktok minimal satu kali yang berdomisili di Kota Tasikmalaya Mengerti cara penggunaan aplikasi tiktok Berusia minimal 17 tahun

Sampel pada penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Lemesshow (1997). Rumus ini digunakan dikarenakan populasi yang

akan diteliti memiliki skala yang berubah-ubah dengan jumlah yang terlalu besar. Rumus Lemeshow untuk jumlah populasi jika tidak teridentifikasi dapat dilihat pada persamaan 3.3 :

$$n = \frac{Z^2 \times P (1-P)}{d^2} \quad (3.3)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling eror = 10%

c) Teknik *sampling*

Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *noprobability sampling*, yang artinya teknik ini tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi dalam pemilihan sampel.

a. *Accidental sampling*

Accidental sampling adalah metode yang dipilih untuk digunakan dalam menentukan sampel secara acak. Hal ini diartikan jika siapapun yang secara kebetulan bertemu serta berinteraksi dengan peneliti bisa dipilih menjadi sampel penelitian.

b. *Sampling Purposive*

Sampling Purposive adalah teknik yang digunakan untuk pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan spesifik. Menurut

Sugiyono (2010), *purposive sampling* adalah metode pengambilan data dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Pertimbangan yang diambil dalam penelitian ini yaitu :

1. Masyarakat Kota Tasikmalaya yang berusia minimal 17 tahun
2. Masyarakat Kota Tasikmalaya yang sedang menggunakan TikTok dan pernah berbelanja pada aplikasi TikTok.

2) Perhitungan Hasil Kuisisioner

Penelitian ini menggunakan persamaan rata-rata kepuasan (RK) berdasarkan dari jumlah skor kuisisioner (JSK), yang dihasilkan dari responden dan jumlah kuisisioner (JK). Rumus rata-rata kepuasan (RK) terdapat pada persamaan 3.4.

$$RK = \frac{JSK}{JK} \quad (3.4)$$

Keterangan :

RK – Rata-rata kepuasan

JSK = Jumlah Skor Kuisisioner

JK = Jumlah Kuisisioner

Analisis data ini menghasilkan informasi mengenai pengaruh kepuasan pengguna aplikasi tiktok, terhadap aplikasi tiktok berdasarkan variable EUCS.

3.2.3 Observasi *Onlineshop* Pengguna TikTok

Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai secara langsung terhadap tim *marketing* yang mengelola penjualan dari *online shop* yang berjualan di TikTok yang berada di wilayah kota Tasikmalaya. Data dari hasil observasi berupa perbandingan omset dari hasil penjualan *online* sebelum dan sesudah berjualan di TikTok.

3.2.4 Analisis Hasil

Analisis hasil yang terdapat pada penelitian ini dilakukan untuk mengolah data menjadi sebuah informasi untuk menyelesaikan permasalahan penelitian. Data pada penelitian ini diperoleh dari kuisisioner yang telah disebarkan kepada responden sebelumnya untuk dianalisis. Pada teknik analisis hasil ini menggunakan pengukuran variabel dengan skala *likert*. Skala *Likert* adalah skala yang dikembangkan oleh Rensis *Likert* (Yang & Sihotang, 2023). Menurut Djaali dalam jurnal (Yang & Sihotang, 2023) skala ini dipilih untuk digunakan dalam menilai pendapat, persepsi, sikap, serta tingkat kepuasan pengguna dengan setiap kategori diberikan skala nilai 1-5.

Tabel 3.5 Tingkat Kepuasan Skala Likert

Range	Predikat Persepsi	Predikat Kepuasan
1 – 1.79	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Puas
1.8 – 2.59	Tidak Setuju	Tidak Puas
2.6 – 3.39	Netral	Cukup Puas
3.4 – 4.19	Setuju	Puas
4.2 - 5	Sangat Setuju	Sangat Puas