

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Peneliti telah mengamati masalah ini dari waktu ke waktu, dan jauh sebelum memutuskan topik tesis, peneliti berpikir bahwa UI dan UX pada aplikasi mungkin merupakan solusi yang tepat untuk pertemuan yang lebih efisien dan membantu untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Penelitian ini mengikuti paradigma positivisme. Paradigma positivisme mendasari ilmu dengan prosedur dan hukum baku (Poerwandari, 2012, p 22). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif maka dari itu peneliti mengikuti paradigma positivisme yaitu paradigma ini meneliti fenomena tanpa mengganggu objek penelitian yaitu mengacu kepada penelitian terdahulu, konfirmatori dan deduktif.

Penelitian ini menggunakan kuantitatif sebagai pendekatannya. Penelitian ini bertumpu pada pengumpulan data dan analisis data yang diolah melalui analisis statistik. Pada penelitian akan dilakukan hipotesis dari beberapa variabel menggunakan modifikasi kerangka konseptual model MACE untuk menganalisa faktor faktor yang dapat mempengaruhi *user interface* dan *user experience* terhadap *customer experience* pada aplikasi *e-commerce*.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti terfokus pada masalah UI/UX aplikasi yang dihadapi oleh Blibli. Blibli dengan nama perusahaan PT Global Digital Niaga yang merupakan produk yang diluncurkan pertama kali oleh perusahaan Djarum di bidang digital yang bergerak di sektor *e-commerce*. Perusahaan ini berfokus pada pasar retail dengan model bisnis B2B2C. Penelitian ini dilaksanakan secara daring dengan *User Interface / User Experience* aplikasi sebagai objek penelitiannya. Kuesioner disebarakan melalui *Google Form* kepada responden dimulai pada bulan September 2022 dan berakhir di bulan Oktober 2022.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah kumpulan data-data yang memiliki kesamaan yang telah ditetapkan peneliti untuk dilakukan observasi, yang kemudian akan menetapkan sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2017). Pengguna aplikasi Blibli ditetapkan sebagai populasi dalam penelitian ini.

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono, 2017 sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki kesamaan karakteristik dari populasi yang telah ditentukan. Pada penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*. Dengan Teknik sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan bagi setiap anggota populasi (Sugiyono, 2017). *Purposive sampling* dilakukan untuk penentuan

sampel, penentuan sampel pada penelitian ini ditentukan sesuai kriteria yang telah ditetapkan dan pemilihan tidak secara *random* (Sugiyono, 2017). Menurut Creswell & Creswell, 2019 penentuan ukuran sampel akan menentukan hasil kesimpulan apabila ukuran sampel semakin besar maka hasil kesimpulan akan semakin lebih akurat, akan tetapi mengumpulkan jumlah sampel yang lebih banyak akan memakan waktu yang lebih banyak. Penentuan jumlah sampel berdasarkan pada Sugiyono, (2017, p 91) menyarankan ukuran sample yang layak dalam sebuah penelitian berjumlah 30 sampai 500 sampel, apabila melakukan analisis multivariate, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable. Jika penelitian melakukan eksperimen sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, jumlah anggota sampel tersebut berjumlah antara 10 s/d 20

Berdasarkan literasi diatas peneliti menetapkan responden sebagai berikut:

1. Peneliti menetapkan anggota sampel sebesar 17 sampel
2. Variabel yang digunakan pada penelitian berjumlah 6 variabel

Jumlah yang dari perhitungan diatas adalah 102 sampel. Namun, peneliti menggunakan 105 sampel dimana lebih banyak dari yang telah ditetapkan.

Hal ini dilakukan jika terdapat data kuesioner yang tidak valid peneliti dapat menggunakan hasil kuesioner yang lebih tersebut.

Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk seluruh sampel:

- A. Pernah menggunakan aplikasi Blibli
- B. Pengguna yang pernah bertransaksi minimal satu kali di aplikasi Blibli.

### 3.4 Operasional Variabel

Penelitian ini bahwa terdapat 6 variabel antara lain yaitu UI, CX, CX *Enjoyment*, *Timeliness* dan *intention to visit*. Adapun rumusan definisi, dimensi dari setiap variabel dan indikator pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dijabarkan dalam Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
<b>User Interface (UI)</b>	User Interface mengacu pada akumulasi pendekatan dan elemen visual yang memungkinkan pengguna berinteraksi	<i>Usability</i>	1. <i>Learnability</i> 2. <i>Errors</i>	Modifikasi Skala Likert (1-4 poin)
		<i>Visualization</i>	3. Konsistensi batas	
		<i>Accessibility</i>	4. UI dapat dipahami 5. UI dapat dioperasikan	

	dengan sistem.			
<b>User Experience (UX)</b>	<i>User Experience</i> didefinisikan sebagai arus perjalanan dan totalitas efek yang dirasakan oleh pengguna sebelum, selama, dan setelah interaksi dengan produk atau sistem.	<i>Usefulness</i>	Kemampuan menggunakan sistem atau produk untuk mencapai tujuan pekerjaan.	Modifikasi Skala Likert (1-4 poin)
		<i>Emotional Impact</i>	Komponen afektif dari pengalaman pengguna, perasaan pengguna dan kepuasan pengguna	
		<i>Meaningfulness</i>	Hubungan pribadi jangka panjang dengan produk	
<b>Customer Experience (CX)</b>	<i>Customer Experience</i> didefinisikan sebagai cara kerja dan interaksi sebuah produk terhadap pelanggan, bagaimana seluruh perusahaan beroperasi	<i>Positive Emotion</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Percaya Diri</li> <li>2. Keyakinan</li> <li>3. Optimis</li> <li>4. Lega</li> <li>5. Puas</li> </ol>	
		<i>Frequency of Use</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daily</li> <li>2. Weekly</li> <li>3. Monthly</li> <li>4. A few times a year</li> </ol>	
		<i>Level of Satisfaction with the Experience</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat kepuasan pengguna pada saat berinteraksi dengan produk yang memberikan pengalaman.</li> </ol>	

	untuk memberikan pengalaman kepada pelanggan.			
<b>Enjoyment</b>	Enjoyment didefinisikan sebagai aktivitas menggunakan sistem tertentu yang menyenangkan dengan sendirinya.	<i>Enjoyable</i>	Penggunaan aplikasi yang menyenangkan	Modifikasi Skala Likert (1-4 poin)
		<i>Pleasant</i>	Penggunaan aplikasi yang nyaman	
<b>Timeliness</b>	Harapan waktu untuk aksesibilitas dan ketersediaan informasi. Ketepatan waktu dapat diukur sebagai waktu antara kapan kapan informasi	<i>Efficiency</i>	Ketepatan waktu saat penggunaan aplikasi	Modifikasi Skala Likert (1-4 poin)
		<i>Quickly</i>	Dengan cepat mengakses suatu tujuan ketika menggunakan sebuah aplikasi	

	diharapkan dan kapan tersedia untuk digunakan.			
<b><i>Intention to Visit</i></b>	Adanya rasa keinginan seseorang atau pengguna untuk mengunjungi suatu tempat ataupun lokasi yang diinginkan secara berkala dengan tujuan yang sama maupun berbeda.	<i>Performance expectancy</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Current usage</i></li> <li>2. <i>Future usage plans</i></li> <li>3. <i>Recommendation to other people</i></li> <li>4. <i>Intention for continuous usage</i> (Teguh, 2021)</li> </ol>	22Modifikasi Skala Likert (1-4 poin)

Sumber: Olahan Data Peneliti (2022)

Pada Tabel 3.1 modifikasi skala likert menjadi model pengukuran data dalam penelitian ini. Penggunaan modifikasi skala likert berguna menanyakan pertanyaan atau menyatakan pernyataan dengan nilai yang disediakan tanpa menunjukkan berapa lebih besarnya ataupun berapa kurangnya. Peneliti menggunakan skala likert

dengan jumlah 4 skala yang memiliki kelebihan dapat menjangkau data penelitian lebih akurat dikarenakan kategori jawaban *undecided* yang mempunyai arti ganda, bahwa responden tidak dapat memberi jawaban *netral* dikarenakan dapat menimbulkan (*central tendency effect*) yang dapat menghilangkan banyak data yang dijangkau dari para responden (Hertanto, 2017:3). Nilai dari penggunaan skala likert pada penelitian ini antara lain yaitu Sangat setuju = 4, Setuju = 3, Tidak Setuju = 2, Sangat tidak setuju = 1.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik untuk pengumpulan data. Pemilihan responden berdasarkan sampel yang telah ditetapkan yaitu orang-orang yang mengetahui, menggunakan, dan berbelanja di aplikasi Blibli melalui media Google Form. Data yang dikumpulkan akan digunakan sebagai data utama dalam penelitian ini. Peneliti membuat kuesioner berdasarkan indikator yang telah ditetapkan pada Tabel 3.1.

Pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahapan. Berikut adalah tahapan pengumpulan data pada penelitian:

- A. Peneliti melakukan pretest dengan *Content Valid test* atau *Face Validity Check* dengan cara memeriksa kalimat-kalimat kuesioner apakah sudah mewakili variabel laten yang diukur.

- B. Kuesioner penelitian disebarikan terhadap 105 responden yang telah ditetapkan kriterianya
- C. Data penelitian kemudian diproses lewat metode PLS-SEM dengan *software* SMART-PLS.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Peneliti menggunakan Teknik analisis *Structural Equation Model* (SEM) pada penelitian ini. *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk membantu peneliti menganalisis statistik untuk menguji apakah himpunan variabel yang diteliti memiliki hubungan sebab akibat seperti yang dinyatakan dalam model hipotesis atau tidak (Rathachatranon, 2018). Penelitian ini dapat menggunakan analisis hubungan kausalitas antara variabel dengan pengukuran dan pengumpulan data.

Pada penelitian ini terdapat banyak indikator sehingga peneliti menggunakan metode PLS-SEM karena metode ini yang mampu untuk menjelaskan pendekatan model pada penelitian ini.

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Peneliti menggunakan metode deskriptif melalui pendekatan kuantitatif serta metode verifikatif, peneliti kemudian mengolah dan menganalisis data untuk mengambil kesimpulannya, sehingga penelitian ini

menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka), melalui metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga akan mendapatkan kesimpulan untuk memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Ghozali, 2018 menyebutkan analisis deskriptif memiliki tujuan untuk menjelaskan data sampel. Peneliti mengukur standar mean, deviasi, varians, maksimum, minimum, jumlah, rentang, dan kurtosis. Statistik deskriptif digunakan disetiap variabel untuk menghasilkan nilai data secara keseluruhan seperti mean, nilai max & min, frekuensi dan median. Statistik deskriptif menggunakan *software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25 untuk mengolah semua data sampel yang telah dikumpulkan.

### **3.6.2 Uji Instrumen (Outer Model)**

#### **3.6.2.1 Uji Validitas**

Sekumpulan item yang mencerminkan latensi teoritis dimana item tersebut digunakan dalam mengukur latensi diukur pada uji validitas. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya. Selanjutnya, untuk mengetahui tingkat validitas dari data kuesioner tersebut, data dihitung menggunakan program SmartPLS.

#### **a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)**

Untuk dapat mengetahui validitas disetiap hubungan indikator dengan konstruk yang mana prinsipnya adalah *manifesto variable* harus berkolerasi tinggi dari suatu konstruk dengan ini peneliti melakukan validitas konvergen. Untuk setiap inidkator konstruk nilai *loading factor* menjadi acuan uji validitas konvergen. *Rule of thumb* digunakan untuk menilai validitas konvergen bahwa semua nilai *loading factor* memiliki nilai  $> 0,7$  dan nilai *average variance extracted* (AVE) memiliki nilai  $> 0,5$ .

#### **b. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)**

Perhitungan validitas diskriminan untuk memastikan setiap konsep masing-masing model laten berbeda dengan variabel lainnya. Indikator reflektif adalah cara uji validitas diskriminan, memiliki nilai *cross loading* untuk setiap variabel  $> 0,7$ .

#### **3.6.2.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Taherdoost (2016b), uji reliabilitas berhubungan dengan keterulangan, yang artinya tes akan dapat diandalkan jika pengukuran secara berulang dapat menghasilkan hasil yang sama. Tes reliabilitas sangat penting bagi sebuah penelitian karena dikaitkan dengan konsistensi

instrumen. Koefisien *cronbach alpha* adalah salah satu metode yang umum digunakan untuk menganalisis keandalan. Empat tingkat keandalan yang mana *low reliability* memiliki nilai  $x < 0,50$ , *moderate reliability* memiliki nilai  $0,50 < x < 0,70$ , *high reliability* memiliki nilai  $0,70 < x < 0,90$  dan *excellent reliability* memiliki nilai  $x > 0,90$ . Namun, disarankan bahwa keandalan harus setidaknya 0,60. Selain *cronbach alpha* dilihat *composite reliability* (CR) harus memiliki nilai  $> 0,7$  dan AVE (*Average Variance Extracted*)  $> 0,5$ .

### 3.6.3 Analisis Model Struktural (Inner Model)

Terdapat metrik penting dalam analisis model structural pada penelitian ini yaitu  $R^2$ ,  $f^2$ , VIF dan *path coefficient*. Berikut empat *metric* dalam penelitian ini:

#### a. $R^2$ (*Coefficient Determinant*)

Nilai  $R^2$  menguji seberapa besar pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Nilai *R-Squares* adalah hasil dari uji regresi linier yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen. Mengacu pada teori Hair et al 2021 Nilai  $R^2$  0,75 menunjukkan pengaruh model kuat, Nilai  $R^2$  0,50 menunjukkan

pengaruh sedang, nilai  $R^2$  0,25 menunjukkan pengaruh lemah, dan  $R^2 < 0,25$  dinyatakan tidak ada pengaruh model struktural.

**b. VIF (Collinearity)**

*Collinearity* digunakan untuk menampilkan sebuah variabel memiliki korelasi yang kuat terhadap variabel lain. Untuk dapat mengetahui suatu variabel terdapat korelasi atau tidak peneliti melakukan uji *collinearity*. Pada proses uji *collinearity* menggunakan nilai VIF sebagai perhitungan untuk melihat apakah suatu model regresi memiliki dampak multikolinearitas atau tidak. Apabila terdapat nilai VIF lebih dari 5 maka dapat disimpulkan adanya gejala multikolinearitas sehingga variabel tersebut harus dilepas dari model pengukuran.

**c. Uji Hipotesis**

Uji Hipotesis dilakukan dengan proses yang disebut *bootstrapping*. Pengaruh antar variabel konstruk di sebabkan dari hasil proses pengukuran *path coefficient* pada penelitian ini.

Penelitian ini melakukan uji t-statistik dengan menggunakan *two tailed* yang nantinya akan menyimpulkan nilai dengan beberapa level yaitu *t-value* 1,65 dengan level signifikan 10%, kemudian *t-*

*value* 1,96 dengan level signifikan 5% dan *t-value* 2,58 dengan level signifikan 1%.

**d.  $f^2$  (Effect Size)**

*Effect size*  $f^2$  dilakukan untuk mengetahui konstruk endogen berpengaruh substantif atau tidak. Berikut beberapa nilai yang menyimpulkan pengaruh terhadap konstruk endogen yaitu 0,30 pengaruh besar, 0,15 pengaruh sedang, 0,02 pengaruh kecil, dan di bawah 0,02 menunjukkan tidak ada pengaruh.

### **3.7 Pembahasan**

Pengguna internet akan terus bertambah dan media digital akan mendominasi kegiatan berniaga. Setiap perusahaan harus siap dengan adanya dampak penetrasi digital yang semakin pesat dalam pengembangan layanan digital yang memberikan kepuasan pelanggan dan pengalaman pelanggan yang baik.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *user interface* dan *user experience* terhadap *customer experience* di aplikasi *e-commerce* dengan subjek Blibli. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang diperoleh peneliti berharap mampu memberikan rekomendasi manajerial untuk perusahaan. Rekomendasi yang diberikan akan diupayakan bersifat SMART (*Specific, Measurable, Attainable,*

*Realistic, Time-bound*). Rekomendasi akan bersifat spesifik jika hipotesis diterima maka akan diberikan rekomendasi untuk meningkatkan independen variabel nya.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA