

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian menggunakan eksplanatori menguji hipotesis dalam memperkuat teori atau hipotesis berdasarkan temuan penelitian sebelumnya. Metode penelitian yakni langkah dilakukan peneliti saat terkumpulnya informasi atau data dan melakukan investigasi pada data yang didapat, selanjutnya melakukan pengolahan data dan dianalisis. Penelitian menerapkan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif ialah metode penelitian datanya dikatakan berbentuk angka (Sugiyono, 2019). Data diperoleh dari kuesioner akan dibagikan pada responden, kemudian diolah serta dianalisis guna dapat beberapa informasi ilmiah. Metode kuantitatif didefinisikan sebagai jenis penelitian yang merancang seluruh proses penelitian secara sistematis, terencana dan terstruktur dari awal hingga akhir (Fatmawati *et al.*, 2024). Unit analisis pada penelitian ialah individu karena penelitian meneliti terkait pengguna atau pelanggan Tiktok Shop. Dimensi waktu yang digunakan merupakan dimensi waktu *Cross Sectional* karena cara pengumpulan datanya pada satu titik waktu tertentu. Fokus penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas tampilan aplikasi serta harga pada minat beli gen Z serta kepuasan pelanggan sebagai mediasi pada Pengguna Social Commerce Tiktok Shop di Yogyakarta.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian di daerah Yogyakarta merupakan pengguna atau orang yang pernah melakukan pembelian di Tiktok shop. Lokasi ini ditentukan secara sengaja karena Yogyakarta merupakan kota pelajar yang mana banyak sekali mahasiswa maupun pekerja ataupun penduduk asli yang pastinya menggunakan Tiktok dan juga pernah melakukan pembelian di Tiktok shop untuk memenuhi kebutuhan mereka (Hestina *et al.*, 2024). Yang dilaksanakan pada bulan Mei 2024 sampai dengan selesai.

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul						
2	Penyusunan Proposal						
3	Seminar Proposal						
4	Revisi						
5	Penelitian dan Pengumpulan data						
6	Penyusunan Skripsi						
8	Sidang skripsi						

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Tampilan Aplikasi (X1) adalah sebagai panduan bagi pengguna mengenai fungsi-fungsi yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan informasi komprehensif tentang fungsionalitas aplikasi (Dahlan <i>et al.</i> , 2023)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kelengkapan informasi b. Efisiensi aplikasi c. Kemudahan transaksi d. Tingkat personalisasi e. Pilihan atau tombol yang bagus 	Skala Likert 1-5
Harga (X2) ialah bagian yang secara langsung mempengaruhi keuntungan perusahaan, harga dapat mempengaruhi biaya secara tidak langsung (Tjiptono, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat 	Skala Liker 1-5

<p>Minat beli (Y) ialah salah satu jenis perilaku yang terjadi sebagai respon yang muncul terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk membeli sesuatu (P. Kotler & Kelller, 2016).</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Minat referensial b. Minat preferensial c. Minat eksploratif d. Minat Transaksional 	<p>Skala Likert 1-5</p>
<p>Kepuasan pelanggan (Z) ialah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka (Wiguna & Dirgantara, 2023).</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Harapan b. Keinginan c. Keadilan 	<p>Skala Likert 1-5</p>

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik pada penelitian. Populasi merujuk pada subjek yang mempunyai ciri khusus dan bisa dipelajari serta ditarik kesimpulannya (Sugiyono., 2018). Populasi penelitian seluruh *user* Tiktok shop di Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian di Tiktok shop.

2. Sampel

Sampel ialah sebagian dari populasi yang dari jumlah anggota yang harus dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2019). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebab sampel diambil melalui pertimbangan atau kriteria yang harus dipenuhi. Kriteria ini pengguna Tiktok shop yang pernah membeli sebanyak 2 kali dan berdomisili di Yogyakarta. Karena peneliti tidak mengetahui secara pasti pengguna Tiktok shop di Yogyakarta maka peneliti memakai rumus Hair *et al.*, (2010) guna menentukan jumlah sampel yang digunakan, yang mana Hair menyarankan ukuran sampel sebaiknya 100 atau lebih besar. Berdasarkan pernyataan tersebut ditentukan jumlah sampel yang digunakan yaitu berjumlah 141 responden yang mana agar dapat ukuran *goodness-of fit* yang sehat.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai teknik survei bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang relevan, akurat dan dapat dipercaya. Metode pengumpulan data lewat kuesioner, ialah proses terkumpulnya data atau informasi memberikan daftar pertanyaan yang telah dirancang dengan teliti dan benar sesuai dengan variabel-variabel yang ada. Alat pengukuran yang akan digunakan adalah kuesioner yang bertujuan untuk mengumpulkan tanggapan dari responden. Pengambilan data lewat membagikan kuesioner lewat google form memakai ketentuan skala Likert 1-5, yang merupakan pengukuran berdasarkan pada agregasi sikap dan pandangan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang terikat dengan indikator tertentu. Pengujian dilakukan menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varians sebagai analisis statistik imperensial. Alat analisisnya program Smart PLS.

F. Teknik Analisis Data

Teknik ini kegiatan yang dilakukan selesainya semua data telah terkumpul. Data diambil merupakan data yang dikumpul dari koresponden seperti pengelompokan data yang berdasarkan variabel dari semua responden. Hal perlu disajikan pada teknik ini yakni jenis analisis data, teknik statistik, rumus, kriteria pengujian hipotesis, serta kemukakan pula jika nantinya memakai program komputer guna mengolah data. Peneliti menggunakan analisis deskriptif, Uji Validitas Konstruk, Uji Reliabilitas, Uji Nilai *R-Square adjusted*, Uji model fit, dan Uji *Path Coefficient*.

1. Analisis Deskriptif

Menyajikan sebuah data dari tiap variabel telah diteliti, kemudian melakukan perhitungan dalam menjawab rumusan masalah serta guna menguji hipotesis telah diajukan. Teknik ini dilakukan apabila data dibutuhkan telah terkumpul semua, data yang dianalisis berupa usia, jenis kelamin, pernah melakukan pembelian di Tiktok Shop minimal 2 kali, serta berdomisili di Yogyakarta, analisis data ini bermaksud untuk mendapatkan gambaran jawaban terkait variabel akan diteliti menurut dengan data sudah dikumpulkan berkaitan rumusan masalah serta juga hipotesis diajukan pada penelitian.

2. Uji Validitas Konstruk

a) Validitas Konvergen

Keterkaitan prinsip pengukuran dari suatu konstruk harusnya berkorelasi tinggi. Uji ini indikator refleksi dilihat nilai *loading factor* nilai tiap indikator konstruk. Ini mempunyai dua kriteria nilai yaitu nilai *loading factor* Nilai *loading factor* $> 0,7$ serta nilai AVE $> 0,5$ (Ghozali, 2019).

b) Validitas Diskriminan

Keterkaitan prinsip pengukuran konstruk berbeda harusnya tidak berkorelasi tinggi. Cara menguji dilihat nilai cross loading. Nilai tiap variabel $> 0,70$. model punya validitas cukup ketika akar AVE tiap konstruk $>$ dari korelasi antara konstruk lainnya (Ghozali, 2019).

3. Uji Reliabilitas

Uji ini dengan tujuan memperlihatkan akurasi, konsistensi, serta ketepatan instrumen pada mengukur konstruk. Mengukur dapat dengan dua cara, yakni pertama *Cronbach's Alpha* dan kedua dengan *Composite Reliability* harus $> 0,70$ (Ghozali, 2019).

4. Uji Nilai R-Square Adjusted

Uji ini guna mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen pada variabel dependen. Nilai *R-Square adjusted* 0,75 (kuat), 0,50 (moderate), dan 0,25 (lemah) (Ghozali, 2019).

5. Uji Model Fit atau Goodness of Fit

Uji ini merupakan ukuran kesesuaian untuk PLS-SEM yang digunakan guna menghindari kesalahan spesifikasi model dan menggambarkan seberapa baik dan cocok hubungan antar variabel. Uji Goodness of Fit dilihat dari nilai SRMS (Standarized Root Mean Square Residual) $< 0,10$ atau $< 0,08$, maka model akan dianggap cocok atau fit (Ringle; *et al.*, 2024).

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis hasil nilainya diestimasi hubungan jalur model struktural harus signifikan. Nilai signifikan bisa diperoleh lewat *bootstrapping*. Dilihat signifikan hipotesis nilai *path coefficient* serta *p-value*. Ketika *p-value* $< 0,05$ hipotesis diterima apabila *p-value* $> 0,05$ hipotesis tidak diterima. (Ghozali, 2019).