

BAB III

KAJIAN PUSTAKA

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang melibatkan proses pengumpulan data dalam bentuk angka dan diolah dengan alat analisis yang berguna untuk mendapatkan hasil. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya tanpa menggunakan perantara (Nurjanah, 2021). Data primer diperoleh lewat situs BPS Kota Semarang melalui penyebaran lewat googleform. Pada tahap ini peneliti menggunakan data kuantitatif berupa hasil kuesioner pada sejumlah pengguna aplikasi Alfagift di Kota Semarang. Deskripsi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta memastikan apakah terdapat pengaruh, UI/UX, kemudahan pengguna, dan promo dalam perkembangan aplikasi Alfagift di Kota Semarang.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi

Penelitian ini dilakukan tepatnya di Kota Semarang, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana analisis kepuasan pelanggan Alfagift di Kota Semarang.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan oleh penulis dalam melakukan rangkaian ini di upayakan selesai dalam waktu 6 bulan yaitu September tahun 2024 dan berakhir pada bulan Februari 2025.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sulistiyowati, 2017) Populasi merupakan kumpulan objek penelitian yang memiliki elemen, ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini populasi yang akan

menjadi subjek adalah semua orang yang pernah berbelanja di Alfamart melalui aplikasi alfagift di Kota Semarang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu teknik pengambilan sumber data sampel yang meliputi bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semuanya yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil populasi. (Husen, 2023)

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama memiliki peluang untuk menjadi sampel. Beberapa kualifikasi yang dipakai dalam pemilihan subjek penelitian ini sebagai sampel, yaitu :

1. Berusia minimal 17 tahun dan maksimal 25 tahun yang merupakan generasi z, karena dianggap sudah dewasa dan cukup berkembang secara fisik, perilaku, pikiran dan mental.
2. Berdomisili di Kota Semarang, agar peneliti dapat dengan mudah menjangkau untuk pengumpulan data.
3. Pernah melakukan pembelian di Alfagift minimal 1 kali.

Menurut (Kock & Hadaya, 2018) penentuan jumlah sampel minimum dihitung berdasarkan rumus berikut :

$$\begin{aligned} N &= \{5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\} \\ &= 10 \times 14 = 140 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, maka di peroleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 140 responden

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono data primer adalah sumber data yang memberikan data kepada pengumpul data untuk mendapatkan data secara langsung. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan responden terhadap kuesioner tentang organisasi, lingkungan kerja, kepuasan dan kinerja karyawan (Sugiyono, 2019). Data primer pada penelitian dilakukan melalui online dengan menggunakan *google form*. Penggunaan *google form* di sarankan agar proses pengumpulan data efisien dan lebih cepat dibandingkan dengan metode lainnya. Data kuesioner didapatkan dengan membagikan link pengisian daftar pertanyaan kepada responden yang sudah di tentukan dalam bentuk *google form*. Skala pengukuran pada penelitian ini yaitu skala *likert*. Skala tersebut digunakan untuk mengukur seberapa kepuasan pelanggan yang menggunakan aplikasi Alfagift. Adapun alternatif jawaban dan nilai yang digunakan dalam pengukuran dengan skala *likert* sebagai berikut :

- a. STS mendapat nilai Sangat Tidak Setuju diberi skor 1
- b. TS mendapat nilai Tidak Setuju = diberi skor 2
- c. CS mendapat nilai Cukup Setuju = diberi skor 3
- d. S mendapat nilai Setuju = diberi skor 4
- e. SS mendapat nilai Sangat Setuju = diberi skor 5

3.4.2 Data Sekunder

Sumber data sekunder pada penelitian ini mengacu pada data yang di kumpulkan dari sumber lain atau secara tidak langsung dari objek penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari Internet, Jurnal dan sumber-sumber lainnya mengenai penggunaan aplikasi Alfagift di Kota Semarang.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	UI/UX (X1)	<p>User Interface atau visual antarmuka merupakan bagian dari sebuah sistem, aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan oleh pengguna untuk berinteraksi atau berhubungan dengan sistem tersebut (Kresna A & Yuliana, 2022)</p> <p>User experience adalah sistem yang mengatur pengalaman yang di rasakan oleh pengguna aplikasi atau perangkat lunak dan menilai tingkat efektif dan kenyamanan dari perangkat tersebut (Al-Farug et al., 2022)</p>	<p>Indikator User Interface (Wang et al., 2022) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan 2. Akseibilitas 3. Responsif <p>Indikator User experience (Riche & Marpaung, 2021) :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi 2. Kejelasan
2.	Kemudahan Penggunaan (X2)	<p>Kemudahan penggunaan merupakan suatu hal yang sangat berhubungan terutama dalam industri online seperti <i>e-commerce</i>, di mana pelanggan lebih cenderung menggunakan sistem aplikasi yang mudah digunakan (Hasdani et al., 2021).</p>	<p>indikator kemudahan selalu digunakan untuk menilai seberapa mudah suatu aplikasi, sistem, produk yang digunakan oleh pengguna (Lengkong et al., 2021). Berikut beberapa indikator utama yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kemudahan 2) Efisiensi 3) Tingkat kesalahan 4) Jelas
3.	Promo (X3)	<p>Promo adalah kegiatan yang dilakukan untuk menarik perhatian pembeli pada produk kepada masyarakat. (Moonik & Gilbert Pomantow, 2023)</p>	<p>Untuk mengukur efektivitas promosi dalam menarik pelanggan dan minat beli ada beberapa indikator yang digunakan pada promo yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Media iklan 2) Informasi 3) Promosi penjualan

4.	Minat Penggunaan (Y)	Minat adalah kecenderungan seseorang untuk tertarik atau memiliki keinginan terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu. Pengertian minat secara istilah telah dikemukakan oleh para ahli diantara oleh Hilgand yang dikutip dari Slameto yang menyatakan “Minat adalah rasa lebih suka dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh”.	Menurut J2 ada beberapa indikator dari minat penggunaan, yaitu : 1. Keinginan untuk menggunakan. 2. Keinginan berlangganan jangka panjang. 3. Merekomendasikan kepada orang lain.
----	----------------------------	---	---

3.6 Pengujian Instrument Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat pengukur yang digunakan untuk mengukur suatu item dalam kuesioner atau skala, untuk menentukan apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat atau belum dalam mengukur. Dinyatakan valid jika mampu mengungkapkan data dengan tepat dan benar, juga memberikan gambaran mengenai data tersebut. Suatu instrumen yang valid sudah pasti memiliki validitas yang tinggi begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu, uji validitas kuesioner diukur dengan mengetahui apakah pertanyaan itu benar mampu untuk mengukur apa yang dimaksudkan.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk memastikan keteguhan dan konsisten dari responden dalam menjawab pertanyaan suatu kusioner.. Dikatakan reliabel dalam suatu keusioner jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yaitu stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden dianggap reliable jika setiap pertanyaan yang di beri dijawab dengan konsisten, artinya jawaban tidak boleh di acak karena setiap pertanyaan dirancang untuk mengukur ha yang sama. Jika jawaban atas indikator bersifat acak atau tidak konsisten, maka disimpulkan bahwa jawabannya tidak reliable.

3.7 Deskripsi dan Analisis Hasil penelitian

3.7.1 Analisis Deskriptif

Deskripsi hasil penelitian ini dalam bentuk analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah gambaran atau deskripsi suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (Ghozali, 2016). Analisis deskriptif dalam penelitian ini melibatkan responden yang memberikan tanggapan terhadap pernyataan dalam kuesioner yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan persentase.

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif serta uji hipotesis yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda karena penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel independen. Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap dependen.

3.8 Pengujian Asumsi Klasik

Uji yang dilakukan untuk mengetahui hasil data yang valid dan siap di olah dalam regresi dengan metode OLS (Ordinary Least Square) yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedasitas, dan multikolinieritas. Berikut ini yang dilakukan pengujian dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji statistik yang bertujuan untuk menentukan apakah residual dalam populasi yang diteliti mengikuti distribusi normal atau tidak. Uji kenormalan ini diperlukan sebelum melakukan pengujian data populasi dan uji ini penting dilakukan sebelum melaksanakan pengujian terhadap data populasi (Sintia et al., 2022).

b. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas merupakan teknik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel independen dalam suatu model. Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah dengan menganalisis nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai tolerance kurang dari 0,10, maka terdapat indikasi multikolinearitas dalam model. Sementara itu, jika nilai VIF melebihi 10, multikolinearitas dianggap terjadi, sedangkan jika nilai VIF berada di bawah 10, maka model dapat dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas. (Pendi, 2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari masalah heteroskedastisitas. Salah satu cara mendeteksinya adalah dengan menganalisis pola sebaran residual. Jika probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) atau titik residual tersebar merata di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa pola tertentu, maka model dapat dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas.

Model yang baik tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Terdapat beberapa metode statistik yang umum digunakan untuk menguji heteroskedastisitas, di antaranya *uji Glejser*, *uji Park*, dan *uji White*. Dalam penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Jika nilai probabilitas (p-value) untuk salah satu variabel independen signifikan ($p < 0,05$), maka terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas dalam model.

3.9 Uji Regresi

3.9.1 Uji T (T-Test)

Uji T merupakan salah satu metode statistik yang dilakukan untuk menguji validitas hipotesis penelitian. Pengujian ini bertujuan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji T dilakukan dengan tingkat

kepercayaan 95% atau taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) menggunakan nilai probabilitas signifikansi (Sudjiono, 2010), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga variabel independen tersebut tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b Jika tingkat signifikansi $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji F adalah uji digunakan untuk mengevaluasi apakah seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut:

- a $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu UI/UX (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), dan promo (X_3), secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu minat penggunaan (Y).
- b $H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$, yang mengidentifikasi bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian Uji F adalah sebagai berikut:

- a Jika signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak, yang mengindikasikan bahwa model regresi layak digunakan.
- b Jika signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima, yang berarti model regresi tidak layak digunakan.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Dalam penelitian ini, nilai Adjusted R^2 digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Adjusted R^2 dipilih karena koefisien determinasi (R^2) memiliki kelemahan, yaitu cenderung meningkat seiring dengan penambahan

variabel independen, tanpa mempertimbangkan signifikansi pengaruh variabel tersebut terhadap variabel dependen.

Oleh karena itu, Adjusted R^2 lebih relevan dalam mengevaluasi model regresi karena mempertimbangkan jumlah variabel independen yang digunakan. Nilainya dapat meningkat atau menurun tergantung pada apakah penambahan variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif dengan variabel dependen.