

BAB 3

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada evaluasi pengalaman pengguna dalam menggunakan fitur *Live Shop* pada fitur *Shopee Live* dan *TikTok Live Shop*. Cakupan penelitian ini terbatas pada aspek yang berkaitan dengan persepsi, kesan, serta respons pengguna saat berinteraksi dengan fitur tersebut. Oleh karena itu, proses penelitian ini melibatkan pandangan dan pengalaman langsung dari pengguna sebagai sumber utama analisis.

3.1 BAHAN DAN ALAT PENELITIAN

Dalam penelitian ini, bahan yang digunakan mencakup berbagai sumber dan data yang relevan untuk memahami konsep *usability* serta metode evaluasi pengalaman pengguna. Penulis mengacu pada studi literatur dari jurnal ilmiah, buku, artikel, dan dokumen terkait untuk memperoleh landasan teoretis yang kuat. Metode kuesioner diterapkan dengan menggunakan skala SUS dan SEQ guna mengukur tingkat kemudahan, kepuasan, serta *usability* fitur *Shopee Live* dan *TikTok Live Shop*. Responden dalam penelitian ini adalah individu berusia 17 tahun ke atas yang memiliki pengalaman dalam menggunakan fitur tersebut, sehingga dapat memberikan data yang relevan terkait *usability* dan pengalaman pengguna.

Sistem Operasi dan program-program aplikasi yang dipergunakan dalam pengembangan aplikasi ini adalah:

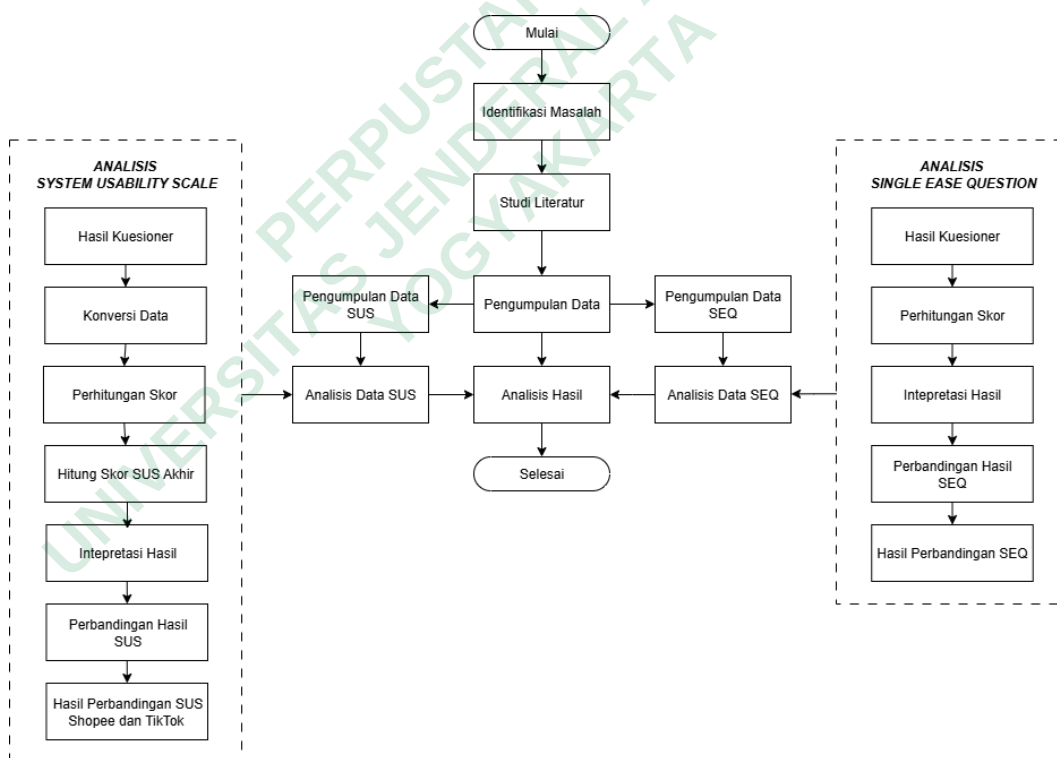
1. Laptop dengan sistem operasi *Windows 11*.
2. *Processor* : AMD Athlon Gold 3150U *with* Radeon Graphics 2.40 GHz
3. *Memory* : 4 GB RAM
4. *Google Form*
5. *Spreadsheet/Microsoft Excel*

3.2 JALAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, tahapan yang dilakukan disusun secara sistematis untuk memastikan kelengkapan dan ketepatan dalam mengevaluasi *usability* fitur *live*

shopping pada *Shopee Live* dan *TikTok Live Shop*. Diagram alur penelitian yang ditampilkan pada Gambar 3.1 menggambarkan proses penelitian yang dimulai dari identifikasi masalah dan studi literatur sebagai dasar teoritis, dilanjutkan dengan perancangan instrumen penelitian berupa kuesioner SUS dan SEQ serta pedoman wawancara.

Tahap berikutnya adalah pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan dikombinasikan untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih komprehensif mengenai *usability* kedua platform dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna. Tahapan penelitian yang terstruktur ini, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai *usability* fitur *live shopping* pada kedua platform.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

3.2.1 Identifikasi Masalah

Pada tahapan identifikasi masalah, penulis mengidentifikasi permasalahan utama, yaitu belum adanya penelitian yang secara spesifik mengevaluasi pengalaman pengguna dalam menggunakan fitur *TikTok Live Shop* dan *Shopee Live* dari aspek *usability* dan kemudahan fitur. Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada kepuasan dan loyalitas pengguna, permasalahan teknis yang muncul selama penggunaan, serta pengaruh *live streaming* dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan niat beli konsumen.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis *usability* fitur *live shopping* menggunakan metode SUS dan SEQ. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai pengalaman pengguna serta faktor-faktor yang memengaruhi kemudahan penggunaan fitur *live shopping* pada kedua platform tersebut.

3.2.2 Studi Literatur

Pada tahap studi literatur, penulis melakukan telaah terhadap berbagai sumber referensi, termasuk jurnal ilmiah, buku, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *usability*, pengalaman pengguna, dan metode evaluasi seperti SUS serta SEQ. Studi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai konsep dasar, teori yang mendasari, serta hasil penelitian sebelumnya yang membahas fitur *live shopping* pada platform *e-commerce*. Dengan adanya studi literatur, penelitian ini dapat membangun dasar yang kuat dalam menyusun metode penelitian serta membandingkan temuan yang diperoleh untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan fitur *live shopping* pada *Shopee Live* dan *TikTok Live Shop*.

3.2.3 Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, penelitian ini mengumpulkan informasi melalui kuesioner SUS dan SEQ dengan responden yang memenuhi kriteria sesuai ketentuan masing-masing aplikasi.

3.2.3.1 SUS

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode SUS untuk mengevaluasi tingkat *usability* fitur *live shopping* pada *Shopee Live* dan *TikTok Live Shop*. Responden yang terlibat berasal dari kalangan masyarakat umum yang aktif menggunakan salah satu atau kedua platform tersebut, dengan kriteria individu yang memenuhi syarat usia sesuai dengan ketentuan penggunaan aplikasi Shopee dan TikTok. Kuesioner SUS disusun untuk mengukur aspek *usability* berdasarkan pengalaman pengguna, mencakup kemudahan penggunaan, efisiensi, dan kepuasan dalam berinteraksi dengan fitur *live shopping*.

Setiap responden diminta menjawab serangkaian pertanyaan yang hasilnya akan dianalisis guna memperoleh gambaran mengenai tingkat kegunaan fitur *Shopee Live* dan *TikTok Live Shop*. Untuk memperoleh hasil yang lebih representatif, penelitian ini menargetkan 100 responden, sehingga data yang dikumpulkan dapat mencerminkan persepsi pengguna secara lebih luas serta memberikan wawasan mendalam mengenai *usability* fitur *live shopping* pada kedua platform tersebut.

3.2.3.2 SEQ

Pengumpulan data dalam penelitian ini juga sama seperti pengumpulan data menggunakan metode SUS yang dimana dilakukan menggunakan metode SEQ untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan fitur *live shopping* pada *Shopee Live* dan *TikTok Live Shop*. Responden yang terlibat dipilih sesuai dengan syarat usia berdasarkan ketentuan masing-masing aplikasi untuk memastikan relevansi data. Kuesioner SEQ disusun sebagai instrumen evaluasi yang menanyakan seberapa mudah pengguna merasa dalam menggunakan fitur *live shopping*.

Setiap responden diminta untuk memberikan skor berdasarkan pengalaman mereka saat berinteraksi dengan fitur tersebut. Hasil dari kuesioner SEQ kemudian dianalisis guna memperoleh gambaran mengenai tingkat kemudahan penggunaan fitur *Shopee Live* dan *TikTok Live Shop*. Dengan jumlah target responden yang sama, yaitu 100 orang, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih

representatif terkait pengalaman pengguna dalam menggunakan kedua platform tersebut.

3.2.4 Analisis Data SUS

Data yang diperoleh dari kuesioner SUS akan dianalisis untuk menilai tingkat *usability* fitur *live shopping* pada *Shopee Live* dan *TikTok Live Shop*. Setelah itu, dilakukan konversi data yaitu dengan mengubah jawaban responden menjadi skor sesuai pedoman SUS: untuk item ganjil (positif) dikurangi 1 dan untuk item genap (negatif) dikurangi dari 5.

Langkah selanjutnya adalah perhitungan skor dari masing-masing responden berdasarkan hasil konversi tersebut. Setelah seluruh skor individu diperoleh, dilakukan penghitungan skor SUS akhir dengan mengalikan total skor tiap responden dengan faktor 2.5 sehingga hasilnya berada pada skala 0 hingga 100.

Tahapan berikutnya adalah melakukan interpretasi hasil berdasarkan rentang skor yang telah ditentukan (misalnya: di bawah 50 menunjukkan *usability* rendah, di atas 70 menunjukkan *usability* baik). Pada tahap akhir, dilakukan perbandingan hasil SUS antara fitur atau platform yang diuji untuk mengidentifikasi perbedaan tingkat kenyamanan dan kemudahan penggunaan berdasarkan persepsi pengguna.

Hasil akhir dari perhitungan ini akan menggambarkan tingkat *usability* dari masing-masing fitur, apakah termasuk kategori baik, membutuhkan perbaikan, atau masih kurang memadai dalam hal kegunaan. Analisis ini bertujuan untuk menggali aspek-aspek yang memengaruhi kemudahan penggunaan dan efisiensi fitur *live shopping* dari sudut pandang pengguna. Selain itu, hasil dari pengukuran SUS ini juga memberikan gambaran sejauh mana fitur yang diteliti telah memenuhi standar *usability* yang diharapkan. Jika skor SUS yang diperoleh tergolong rendah, maka dapat ditelusuri faktor-faktor penyebabnya, seperti kompleksitas navigasi, antarmuka yang kurang intuitif, atau kendala teknis yang dialami pengguna saat mengakses fitur *live shopping* tersebut.

3.2.5 Analisis Data SEQ

Analisis data SEQ dilakukan untuk mengukur tingkat kemudahan penggunaan fitur *live shopping* berdasarkan persepsi pengguna. Proses dimulai dari pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan setelah pengguna menyelesaikan setiap tugas. Kuesioner SEQ menggunakan skala *Likert* 1–7, di mana skor 1 berarti sangat sulit dan 7 berarti sangat mudah.

Setelah seluruh respon terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan skor dengan menghitung rata-rata dari semua nilai SEQ yang diberikan untuk setiap tugas. Perhitungan ini memberikan gambaran seberapa mudah suatu tugas diselesaikan menurut persepsi pengguna secara keseluruhan.

Kemudian dilakukan interpretasi terhadap skor SEQ tersebut. Skor yang tinggi menunjukkan bahwa tugas tersebut dinilai mudah untuk diselesaikan, sementara skor rendah menunjukkan adanya hambatan atau kesulitan yang dirasakan pengguna. Interpretasi ini juga dapat dikaitkan dengan tingkat keberhasilan penyelesaian tugas dan waktu yang dibutuhkan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman pengguna.

Langkah terakhir dalam analisis SEQ adalah melakukan perbandingan skor antar fitur atau platform yang diuji, untuk mengetahui bagian mana yang memberikan pengalaman paling optimal dari sisi kemudahan penggunaan.

3.2.6 Analisis Hasil

Langkah selanjutnya dalam proses penelitian ini adalah melakukan analisis hasil dari metode SUS dan SEQ, yang kemudian dilanjutkan dengan analisis perbandingan antar hasil skor dari kedua fitur tersebut. Analisis ini bertujuan untuk melihat sejauh mana tingkat *usability* memengaruhi pengalaman pengguna saat mengikuti sesi *live shopping*.

Melalui perbandingan ini, peneliti dapat mengidentifikasi aspek-aspek *usability* yang paling menonjol, serta mengaitkannya dengan motivasi pengguna dalam mengambil keputusan pembelian selama sesi *live* berlangsung. Hasil ini juga memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi dalam membentuk pengalaman pengguna.