

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dikenal karena karakteristiknya yang sistematis, terencana, dan terstruktur. Pendekatan kuantitatif ini dirancang dengan teliti sejak tahap awal, mulai dari perumusan masalah hingga penyusunan desain penelitian, dengan tujuan untuk memastikan setiap langkah dilakukan secara terorganisir, terkontrol, dan konsisten dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2018). Metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berpijak pada paradigma positivisme, dengan fokus pada pengumpulan dan analisis data dari populasi atau sampel tertentu. Data diperoleh melalui instrumen penelitian yang terstruktur, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik guna menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan (Adil et al., 2023).

3.2 Lokasi dan Periode Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau area yang dijadikan sebagai fokus dalam pelaksanaan suatu studi atau penelitian ilmiah. Lokasi penelitian pada skripsi ini akan dilaksanakan di Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut karena melibatkan konsumen aktif yang berinteraksi dengan BeeVector Banjarnegara dan menunjukkan minat beli yang signifikan. Periode penelitian adalah jangka waktu

dilakukannya penelitian tersebut. Periode waktu yang dibutuhkan untuk penelitian skripsi ini dimulai dari bulan Juli sampai Agustus 2025.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini mencakup sekelompok objek atau individu yang memiliki ciri-ciri tertentu sesuai dengan topik yang dikaji. Pemilihan populasi didasarkan pada kriteria tertentu guna menjamin bahwa data yang dikumpulkan bersifat representatif dan mendukung penarikan kesimpulan yang valid. Menurut Susanto et al. (2024), pemilihan populasi yang tepat sangat krusial dalam menghasilkan data yang akurat dan relevan dengan tujuan penelitian. Dalam studi ini, populasi yang dijadikan fokus adalah konsumen layanan desain visual BeeVector Banjarnegara, yang berjumlah sebanyak 60 responden.

3.3.2 Sampel

(Amin et al., 2023) menjelaskan bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang merepresentasikan keseluruhan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh atau sensus, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Alasan menggunakan teknik sampling jenuh adalah karena jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 100 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Meskipun membutuhkan waktu yang lebih lama dalam mengumpulkan data, namun teknis sampling jenuh atau sensus dapat

memperoleh ketepatan data yang tinggi. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dapat diketahui sampel yang digunakan yaitu 60 orang. Pada Penelitian ini, metode pengukuran menggunakan skala likert 1 sampai 5 yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Di mana skor terendah adalah 1 dan skor tertinggi adalah 5.

3.4 Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utama dengan tujuan untuk dianalisis dan digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian (Benuf & Azhar, 2020). Pada studi ini, data primer diperoleh melalui tanggapan responden yang mengisi kuesioner. Kuesioner tersebut ditujukan kepada konsumen Jasa Desain visual BeeVector Banjarnegara.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan tidak secara langsung dari sumber utamanya, melainkan melalui media perantara seperti laporan, dokumen, atau referensi lain (Achjar et al., 2023). Jenis data ini berperan sebagai pendukung dalam proses penelitian dan diperoleh dari berbagai sumber, seperti literatur, jurnal sebelumnya, dokumen institusi, serta referensi lainnya. Dalam studi ini, data sekunder diperoleh dari hasil observasi, sumber internet, buku-buku acuan, dan jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Agar data yang diperoleh bersifat relevan, objektif, dan dapat dijadikan dasar yang valid dalam proses analisis, diperlukan pemilihan metode pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan serta karakteristik dari penelitian yang dilakukan.

3.5.1 Observasi

Menurut Suniati et al., (2025), observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mencatat secara cermat dan terstruktur terhadap fenomena atau objek yang menjadi fokus penelitian. Metode ini melibatkan pemantauan langsung terhadap subjek penelitian guna memperoleh data yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan studi.

3.5.2 Kuesioner

Menurut Jogiyanto Hartono (2018), kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menyusun dan memberikan serangkaian pertanyaan secara sistematis kepada responden. Dalam penelitian ini, teknik kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara membagikan pertanyaan kepada pelanggan jasa BeeVector yang berdomisili di Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah.

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional merujuk pada bentuk konkret dari suatu konsep agar dapat diukur secara sistematis, serta menggambarkan bagaimana konsep tersebut diterapkan dalam konteks penelitian. Tujuan utama dari definisi ini adalah untuk memberikan kejelasan makna terhadap variabel dengan

menetapkan prosedur atau langkah-langkah yang digunakan dalam proses pengukurannya. Selain itu, definisi operasional juga berperan dalam memberikan batasan, ciri khas, serta petunjuk teknis yang harus diikuti oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel. Secara lengkap, atribut, indikator, dan definisi operasional dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut (Sugiyono, 2018).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Nama Variabel	Definisi Para Ahli	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	Pengalaman Interaksi Digital (X ₁)	Pengalaman interaksi digital adalah sebuah proses dimana pengguna berinteraksi dengan perangkat atau aplikasi untuk mencapai tujuan tertentu, seperti memperoleh informasi, melakukan pembelian, atau mendapatkan dukungan layanan. (Saputra et al., 2023)	Pengalaman interaksi digital dalam penelitian ini adalah proses dimana pengguna berinteraksi dengan perangkat atau aplikasi digital untuk mencapai tujuan tertentu.	1. Kemudahan Navigasi 2. Kecepatan Respon 3. Personalisasi Komunikasi 4. Interaksi UI/UX (Wiwesa, 2021)
2	Desain Visual (X ₂)	Desain visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa atau visual yang di sampaikan melalui media berupa desain.	Desain visual berfungsi untuk memperkuat komunikasi pesan, meningkatkan daya tarik, dan mempengaruhi persepsi audiens terhadap objek	1. Estetika 2. Konsistensi Visual 3. Originalitas 4. Keterbacaan 5. Profesionalitas (Ariffudin Islam, 2018)

		(Putra, 2021)	atau layanan yang ditampilkan.	
3	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan (atau hasil) produk dengan harapan. (Kotler & Lane Keller, 2016)	kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan yang berupa perasaan ataupun penilaian terhadap penggunaan produk dimana harapan dan kebutuhannya terpenuhi.	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasi (Tjiptono & Chandra, 2019)
4	Kepercayaan Konsumen (Z)	Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. (Mowen et al., 2002)	Kepercayaan adalah elemen penting dalam membangun hubungan di berbagai konteks, baik personal, sosial, maupun bisnis.	1. <i>Dependable</i> 2. <i>Honest</i> 3. <i>Reliable</i> 4. <i>Sincere</i> 5. <i>Trustworthy</i> (Jonas et al., 2024)

Sumber : dikembangkan dari penelitian terdahulu, 2025

3.7 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Menurut (Pradnyana et al., 2024) menjelaskan bahwa PLS-SEM bertujuan untuk membangun teori dengan pendekatan yang berfokus pada prediksi. Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel laten yang diteliti. Salah satu keunggulan PLS adalah kemampuannya dalam menyusun kesimpulan tanpa harus bergantung pada jenis skala pengukuran tertentu, sehingga

memberikan fleksibilitas dalam pengolahan data (Sholihin & Ratmono, 2021). Menurut (Ghozali, 2014), prosedur analisis PLS-SEM terdiri atas dua komponen utama, yaitu *measurement model* (model pengukuran) dan *structural model* (model struktural).

3.7.1 Uji Statistik Deskriptif

Pendeskripsian adalah gambaran utuh dari obyek penelitian, yang terkait dengan sampel maupun populasi (Sugiyono, 2018).

3.7.2 Uji Model Pengukuran atau *Outer Model*

Pendekatan yang digunakan dalam model pengukuran adalah *Multi-Trait Multi-Method*, yang mencakup pengujian validitas konvergen dan diskriminan, serta uji reliabilitas melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

a. Validitas Konvergen.

Validitas konvergen mengacu pada sejauh mana item-item dalam suatu konstruk berkorelasi dengan skor konstruk tersebut. Nilai ideal berada pada kisaran 0,70, meskipun nilai loading antara 0,50 hingga 0,60 masih dapat diterima.

b. Validitas Diskriminan.

Suatu model dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik jika nilai akar AVE dari masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya, dengan syarat nilainya melebihi 0,50.

c. Reliabilitas

Pengukuran Uji reliabilitas dilakukan dengan mengevaluasi nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Sebuah konstruk dianggap reliabel apabila kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,70.

3.7.3 Uji Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model menggambarkan hubungan antar variabel laten yang didasarkan pada teori substantif.

a. *R-Square*.

Nilai R-Square digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel laten bebas (eksogen) terhadap variabel laten terikat (endogen). Nilai R-Square antara 0,50 hingga 0,75 mengindikasikan kekuatan hubungan yang sedang hingga kuat (Latan & Ghozali, 2015).

b. *F-Square*.

Pengujian F-Square bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik model yang dibangun. Nilai antara 0,02 hingga 0,35 menunjukkan bahwa variabel prediktor memiliki pengaruh sedang hingga besar terhadap variabel laten yang dituju.

c. *Estimate For Path Coefficients.*

Analisis ini digunakan untuk menilai besarnya pengaruh antar variabel dalam model, yang dilakukan melalui teknik bootstrapping *bootstrapping* (Latan & Ghozali, 2015).