

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan pendekatan secara kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis hubungan antara *chatbot* dengan kepuasan pelanggan. Adapun *chatbot e-commerce* yang diteliti telah ditentukan, yaitu terhadap aplikasi Tokopedia, Blibli dan Shopee, kemudian peneliti memberikan uji hipotesis yang berkaitan dengan kepuasan pengguna terhadap *chatbot* dan apa-apa saja yang mempengaruhinya.

Karena pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, maka peneliti dalam pengumpulan datanya baik alat, cara, dan teknik dalam pengumpulan datanya yaitu melalui kuesioner, dimana peneliti memberikan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan variabel yang telah ditentukan, kemudian disebarakan kepada masyarakat yang pernah menggunakan *chatbot* Tokopedia, Blibli dan Shopee.

Selanjutnya, peneliti menggunakan perangkat lunak sebagai alat bantu dalam proses penelitian. Penulis menggunakan Microsoft Word yang untuk menulis laporan, dan Microsoft Excel untuk mengolah data hasil kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat yang telah menggunakan chatbot Tokopedia, Blibli dan Shopee melalui fitur google forms. Kemudian, peneliti melakukan analisis *outer* dan *inner* model serta uji hipotesis menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.0 Selain itu, untuk mempermudah dalam penggambaran hasil analisis, peneliti menggunakan web draw.io.

Setelah semua kegiatan dilakukan, baru diambil kesimpulan berdasarkan hipotesis yang telah ditentukan, yang kemudian hasil dari uji hipotesis dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

3.2 Sampel Penelitian

Peneliti berfokus kepada masyarakat umum, populasi tersebut untuk pengambilan data karena fokus dari peneliti ini yaitu masyarakat umum yang pernah mengunjungi dan menggunakan chatbot Shopee, Blibli dan Tokopedia.

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik dimana tidak semua orang memiliki kesempatan untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti memilih untuk menggunakan metode *purposive sampling* karena penentuan responden didasarkan pada kriteria yang relevan, yaitu orang-orang yang telah mengunjungi atau menjadi pengguna chatbot Tokopedia, Blibli dan Shopee.

3.3 Model Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Pada kesempatan ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap berbagai referensi, termasuk skripsi, internet dan jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian. Review ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang bisa digunakan dalam penelitian dan juga sebagai pembanding dengan penelitian sebelumnya. Berdasarkan studi pustaka ini, peneliti menjadi mendapatkan informasi terkait permasalahan *chatbot* lebih jauh, serta untuk menentukan metode apa yang digunakan, sebagai pembanding dengan penelitian sebelumnya.

b. Kuesioner

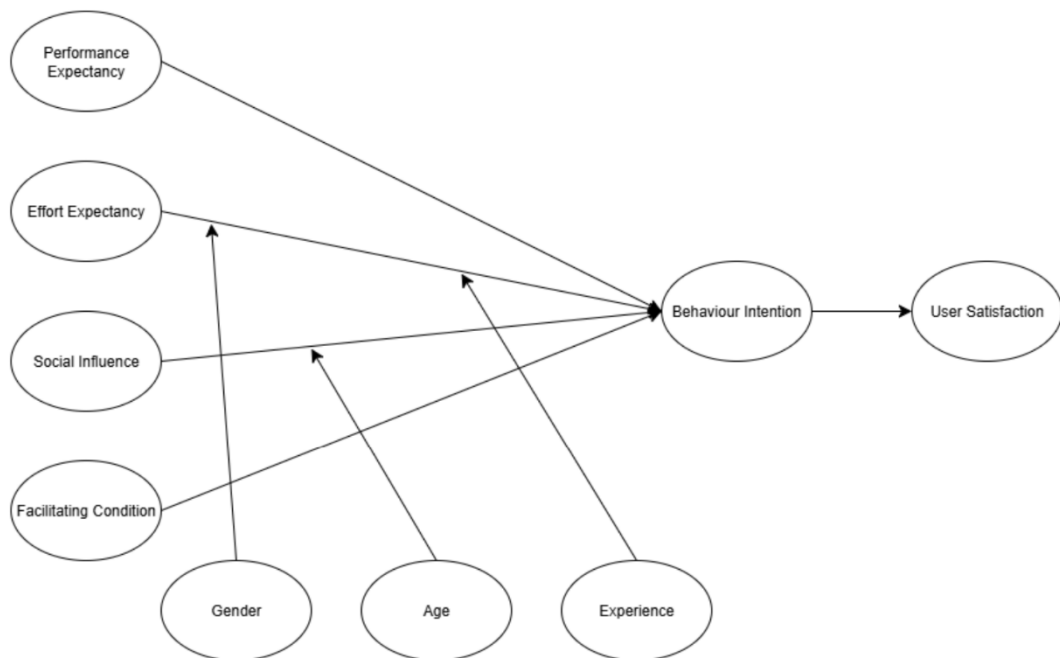
Pengumpulan data terhadap responden menggunakan kuisisioner. Yang disebarakan secara tidak langsung (random). Proses penyebaran dilakukan dengan cara membuat kuesioner menggunakan *google forms* dengan keterangan sebagai berikut:

Tabel III.1 Jumlah Responden

Penyebaran	Total Responden
Tidak Langsung	75

3.4 Metode Analisa Data

a. Model Penelitian dan Hipotesis Penelitian



Gambar III.1 Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian diatas, peneliti membuat beberapa hipotesis, yaitu sebagai berikut :

H1: Apakah Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) mempengaruhi Perilaku pengguna (*Behavioral Intention*)?

H2: Apakah Ekspektasi Upaya (*Effort Expectancy*) mempengaruhi Perilaku pengguna (*Behavioral Intention*)?

H3: Apakah Pengaruh Sosial (*Social Influence*) mempengaruhi Perilaku pengguna (*Behavioral Intention*)?

H4: Apakah Ekspektasi Fasilitas (*Facilitating Conditions*) mempengaruhi terhadap Perilaku pengguna (*Behavioral Intention*)?

H5: Apakah Perilaku (*Behavioral Intention*) mempengaruhi Kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)?

H6: Apakah Jenis kelamin (*Gender*) mempengaruhi perilaku pengguna (*Behavioral Intention*)?

H7: Apakah Usia (*Age*) mempengaruhi perilaku pengguna (*Behavioral Intention*)?

H8: Apakah Pengalaman (*Experience*) mempengaruhi semakin berpengalaman, semakin kecil pengaruh kemudahan

b. Indikator Penelitian

Setelah membuat hipotesis, peneliti mulai menyusun indikator yang akan digunakan dengan menggunakan metode UTAUT, seperti pada tabel berikut :

Variabel	Definisi	Pertanyaan Kuisisioner
	Variabel <i>Performance Expectancy</i> bertujuan	<i>Chatbot</i> AI membantu saya menyelesaikan masalah dengan cepat.

Performance Expectancy (PE)	untuk Mengukur seberapa besar responden merasa chatbot bermanfaat	Chatbot AI meningkatkan kenyamanan saya dalam mencari informasi saat belanja online
		Chatbot AI membuat pengalaman saya lebih praktis dalam menggunakan e-commerce.
		Chatbot AI memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan saya.
Effort Expectancy (EE)	Effort Expectancy (EE) Mengukur sejauh mana chatbot mudah digunakan tanpa kesulitan teknis	Chatbot AI mudah digunakan tanpa memerlukan banyak usaha.
		Interaksi dengan chatbot AI jelas dan mudah dipahami.
		Saya tidak kesulitan beradaptasi dalam menggunakan chatbot AI.
Social Influence (SI)	Social Influence (SI) Mengetahui apakah opini sosial mempengaruhi minat responden menggunakan chatbot	Chatbot AI memudahkan saya dalam menemukan informasi produk atau layanan.
		Teman atau orang di sekitar saya setuju dan merekomendasikan penggunaan chatbot AI untuk menemukan informasi produk atau layanan
		Saya menggunakan chatbot AI karena banyak orang lain juga menggunakannya.

		Opini orang lain mempengaruhi saya dalam menilai efektifitas dalam penggunaan <i>chatbot</i> AI.
		<i>E-commerce</i> yang menyediakan <i>chatbot</i> AI lebih saya percaya dibandingkan yang tidak.
Facilitating Conditions (FC)	Facilitating Conditions (FC) bertujuan untuk Mengukur faktor pendukung seperti perangkat, jaringan, dan ketersediaan layanan	Saya memiliki perangkat (smartphone/PC) yang mendukung penggunaan <i>chatbot</i> AI.
		Internet yang saya gunakan cukup stabil untuk berinteraksi dengan <i>chatbot</i> AI.
		Fitur <i>chatbot</i> AI tersedia kapan saja saat saya membutuhkannya.
		Saya merasa sistem <i>e-commerce</i> mendukung penuh penggunaan <i>chatbot</i> AI.
Behavioral Intention (BI)	Behavioral Intention (BI) bertujuan untuk Menilai potensi keberlanjutan penggunaan <i>chatbot</i>	Saya berniat untuk terus menggunakan <i>chatbot</i> AI di masa depan.
		Saya lebih memilih menggunakan <i>chatbot</i> AI dibandingkan menghubungi CS manual.
		Saya akan merekomendasikan <i>chatbot</i> AI kepada orang lain.

		Saya akan lebih sering menggunakan e-commerce yang menyediakan <i>chatbot</i> AI.
<i>User Satisfaction</i> (US)	<i>User Satisfaction</i> (US) bertujuan untuk Mengukur sejauh mana chatbot memenuhi harapan dan memberikan pengalaman positif	Saya puas dengan kecepatan respon <i>chatbot</i> AI.
		Saya puas dengan keakuratan jawaban yang diberikan chatbot AI.
		Saya puas dengan pengalaman menggunakan <i>chatbot</i> AI secara keseluruhan.
		<i>Chatbot</i> AI memenuhi harapan saya dalam layanan pelanggan e-commerce.

Tabel III.2 Indikator Penelitian

- Pembuatan Kuesioner

Setelah menentukan indikator pada setiap dimensi, maka peneliti melakukan survey (secara acak) dengan membuat beberapa pertanyaan kuisisioner serta menyebarkannya. Kuesioner yang dibuat peneliti adalah sebagai berikut:

Email Address	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Domisili
	Responden			

Tabel III.3 Format Kuisisioner

3.5 Daftar Kuisisioner

Daftar kuisisioner yang telah dibuat, dibagi menjadi Tiga bagian untuk mendapatkan hasil yang maksimal, yaitu dengan rincian sebagai berikut :

1. Informasi Responden Beserta Pertanyaan Kuesioner

Email Address :

Nama responden :

Jenis Kelamin :

Domisili :

Usia :

Tabel III.4 Daftar Kuisisioner

Pertanyaan	Nilai Responden
Pilihan (<i>experience</i>)	<i>Option</i>
Pilihan (<i>experience</i>)	<i>Option</i>
Pertanyaan ke-1	
Pertanyaan ke-2	
Pertanyaan ke-3	
Pertanyaan ke-4	
Pertanyaan ke-5	
Pertanyaan ke-6	
Pertanyaan ke-7	
Pertanyaan ke-8	
Pertanyaan ke-9	
Pertanyaan ke-10	
Pertanyaan ke-11	
Pertanyaan ke-12	

Pertanyaan ke-13	
Pertanyaan ke-14	
Pertanyaan ke-15	
Pertanyaan ke-16	
Pertanyaan ke-17	
Pertanyaan ke-18	
Pertanyaan ke-19	
Pertanyaan ke-20	
Pertanyaan ke-21	
Pertanyaan ke-22	
Pertanyaan ke-23	
Pertanyaan ke-24	

2. Pada kuesioner ini, menggunakan *skala likert* dengan rentang nilai 1-5.

Tabel III.5 *Skala Likert*

Keterangan	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

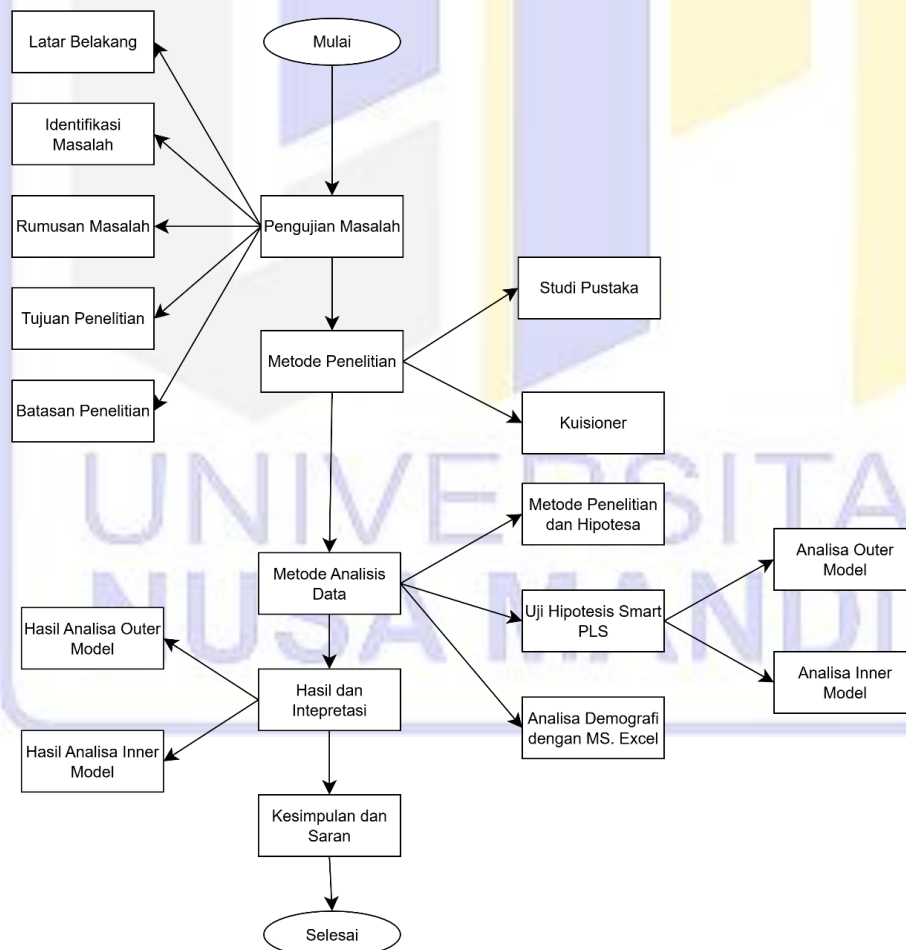
3. Pertanyaan *Pilihan* sebagai pertanyaan pembuka dari kuesioner.

3.6 Analisis Data dan Hasil Interpretasinya

Setelah melakukan tahap kuesioner, maka dilanjutkan dengan melakukan analisis data yang dibagi menjadi tiga bagian, pertama adalah hasil data demografi. Untuk menganalisis data demografi, peneliti menggunakan Microsoft Excel 2021 untuk mengelompokkan data responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan domisili.

Setelah dilakukan analisis pada outer model dan inner model. Kedua hasil ini dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.0. Barulah hasil penelitian bisa divalidasi dengan baik.

3.7 Kerangka Penelitian



Gambar III.2 Kerangka Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian diatas, mulai dari latar belakang, dilanjutkan dengan pembuatan kuisisioner sebagai bagian dari metode penelitian, lalu Analisa *inner* dan *outer* model hingga didapatkan sebuah kesimpulan. Peneliti berusaha untuk memaparkan secara detail tiap-tiap bagian untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

