

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh data dengan menggunakan kuisioner. Hasil penelitian yang dianalisis kemudian diolah dan dapat diambil kesimpulan. Objek penelitian ini layanan untuk mencari teman baru di aplikasi *dating* Tinder. Subjek penelitian ini yaitu jenis-jenis keanggotaan Tinder member premium (Tinder plus, Tinder gold dan Tinder platinum).

3.2 Alat dan Bahan Penelitian

1. Alat

- A. Laptop
- B. Google form
- C. Smart-PLS

2. Bahan :

A. Data Primer

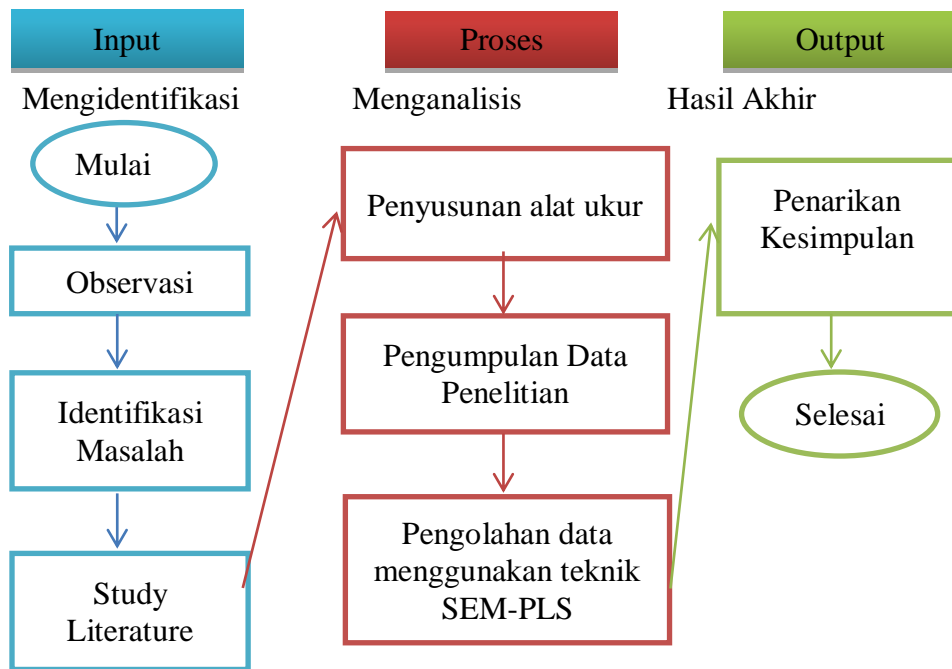
Data primer adalah data yang diambil oleh peneliti secara langsung menggunakan hasil pengisian kuisioner.

B. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah secara lebih lanjut dan disajikan menggunakan data primer atau dalam bentuk diagram atau tabel-tabel. Data sekunder juga diperoleh melalui perantara (diperoleh dan dicatat) oleh peneliti sebelumnya.

3.3 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir penelitian terdiri tahapan penelitian yang dilakukan seperti dibawah ini:



Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian

3.3.1 Observasi

Dilakukan untuk mengetahui tingkat penggunaan aplikasi *dating* Tinder dalam mencari teman baru secara virtual. Observasi dilakukan dengan cara mengumpulkan review dari pengguna Tinder yang di google play store dan app store kemudian mengelompokannya sesuai dengan karakteristik pada UTAUT 2. Membuat kuisioner dalam bentuk *google form* yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai identitas diri responden dan beberapa pertanyaan lain mengenai aplikasi *dating* Tinder. Output dari pengumpulan data ini yaitu evaluasi.

3.3.2 Identifikasi Masalah

Dilakukan data untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dalam penggunaan aplikasi *dating* Tinder berdasarkan jeniskeanggotaan dengan caramencari tau masyarakat Indonesia menggunakan teknologi aplikasi untuk aktivitas dan tujuan masing-masing. Lalu, mencari tau masalah-masalah pengguna aplikasi *dating* Tinder melalui ulasan dan penilaian di google play store app store terdapat ulasan percaya menggunakan sistem akan membantu seseorang untuk mencapai keuntungan mendapatkan teman baru dalam menggunakan sistem informasi (*performance expectancy*), kemudahan dalam menggunakan sistem informasi (*effort expectancy*), pengaruh sekitar untuk menggunakan Tinder (*social influence*), fitur untuk penilaian teman masih terbatas pada akun tertentu (*facilitating conditions*), kesenangan dan kebahagiaan yang diperoleh dari penggunaan Tinder (*hedonic motivation*), pengguna menanggung biaya mengenai pembelian perangkat atau layanan (*Price Value terhadap Behavioral Intention*), pengguna terbiasa menggunakan aplikasi Tinder (*habit*). Faktor-faktor tersebut menjadi pengaruh pandangan pengguna dalam menggunakan aplikasi tanpa melihat jenis keanggotaan Tinder. Untuk dijadikan dasar pembuatan rumusan masalah yang dapat dilihat pada BAB 1.

3.3.3 Studi Literature

Dilakukan untuk menyusun kerangka teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini. Proses ini dilakukan untuk mengetahui metode yang tepat untuk penerimaan teknologi informasi yang berfokus pada konsumen dan membandingkannya dengan penelitian yang masih ada keterkaitan. Output dari proses ini yaitu dapat mengetahui metode yang tepat untuk digunakan dan alur dalam pengolahan data.

3.3.4 Penyusunan alat ukur

Berisi tentang penyusunan kuisisioner, yaitu mencari pertanyaan mengenai UTAUT2. Selanjutnya menyusun pertanyaan-pertanyaan ke dalam *google form*, terdapat 8 bagian. Bagian pertama dari delapan berisi tentang identitas responden, bagian kedua dari delapan berisi tentang pertanyaan mengenai ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), bagian ketiga dari delapan berisi tentang pertanyaan mengenai ekspektasi usaha (*effort expectancy*), bagian keempat dari delapan berisi tentang pertanyaan mengenai pengaruh sosial (*social influence*), bagian kelima dari delapan berisi tentang pertanyaan mengenai fasilitas kondisi (*facilitaty conditions*), bagian keenam dari delapan berisi tentang pertanyaan mengenai motivasi hedonic (*hedonic motivation*), bagian ketujuh dari delapan berisi tentang pertanyaan mengenai nilai harga (*price value*), bagian kedelapan dari delapan berisi tentang pertanyaan mengenai kebiasaan (*habit*). Untuk melengkapi kuisisioner mengharuskan responden untuk memberikan jawaban tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan menggunakan skala likert untuk mengukur sikap dan pendapat. Bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5. Bentuk jawaban skala Likert terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Kemudian langkah selanjutnya menyebarkan hasil kuisisioner kepada responden jenis keanggotaan aplikasi *dating* Tinder.

3.3.5 Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data kuantitatif yang dapat diolah untuk mendapatkan hasil akhir penelitian. Pengumpulan data menggunakan *stratified random sampling*. Metode *stratified random sampling* digunakan dengan tujuan mewakili responden yang menggunakan aplikasi *dating* Tinder untuk mencari teman barudi Indonesia.

Mekanisme pengumpulan data :

- A. Responden hanya orang-orang yang menggunakan Tinder berdasarkan jenis keanggotaan.
- B. Responden akan disajikan kuisisioner untuk pengisian penilaiannya.
- C. Data yang diolah adalah data responden yang telah mengisi kuisisioner tersebut.

Hasil Perhitungan Rumus Slovin [21]:

Diketahui : N = 1059 populasi pengguna aktif tinder, e = 5% (0,0025)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1059}{1 + 1059 (0,05)^2} = \frac{1059}{1 + 1059 (0,0025)}$$

$$= \frac{1059}{1 + 2,6475} = \frac{1059}{3,6475} = 290 \quad (3.1)$$

Jumlah responden 290.

3.1.6 Pengolahan Data Menggunakan teknik PLS

Hasil dari pengumpulan data penelitian untuk direkap menentukan hasil pengisian kuesioner. Kemudian, diuji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya diolah menggunakan teknik PLS. Pengolahan data menggunakan aplikasi Smart-PLS sesuai dengan urutan langkah-langkah pada teknik PLS. Langkah-langkah pengolahan data menggunakan teknik PLS :

- A. Melakukan model pengukuran

Model pengukuran yaitu bagian dari suatu model persamaan struktural yang menggambarkan hubungan variabel laten dengan indikator-indikatornya. Model pengukuran dibagi menjadi :

- a. Uji Validitas

- 1) Validitas Konvergen

Pengukurannya dilakukan dua kali, pertama *Loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*[30].

- a. *Loading factor* dilakukan dengan memasukkan data selanjutnya di calculate. Digunakan untuk mengukur nilai indikator. Nilai valid $> 0,7$. Apabila $< 0,7$ maka harus dieliminasi supaya tidak mempengaruhi proses lainnya.
- b. *Average Variance Extracted* (AVE) dilakukan untuk mengetahui nilai *variable* atau konstruk. Nilai validnya $> 0,5$. Jika nilai AVE $< 0,5$ maka yang harus diperbaiki di bagian *Loading factor*, yaitu dengan cara menghapus nilai *Loading factor* $< 0,7$ atau nilai terkecil dari suatu indikator.

b. Validitas Diskriminan

Hasil evaluasi validitas diskriminan yaitu nilai kuadrat AVE harus lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk[29].

Dapat dihitung secara dua kali :

a. Fornell lacker

Korelasi antara variabel dengan variabel itu sendiri tidak boleh lebih kecil dari korelasi dengan variabel lainnya.

- c. Cross loading yaitu korelasi antara indikator dengan variable. Korelasi antara indikator dengan variabel yang diukur tidak boleh lebih kecil dibandingkan dengan korelasi antar indikator lainnya.

b. Uji reliabilitas

Dikatakan memiliki reliabilitas apabila nilai composite reliability $> 0,7$ dan nilai conbach's alpha $> 0,7$ [30]. Dapat dihitung secara dua kali:

- a. *Composite reliability* adalah nilai yang diharapkan *composite reliability* adalah $> 0,7$. Apabila konstruk mempunyai nilai *composite reliability* $> 0,7$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang baik.
- b. Sebuah konstruk dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika mempunyai nilai cronbach's alpha $> 0,7$.

B. Melakukan Model Struktural

Model struktural dilakukan dengan 5 pengujian yaitu :

- a. Tingkatan *R-squared* (R^2) dikategorikan :
 R^2 digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen [31]. Nilai R^2 dikategorikan menjadi tiga yaitu [32]:
 - 1) R^2 dikatakan kuat jika mempunyai nilai 0,67
 - 2) R^2 dikatakan moderat jika mempunyai nilai 0,33
 - 3) R^2 dikatakan lemah jika mempunyai nilai 0,19
- b. Koefisien jalur dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Eksogen atau independentt tersebut pengaruh positif atau negatif terhadap Endogen atau variabel dependent[33].
- c. T-statistic (*Bootstrapping*) yaitu dilakukan pengambilan sampel dengan pengambilan menggunakan sampel data. Nilai T-statistic $>1,96$ maka variabel independentt berpengaruh terhadap variabel dependent. Apabila nilai T-statistic $<1,96$ artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent namun tidak signifikan.
- d. *Predictive Relevance* yaitu Q^2 digunakan untuk menguji predictive relevance yaitu kecocokan relevansi model secara struktural. Apabila nilai $Q > 0$ dapat diartikan bahwa model memiliki predictive relevance yang baik dan apabila nilai $Q^2 < 0$ dapat diartikan bahwa modelmemiliki predictive relevance yang kurang[34]
- e. Hipotesis

Terdapat 19 hipotesa yang akan di buktikan pada masing – masing jenis keanggotaan Tinder. Hipotesa tersebut adalah sebagai berikut [14]:

Hipotesis	
H1	Performance Expectancy memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention.
H2	Effort Expectancy memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention.
H3	Social Influence memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention.
H4	Facilitating Condition memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh age.
H5	Facilitating Condition memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh gender.
H6	Facilitating Condition memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh experience.
H7	Facilitating Condition memiliki pengaruh signifikan terhadap use behavior.
H8	Hedonic Motivation memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi age.
H9	Hedonic Motivation memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh gender.
H10	Hedonic Motivation maka memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh experience.
H11	Price Value memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh age.
H12	Price Value memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh gender.
H13	Habit memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh age.
H14	Habit memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh gender.
H15	Habit memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention dimoderasi oleh experience.
H16	Habit memiliki pengaruh signifikan terhadap use behavior dimoderasi oleh age.
H17	Habit memiliki pengaruh signifikan terhadap use behavior dimoderasi oleh gender.
H18	Habit memiliki pengaruh signifikan terhadap use behavior dimoderasi oleh experience.
H19	Behavioral Intention memiliki pengaruh signifikan terhadap use behavior di moderasi oleh experience.