

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Para peneliti menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ini dapat menguji hipotesis yang berkaitan dengan variabel yang dapat memengaruhi niat membeli pada konsumen. Menurut Sugiyono (2021), metode kuantitatif berasal dari positivisme dan menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data dan kemudian dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesisnya. Metode pendekatan kuantitatif ini berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu serta pengumpulan data menggunakan variabel penelitian. Tanpa mempertimbangkan variabel lain, penelitian ini berkonsentrasi pada *shopping gamification*, *shopping engagement*, *customer experience*, dan niat membeli.

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2023) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek dengan karakteristik tertentu yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan jenis populasi tak terbatas (*infinite population*), yaitu populasi yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Populasi yang dimaksud adalah generasi milenial yang pernah membeli atau menggunakan aplikasi GrabFood di Kecamatan Purwodadi.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. *Non-probability sampling* menurut Sugiyono (2023) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini peneliti tidak mengetahui jumlah dari populasi yang akan diteliti, maka dari itu rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui ukuran sampel dalam penelitian adalah menggunakan rumus Lemeshow, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai = 5% = 1,96

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat maka dipakai 50%

Q = 1-P = 1-50% = 0,5

d = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus diatas maka peneliti melakukan penghitungan dengan menggunakan rumus lemeshow diatas, dengan hasil yang akan menentukan jumlah sampel yang akan diteliti adalah:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.1^2}$$

$$n = 96.04$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus lemeshow diatas maka jumlah sampel untuk penelitian ini adalah berjumlah 97 responden.

Teknik *non-probability sampling* digunakan karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti. Selain itu, teknik ini memungkinkan peneliti memilih responden yang sesuai dengan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 97 responden yang dipilih berdasarkan kriteria responden. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Generasi milenial yang berdomisili di Kecamatan Purwodadi.
2. Pernah menggunakan aplikasi GrabFood minimal dua bulan terakhir.

Dengan menggunakan teknik ini, diharapkan data yang diperoleh dapat lebih representatif dan mampu memberikan gambaran yang lebih tepat sesuai dengan fokus penelitian.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah sumber dari mana informasi atau data dikumpulkan. Dalam konteks penelitian, sumber data dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.3.1 Data Primer

Sumber data primer adalah data yang didapatkan dari sumber informasi pertama, sehingga seorang peneliti bisa mengumpulkan sendiri data-data yang relevan untuk diteliti. Menurut Pakpahan et al., (2021), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari hasil sumber data pertama di lokasi penelitian ataupun

objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner. Data ini dikumpulkan secara khusus untuk penelitian yang sedang dilakukan.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang didapat secara tidak langsung atau melalui media perantara yang diperoleh oleh pihak lain (Murdiyanto, 2020). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan topik penelitian, antara lain jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan buku referensi. Data sekunder tersebut digunakan sebagai bahan pendukung dalam penyusunan landasan teori dalam penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitiannya. Pemilihan metode pengumpulan data yang tepat sangat penting agar data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi sebenarnya serta sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2023), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sebuah pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai sikap, persepsi, dan pendapat yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Kuesioner dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu *shopping gamification*, *shopping engagement*, *customer experience*, dan niat membeli. Kuesioner tersebut kemudian diberikan

kepada responden, yaitu generasi milenial yang menggunakan aplikasi GrabFood untuk memperoleh data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, pengukuran kuesioner menggunakan skala likert. Skala ini terdiri dari lima tingkat penilaian yang mencerminkan sikap atau persepsi responden terhadap pertanyaan dan pernyataan yang diberikan. Adapun kelima tingkat tersebut adalah: sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), dan sangat setuju (SS). Masing-masing pilihan diberi skor mulai dari 1 hingga 5 seperti tabel berikut:

Tabel 3.1

Pengukuran Skala Likert

Tanda	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2023)

3.5 Variabel dan Indikator

Definisi variabel dan indikator beserta sumber yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.2

Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	<i>Shopping</i> merupakan Penggunaan elemen- elemen permainan untuk meningkatkan keterlibatan dan motivasi dalam konteks non- permainan.	1. Poin 2. Tantangan	(Aziz & Marsofiyati, 2024)

- | | | |
|--|---|--------------------------------------|
| <p>2. <i>Customer Experience</i> adalah tanggapan pelanggan kepada perusahaan sebagai akibat interaksi secara langsung maupun tidak langsung terhadap setiap hal yang berhubungan dengan Perusahaan.</p> | <p>1. Merasakan (<i>Sense</i>)
2. Bertindak (<i>Act</i>)
3. Perasaan (<i>Feel</i>)
4. Berpikir (<i>Think</i>)</p> | <p>(Schmitt, 1999)</p> |
| <p>3. <i>Shopping Engagement</i> adalah seberapa terlibat pelanggan dalam proses belanja. Keterlibatan psikologis konsumen dengan e-commerce telah berkembang menjadi keterlibatan perilaku di media sosial.</p> | <p>1. Interaksi Pelanggan (<i>Customer Interaction</i>)
2. Umpan Balik Pelanggan (<i>Customer Feedback</i>)
3. Keterlibatan Komunitas (<i>Community Engagement</i>)</p> | <p>(Kotwal, 2025)</p> |
| <p>4. Niat Membeli merupakan ukuran yang tepat untuk mengukur pengalaman pelanggan terhadap produk dan layanan.</p> | <p>1. Minat Transaksional
2. Minat Referensial
3. Minat Preferensial
4. Minat Eksploratif</p> | <p>(Hanjani & Widodo., 2019)</p> |

Sumber: Data diolah (2026)

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 *Partial Least Square* (PLS)

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS 3 dengan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS). *Partial Least Square* adalah metode analisis berbasis varian dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) yang digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antarvariabel laten. Metode ini dapat digunakan pada penelitian dengan model yang kompleks dan penelitian yang berorientasi pada prediksi dan pengembangan teori.

Menurut Hair et al., (2021), *Partial Least Square* sering disebut sebagai *soft modeling* karena tidak memerlukan asumsi statistik yang ketat seperti distribusi normal multivariat dan ukuran sampel yang besar. Selain itu, PLS dapat digunakan pada model penelitian yang memiliki variabel laten dengan indikator reflektif maupun formatif. Dalam analisis *Partial Least Square*, tahapan pengujian terdiri dari analisis *outer model* dan analisis *inner model*. *Outer model* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, sedangkan *inner model* digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel laten serta menguji hipotesis penelitian.

3.6.2 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian *outer model* bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas indikator untuk mengukur konstruk penelitian. Menurut Ghazali dan Latan (2023) pengujian model pengukuran dalam PLS ada beberapa tahap, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *reliability*. Apabila indikator dalam model penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, maka model pengukuran dapat dinyatakan layak untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya yaitu pengujian model struktural.

3.6.3.1 *Convergent Validity*

Convergent validity bertujuan untuk memastikan bahwa indikator mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* dari setiap indikator terhadap konstraknya. Menurut Hair et al., (2021), nilai *outer loading* $\geq 0,60$ dianggap memiliki validitas yang baik. Namun, dalam penelitian eksploratif, nilai 0,50–0,70 masih dapat diterima. Selain itu, *convergent validity* juga dapat dilihat melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE). AVE

adalah ukuran yang menunjukkan besar varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Menurut Ghazali dan Latan (2023), konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai AVE lebih besar dari 0,50. Nilai AVE yang lebih besar dari 0,50 menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten yang diukur.

3.6.3.2 Discriminant Validity

Discriminant validity bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Dengan kata lain, indikator dalam suatu konstruk tidak memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan konstruk lain. Menurut Hair et al., (2021), metode yang direkomendasikan untuk menguji validitas diskriminan dalam PLS adalah *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Dengan kriteria pengujian: $HTMT < 0,90$. Jika nilai HTMT memenuhi kriteria tersebut, maka konstruk dalam model penelitian dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik.

3.6.3.3 Internal Consistency Reliability

Reliability digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi indikator dalam mengukur suatu konstruk penelitian. Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen pengukuran dapat menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali pada kondisi yang relatif sama. Dalam metode PLS, pengujian reliabilitas konstruk umumnya dilakukan dengan menggunakan dua ukuran utama, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

Menurut Hair et al., (2021), nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang baik adalah di atas 0,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator dalam

konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Penggunaan *Composite Reliability* dalam PLS dianggap lebih akurat dibandingkan dengan *Cronbach's Alpha* karena mempertimbangkan nilai *outer loading* dari setiap indikator. Apabila nilai reliabilitas konstruk memenuhi kriteria tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa indikator dalam variabel penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik.

3.6.3 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian model struktural (*inner model*). *Inner Model* merupakan bagian dari analisis *Partial Least Square* (PLS) yang digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel laten dalam model penelitian. Inner model sering disebut sebagai model struktural karena menggambarkan struktur hubungan kausal antara variabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen. Inner model digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel laten dalam model penelitian. Pengujian *inner model* dalam metode PLS meliputi beberapa tahap yaitu:

3.6.3.1 *Coefficient of Determination (R-square)*

R-Square atau koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dalam model penelitian. Nilai *R-square* menunjukkan tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin besar nilai *R-square* maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Menurut Hair et al., (2021), interpretasi nilai *R-square* adalah sebagai berikut:

1. 0,75: Model memiliki kemampuan prediksi yang kuat.
2. 0,50: Model memiliki kemampuan prediksi yang moderat.

3. 0,25: Model memiliki kemampuan prediksi yang rendah.

Kategori ini dapat membantu dalam menilai seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan.

3.6.3.2 Effect Size (F-square)

F-square digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Nilai *F-square* menunjukkan kontribusi masing-masing variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen. Menurut Ghazali dan Latan (2023), interpretasi nilai *F-square* adalah sebagai berikut:

1. Nilai $\geq 0,35$, menunjukkan pengaruh yang kuat.
2. Nilai antara 0,15 sampai dengan 0,35 menunjukkan pengaruh yang moderat.
3. Nilai antara 0,02 sampai dengan 0,15 menunjukkan pengaruh yang lemah.

3.6.3.3 Uji Hipotesis (Path Coefficient)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* pada aplikasi SmartPLS. *Bootstrapping* adalah teknik resampling yang digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antarvariabel laten dalam model penelitian. Melalui teknik *bootstrapping* ini, akan diperoleh nilai *t-statistik* dan *p-value* yang digunakan untuk menentukan apakah hubungan antarvariabel signifikan atau tidak.

Menurut Hair et al., (2021), kriteria pengujian hipotesis adalah *t-statistic* $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$. Apabila nilai tersebut terpenuhi, maka hipotesis penelitian dinyatakan diterima atau hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan.