

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian menurut (Sugiyono, 2018) metode penelitian didefinisikan sebagai cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan manfaat tertentu. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuannya adalah untuk menjelaskan hubungan serta pengaruh antar variabel satu dengan yang lainnya.

Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan, menggambarkan, atau menjawab rumusan masalah. Adapun pendekatan kuantitatif menurut (Sugiyono, 2018) digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu pengaruh Kualitas *E-Service* (X) terhadap Minat Beli (Y) pada pengguna *marketplace* shopee yang berfokus pada Generasi Z yang tinggal di Kecamatan Cibeunying Kidul. Variabel kualitas *e-service* berperan sebagai variabel independen yang mencerminkan penilaian menyeluruh konsumen terhadap keunggulan layanan *digital*, yang mengukur lima dimensi utama menurut Parasuraman, et.al (Fandy Tjiptono, 2019) yaitu *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan *Tagibles*. Dimensi tersebut menjadi indikator penting dalam menilai kinerja teknis aplikasi, tingkat keamanan data, serta kemampuan layanan pelanggan dalam merespon dan menyelesaikan keluhan pengguna sebagai faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen.

Di sisi lain, minat beli berfungsi sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kualitas *e-service*. Minat beli dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan atau niat sadar dari Generasi Z untuk melakukan pembelian, yang diukur melalui empat indikator yaitu minat bertransaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Melalui keterkaitan dua variabel ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas *e-service* shopee mampu meningkatkan minat beli konsumen, atau sebaliknya, apakah kendala teknis yang terjadi justru dapat menurunkan tingkat ketertarikan mereka dalam bertransaksi.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada Generasi Z Kecamatan Cibeunying Kidul. Waktu penelitian ini dibagi menjadi beberapa kegiatan penelitian yang meliputi tahap persiapan, pengambilan data, dan pengolahan data. Adapun rencana kegiatan penelitian beserta alokasi waktunya yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No.	Jadwal Kegiatan	Waktu Kegiatan					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1.	Penyusunan Proposal						
2.	Pengajuan Proposal						
3.	Seminar Proposal						
4.	Revisi Seminar Proposal Penelitian						
5.	Pengambilan data dan Pengolahan Data Penelitian						
6.	Penyusunan Hasil Penelitian dan Pembahasan						
7.	Bimbingan dan Revisi Penelitian dan Pembahasan						
8.	Sidang Skripsi						

Sumber : Diolah Penulis (Rosi Rahmawati, 2026)

3.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel

3.4.1 Variabel Penelitian

Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2019) Variabel penelitian diartikan sebagai suatu pelengkap, sifat, dan nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki perbandingan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Independen (*Independent Variable*)

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang menjadi penyebab perubahan maupun munculnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam konteks ini, variabel bebas

di gambarkan dengan (X), Sugiyono (2019). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas *E-Service* (X). Pengukuran variabel kualitas *e-service* menggunakan lima indikator menurut Parasuraman, et.al (Fandy Tjiptono, 2019) yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tagibles*.

2. Variabel dependen (*Dependent Variable*)

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang disebabkan karena adanya variabel bebas, (Sugiyono 2019). Dalam penelitian kuantitatif, variabel ini sering disebut juga output, kriteria, dan konsekuen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Beli (Y). Pengukuran variabel minat beli menggunakan empat indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

3.4.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Suhardi (2023:24), operasionalisasi variabel merupakan penjelasan mengenai cara suatu variabel diukur dalam sebuah penelitian. Operasionalisasi variabel digunakan untuk menentukan jenis variabel, indikator, serta skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian.

Operasionalisasi Variabel diperlukan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai batasan variabel yang diteliti sehingga memudahkan dalam pengumpulan data melalui kuesioner. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama yaitu Kualitas *E-Service* sebagai Variabel Independen (X) dan Minat Beli sebagai Variabel Dependen (Y). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert, dimana setiap pertanyaan dalam kuesioner disediakan lima jawaban dengan bobot nilai masing masing sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Bobot Nilai Skala Likert

Alternatif Jawaban	Singkatan	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Cukup Setuju	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2019)

Operasionalisasi Variabel dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel 3.3 di bawah ini :

Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub-Indikator	Pernyataan	Skala
Kualitas <i>E-Service</i> (X)	Menurut (Fandy Tjiptono, 2019) kualitas <i>e-service</i> merupakan versi terbaru dari <i>service quality</i> yang merupakan inovasi dan perluasan dari model kualitas pelayanan dikembangkan ke dalam kualitas pelayanan secara elektronik atau <i>online</i> .	1. Reabilitas (<i>Reliability</i>)	1.Keakuratan sistem aplikasi. 2.Penyelesaian transaksi yang cepat.	1. <i>Marketplace</i> shopee jarang mengalami gangguan saat digunakan. 2. Proses transaksi pembayaran di shopee berjalan dengan lancar dan sukses.	Likert
		2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	1.Kecepatan merespon keluhan. 2.Kecepatan layanan sistem.	1. <i>Customer Service</i> Shope merespon keluhan pengguna dengan cepat. 2. Fitur pencarian dan pemuatan halaman di <i>marketplace</i> Shopee sangat cepat.	Likert
		3. Jaminan (<i>Assurance</i>)	1.Keamanan data pribadi. 2.Keamanan transaksi	1. Saya merasa aman dalam mencantumkan data pribadi di akun Shopee. 2. Shopee menjamin keamanan uang saya melalui sistem garansi jika barang tidak sesuai.	Likert
		4. Empati (<i>Empathy</i>)	1.Kemudahan komunikasi. 2.Pemahaman kebutuhan.	1. Fitur bantuan di Shopee mudah dimengerti dan digunakan.	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub-Indikator	Pernyataan	Skala
				2. Shopee memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan minat dan kebutuhan saya.	
		5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	1. Tampilan menu aplikasi. 2. Kelengkapan fitur komunikasi.	1. Tampilan menu dan desain shopee menarik dan rapih 2. Sarana komunikasi seperti fitur <i>Live Streaming</i> dan Video di Shopee berfungsi dengan baik.	Likert
Minat Beli (Y)	(Sinaga & Sulistiono, t.t.) menyatakan bahwa minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.	1. Minat Transaksional	1. Kecenderungan membeli produk. 2. Prioritas belanja.	1. Saya berniat untuk melakukan pembelian barang melalui Shopee dalam waktu dekat. 2. Shopee menjadi pilihan utama saya ketika memutuskan untuk berbelanja secara <i>online</i> .	Likert
		2. Minat Referensial	1. Merekomendasikan kepada orang lain.	1. Saya akan merekomendasikan aplikasi shopee kepada teman, keluarga, atau orang sekitar saya. 2. Saya selalu menceritakan pengalaman positif berbelanja di Shopee kepada orang lain.	Likert
		3. Minat Preferensial	1. Keberpihakan pada <i>platform</i> . 2. Kesetiaan <i>platform</i>	1. Saya lebih memilih berbelanja di Shopee dibandingkan dengan marketplace pesaing lainnya. 2. Meskipun ada <i>platform</i> belanja lain, minat saya untuk berbelanja di Shopee tetap tinggi.	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sub-Indikator	Pernyataan	Skala
		Minat Eksploratif	1.Mencari informasi produk. 2.Menjelajahi fitur.	1. Saya sering mencari informasi mengenai ulasan produk dan promo yang ada di marketplace Shopee. 2. Saya tertarik untuk mengeksplorasi atau menjelajahi produk-produk baru yang ditawarkan di Shopee.	Likert

Sumber : Diolah penulis (Rosi Rahmawati, 2026)

3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), Populasi adalah wilayah umum yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini tertuju pada Generasi Z Kecamatan Cibeunying Kidul yang aktif menggunakan *marketplace* shopee.

3.5.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2016), sampel adalah bagian dari keseluruhan populasi yang mencerminkan karakteristik dan jumlah dari populasi tersebut. Dan Menurut Sugiyono, (2019) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakter yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mempelajari keseluruhan populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sampel *non probability sampling*. *Non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* merupakan metode dalam menentukan sampel dengan pertimbangan khusus dan dipilih menurut ketentuan yang telah ditetapkan sehingga layak dijadikan sampel. Ketentuan sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu :

- Generasi Z Kelahiran 2000-2012
- Berdomisili di Kecamatan Cibeunying Kidul
- Aktif menggunakan *Marketplace* Shopee sebagai media belanja *online*

Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z Kecamatan Cibeunying Kidul dari total populasi sebanyak 15.143 penduduk dengan tingkat *margin error* atau kesalahan sebesar 10%. Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Slovin. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = *Margin error* = 10% atau (0,1)

$$n = \frac{15.143}{1 + 15.143(0,1)^2}$$

$$n = \frac{15.143}{1 + 15.143(0,01)}$$

$$n = \frac{15.143}{1 + 151,43}$$

$$n = \frac{15.143}{152,43}$$

$$n = 99,343$$

Dari hasil hitung, diperoleh angka desimal 99,343 (atau sekitar 99,34). Karena jumlah responden tidak mungkin dalam bentuk pecahan, peneliti mengambil keputusan untuk membulatkan menjadi 99 responden.

Keputusan pembulatan ke atas ini diambil dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Menjaga keakuratan: Dengan mengambil 100 sampel (lebih besar dari 99,34), tingkat kesalahan aktual yang terjadi akan sedikit di bawah 10%, sehingga hasil penelitian menjadi lebih presisi dibandingkan jika dibulatkan ke bawah menjadi 99 sampel (yang justru akan membuat margin of error melebihi 10%).
2. Jumlah ini diasumsikan telah cukup mewakili keseluruhan populasi 15.143 orang dengan tingkat kepercayaan 90%.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu pengumpulan informasi secara langsung dari sumber pertama yaitu responden. Salah satu metode yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Menurut Sugiyono (2017), angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam pelaksanaannya, penyebaran kuesioner dilakukan dengan *online survey* melalui *googleform* dan akan dibagikan melalui saluran *online* yaitu media sosial.

3.6.1 Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung yang memberikan data kepada pengumpul data. Data ini tidak diambil melalui perantara atau pihak lain, melainkan diambil langsung dari objek oleh peneliti sendiri, Sugiyono (2019). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui kuisoner.

1. Kuesioner (Angket)

Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Dalam penelitian ini kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dalam menggunakan *Skala Likert* dengan lima alternatif jawaban : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS), Sangat Setuju (ST). Kuesioner ini disebarkan kepada responden Generasi Z Kecamatan Cibeunying Kidul.

2. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data di mana bahan dan informasi dikumpulkan melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap berbagai fenomena yang menjadi objek pengamatan seperti tingkah laku manusia, proses kerja, fenomena alam dan lain sebagainya. Pada teknik ini, responden yang diamati tidak dalam jumla besar (Djaali, 2020).

3. Wawancara

Menurut (Abigail Soesana, 2023) teknik pengumpulan data dengan wawancara adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui tanya jawab secara langsung antara peneliti sebagai interviewer dengan responden penelitian sebagai interviewe dengan topik yang telah ditentukan. Teknik ini bertujuan untuk melaksanakan penelitian awal untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan untuk memperoleh data yang lebih akurat dan tajam dari responden penelitian sehingga jumlah respondennya sedikit.

3.6.2 Data Sekunder

Data Sekunder menurut Hasan (2002: 58) dalam jurnal (Mawaddah Inadjo dkk., t.t. 2022) Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, penerapan data sekunder dilakukan dengan cara mengambil data perusahaan melalui situs *website*, serta mempelajari literatur pendukung berupa buku teks dan jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan topik kualitas *e-service* dan minat beli.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Bentuk Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang di amati. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen berfungsi sebagai alat pengumpul data yang valid dan reliabel untuk menguji hipotesis. Pengukuran persepsi responden dilaksanakan melalui kuesioner terstruktur yang menggunakan skala Likert 1-5 (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket tertutup. Kuesioner tersebut disusun berdasarkan indikator dari variabel kualitas *e-service* dan minat beli. Penggunaan kuesioner bertujuan agar responden dapat memberikan jawaban secara objektif dan memudahkan peneliti dalam melakukan tabulasi data serta analisis statistik kuantitatif. Isi instrumen terdiri dalam tiga bagian, yaitu identitas responden, pernyataan yang merefleksikan variabel, dan terdapat sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan indikator di dalam setiap variabel penelitian.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Teknik yang digunakan adalah Korelasi Product Moment *Pearson* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variable X dan Y

- n = Jumlah responden
- ΣXY = Jumlah perkalian antara skor item X dan skor total Y
- ΣX = Jumlah skor item X
- ΣY = Jumlah skor total Y
- ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor item X
- ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor total Y

Kriteria Pengujian :

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid
- Pengujian dilakukan pada tingkat signifikan 0,05 (5%)

3.7.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan rumus:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = Reliabilitas instrument
- k = Jumlah butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir
- σ_t^2 = Varians total

Menurut Sugiyono (2019), suatu variabel atau instrumen dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60. Semakin mendekati angka 1, maka tingkat reliabilitas instrumen tersebut semakin tinggi.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk mengolah data yang telah dikumpulkan dari Generasi Z di Kecamatan Cibeunying Kidul. Analisis dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Seluruh teknik analisis data dalam penelitian ini diolah menggunakan bantuan *program Statistical Package for the Social*

Sciences (SPSS). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.8.1 Analisis Deskriptif

Penulis menggunakan analisis deskriptif untuk menyajikan dan menguraikan data yang di peroleh dari responden terkait variabel penelitian, tanpa melakukan generalisasi atau kesimpulan luas. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono, pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis data apa adanya, dengan cara menggambarkan informasi yang telah terkumpul secara apa adanya.

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden serta tanggapan mereka terhadap variabel Kualitas *E-Service* dan Minat Beli. Data yang diperoleh dari kuesioner dengan *Skala Likert* (1-5) akan disajikan dalam tabel dan dihitung nilai rata-ratanya (*mean*).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan statistik. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang diterapkan adalah uji normalitas, yang dianalisis menggunakan SPSS.

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Teknik yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria nilai Signifikansi $> 0,05$.

3.8.2.2 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara kualitas *e-service* (X) dengan minat beli (Y).

3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat ketidakseragaman varians pada residual. Model regresi yang optimal adalah yang bebas dari heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas *E-Service* (X) terhadap Minat Beli (Y). Persamaan regresi yang digunakan adalah :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

- $\hat{Y}$ = Minat Beli (Y)
- a = Konstanta (nilai Y ketika $X=0$)

- b = Koefisien regresi (besarnya pengaruh X terhadap Y)
- X = Kualitas *E-Service* (X)

3.8.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh Kualitas *E-Service* (X) terhadap Minat Beli (Y). Rumus yang digunakan adalah:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

- Kd = Koefisien determinasi
- r^2 = Kuadrat koefisien korelasi

Perhitungan koefisien determinasi dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SPSS. Jika nilai Kd menunjukkan yang lebih persentase pengaruh kualitas *e-service* terhadap minat beli yang lebih besar, dan sebaliknya, nilai Kd yang lebih rendah menunjukkan pengaruh yang lebih kecil.

3.8.5 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah secara parsial variabel Kualitas *E-Service* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

- H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ tidak terdapat pengaruh signifikan
- H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ terdapat pengaruh yang signifikan