

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono, (2013) didasarkan pada filsafat *positivism*, dimana peneliti meneliti populasi atau sampel tertentu dengan bantuan *instrument* pengumpulan data. Data kuantitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk angka atau numerik (Fatihudin, 2024). Hasil data yang diperoleh nantinya akan dianalisis secara statistik untuk membuktikan hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatif. Sesuai dengan penjelasan Sugiyono, (2013) penelitian eksplanatif bertujuan untuk menguraikan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dan hubungan pengaruh di antara variabel tersebut. Penelitian eksplanatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menguraikan hubungan sebab akibat antar variabel. Dalam penelitian ini, pendekatan eksplanatif digunakan untuk mengkaji pengaruh *Gamification*, *Perceived Ease Of Use* dan *Trust* terhadap *Repurchase Intention* pada Platform *E-Commerce* Shopee di Surabaya.

B. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Berikut definisi operasional variabel pada penelitian ini:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Dan Instrumen

Variabel penelitian dan definisi	Indikator	Definisi operasional indikator	Instrumen
Gamification (X2) Aparicio et al., (2021) Gamification adalah penerapan elemen permainan seperti <i>rewards</i> , <i>poins</i> , <i>leaderboard</i> , dan <i>badges</i> untuk meningkatkan motivasi dan partisipasi pengguna Shopee.	<i>Rewards</i>	Hadiah berupa koin, voucher, atau bonus yang diberikan setelah pengguna mengikuti aktivitas gamification Shopee.	1. Saya merasa terdorong untuk menyelesaikan misi yang ada di Shopee Games. 2. Saya merasa terdorong untuk mencapai peringkat yang lebih tinggi pada leaderboard Shopee Games 3. Saya tertarik bermain Shopee Games untuk mengumpulkan koin yang bisa ditukar dengan potongan harga (Diskon) dan promo menarik yang diberikan 4. Poin yang saya dapatkan membuat saya semakin termotivasi berinteraksi
	<i>Points</i>	Suatu koin dalam bentuk angka yang diperoleh setelah menyelesaikan permainan atau tantangan.	
	<i>Leaderboards</i>	Papan peringkat yang menunjukkan posisi pengguna dibanding pengguna lain.	
	<i>Badges</i>	<i>Badge</i> atau lencana yang diberikan sebagai tanda pencapaian pada fitur permainan Shopee.	

			dengan Shopee Games (Rifa'i et al., 2023)
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X2) (Joan & Sitinjak, 2019b) <i>Perceived ease of use</i> merupakan tingkat keyakinan individu bahwa suatu sistem aplikasi shopee dapat digunakan dengan sederhana serta tidak menuntut banyak usaha dari penggunaanya.	Mudah dipelajari	Pengguna merasa aplikasi mudah dipahami.	1. Saya cepat mengerti cara menggunakan fitur-fitur Shopee 2. Saya dapat mengoperasikan fitur Shopee sesuai keinginan saya. 3. Saya dapat menggunakan kapan saja dan di mana saja 4. Saya jarang mengalami kesulitan ketika menggunakan Shopee. 5. Tampilan aplikasi (menu, ikon dan tata letak) Shopee jelas dan mudah dipahami. (Wicaksono et al., 2023)
	Dapat dikendalikan	Pengguna dapat mengontrol fitur sesuai kebutuhan	
	<i>Fleksibel</i>	Aplikasi mudah diakses kapanpun dan Dimana pun	
	Mudah digunakan	Aplikasi tidak menimbulkan kesulitan dalam penggunaannya.	
	Kejelasan tampilan (<i>user friendly</i>)	Desain tampilan mudah dipahami dan tidak membingungkan.	
<i>Trust</i> (X3) (Komala et al., 2025) <i>Trust</i> adalah Keyakinan	<i>Integrity</i>	Shopee dinilai jujur, konsisten, dan dapat dipercaya.	1. Saya percaya Shopee jujur dan dapat diandalkan. 2. Saya yakin Shopee mampu memberikan
	<i>Competence</i>	Kemampuan Shopee menyediakan layanan yang	

konsumen bahwa platform Shopee jujur, dapat dipercaya, dan memberikan keamanan informasi.		aman dan memadai.	layanan transaksi yang aman.
	<i>Loyalty</i>	Kepercayaan terhadap reputasi penjual dan kualitas produk.	3. Saya tetap percaya pada Shopee meskipun ada banyak platform lain
	<i>Openness</i>	Shopee terbuka dalam memberikan informasi dan penjelasan.	4. Shopee memberikan informasi yang jelas terkait transaksi.
(Revita, 2016)			
<i>Repurchase Intention</i> (Tjiptono, 2010) <i>Repurchase Intention</i> adalah keinginan konsumen untuk membeli Kembali suatu produk atau jasa pada waktu yang akan datang.	Minat Transaksional	Kecenderungan seseorang untuk membeli suatu barang.	1. Shopee dapat mendorong saya untuk melakukan pembelian ulang
	Minat Referensial	Kecenderungan seseorang untuk menyarankan barang atau jasa kepada orang lain berdasarkan pengalaman pribadinya.	2. Shopee menjadi salah satu pilihan utama saya untuk memenuhi kebutuhan
	Minat Preferensial	Kecenderungan seseorang untuk mencari informasi tentang produk yang diminatinya, serta pengetahuan yang mendukung manfaat produk atau layanan tersebut.	3. Shopee dapat membuat saya tertarik untuk merekomendasikan produk yang ditawarkan kepada orang lain.
	Minat Eksploratif	Minat yang menunjukkan kecenderungan	Tertarik untuk mencoba dan menggunakan berbagai fitur terbaru yang ditawarkan oleh Shopee.
(Saputri, 2024)			

		seseorang untuk memprioritaskan barang atau jasa tertentu dikenal sebagai minat preferensial. Biasanya, preferensi ini hanya berubah ketika terjadi masalah dengan barang atau jasa yang dipilih.	
--	--	--	--

Sumber : diolah peneliti (2025)

C. Populasi dan Teknik sampling

1. Populasi

Fatihudin, (2024) menjelaskan bahwa populasi merupakan kumpulan individu, suatu peristiwa atau barang tertentu yang dapat dijadikan sebuah objek penelitian. Menurut Sugiyono, (2013) menjelaskan bahwa populasi adalah kelompok besar yang terdiri dari benda atau makhluk dengan kualitas spesifik yang telah dipilih oleh penulis untuk dideskripsikan. Dalam penelitian ini, populasi difokuskan pada generasi Z yang pernah melakukan transaksi dan melakukan salah satu game di Shopee dengan berdomisili Surabaya.

2. Teknik Sampling

Sampel adalah sekelompok unit yang dipilih dari populasi yang lebih besar, dan temuan penelitian pada sampel tersebut seharusnya mampu memberikan gambaran atau data yang representatif dari keseluruhan populasi (Firmansyah et al., 2018). Teknik sampling yang

diterapkan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive* sampling dipilih karena memungkinkan peneliti menentukan responden berdasarkan kriteris dan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2013).

Kriteria sampel pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Masyarakat dengan umur 18 – 29 tahun
2. Berdomisili Surabaya
3. Pernah melakukan transaksi pembelian di Shopee minimal 2 kali
4. Pernah 1 kali melakukan salah satu game di *Shopee Games*

Dikarenakan jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti, maka dalam penelitian ini menggunakan teknik penentuan jumlah sampling menggunakan rumus Lemeshow (1997), yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2} = 96,04$$

keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Standart = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

D = Alpa (0,10) atau sampling eror = 10%

Perhitungan rumus tersebut mengungkapkan bahwa 96 responden adalah jumlah minimum sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

D. Objek dan Waktu Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah masyarakat yang berumur 18-29 tahun yang berdomisili Surabaya, yang menggunakan platform *e-commerce* Shopee dimana pernah melakukan pembelian produk di *e-commerce* Shopee dan menggunakan *game* pada ShopeeGames minimal 2 kali. Waktu yang digunakan penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Oktober – Februari 2025.

E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data, yang merupakan komponen penting dalam penelitian, dikenal sebagai metode pengumpulan data. Penelitian ini memanfaatkan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Fatihudin, (2024), Menjelaskan bahwa informasi yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari objek penelitian dikenal sebagai data primer. Informasi ini dikumpulkan langsung dari sumber aslinya, tanpa melalui perantara. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat dengan umur 19-29 tahun berdomisili Surabaya yang melakukan pembelian pada *e-commerce* Shopee dan melakukan salah satu game pada *Shopee Games*.

a. Kuesioner

Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang dibuat oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data dari tanggapan responden (Fatihudin, 2024). Dalam penelitian kuantitatif, kuesioner merupakan alat populer untuk mengumpulkan data yang

dapat dianalisis secara statistik. Bentuk pertanyaan di dalamnya dapat berupa pertanyaan terbuka maupun tertutup, bergantung pada tujuan dan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2013). Kuesioner (angket) yang digunakan dalam penelitian ini memuat butir pertanyaan terkait variabel *Gamfication*, *Perceived Ease Of Use*, *Trust* serta *Repurchase Intention*. Instrumen tersebut disebarakan kepada responden secara daring melalui platform *Google Form*. Setelah itu, semua informasi yang dikumpulkan dari responden diproses dengan menggunakan skala Likert untuk mengkodekan respons. Skala Likert adalah alat untuk mengukur bagaimana perasaan orang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini, hasil pengisian kuesioner diukur menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 4, yang terdiri atas kategori Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skor untuk masing-masing kategori tersaji pada Tabel berikut :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, (2013)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti, melainkan melalui perantara, baik individu lain maupun dokumen yang sudah ada. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, artikel dan *website* resmi.

3. Uji Instrumen

Uji instrumen adalah informasi yang diperoleh peneliti melalui perantara, seperti individu lain atau catatan yang sudah ada sebelumnya, bukan secara langsung. Buku, makalah, dan situs web resmi digunakan sebagai sumber data sekunder penelitian ini. Proses menentukan apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian, seperti survei atau kuesioner, layak digunakan dikenal sebagai pengujian instrumen. Tujuannya adalah untuk menjamin bahwa instrumen tersebut dapat mengukur variabel penelitian secara konsisten (andal) dan akurat (valid). Tiga puluh responden yang bukan bagian dari sampel penelitian akan menjalani pengujian instrumen dalam penelitian ini.. Secara

umum, uji instrumen terdiri dari dua jenis, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Ghozali, (2016) menjelaskan bahwa pengujian validitas adalah proses yang digunakan dalam penelitian untuk menentukan validitas sebuah kuesioner. Suatu butir pertanyaan dinyatakan valid apabila pertanyaan tersebut mampu mengukur variabel yang diukur. Prosedur pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel berdasarkan degree of freedom (df) = $n - 2$, di mana n merupakan jumlah sampel penelitian. Dengan kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang konsisten ketika pengukuran dilakukan secara sering dalam jangka waktu tertentu dievaluasi menggunakan uji reliabilitas. Ghozali, (2016) Proses mengevaluasi konsistensi kuesioner sebagai ukuran variabel penelitian dikenal sebagai pengujian reliabilitas. Jika respons responden terhadap kuesioner

menunjukkan konsistensi atau stabilitas dari waktu ke waktu, kuesioner tersebut dianggap dapat diandalkan. Sementara itu, pengukuran uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* (α). Suatu indikator atau instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 6\%$, begitu pula sebaliknya suatu indikator atau instrumen dikatakan tidak reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 6\%$.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu rangkaian kegiatan untuk menelaah serta mengorganisasi data secara sistematis. Proses ini mencakup tahap pengumpulan, pengolahan atau pengkajian data, hingga penarikan kesimpulan dan penetapan keputusan berdasarkan informasi yang berbentuk angka (Muhib, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan metode analisis statistik dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Program for Social Science*). SPSS merupakan aplikasi yang memiliki kemampuan komputasi statistik yang komprehensif. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini disusun melalui beberapa metode sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel dependen dan independen dari model regresi memiliki pola distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Untuk memastikan

distribusi residual (Ghozali, 2018). Untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistic non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) test yang terdapat di program SPSS. Hasil uji penelitian ini, jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 5\%$ atau $0,05$ maka disimpulkan data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 5\%$ atau $0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi saling berhubungan, digunakan uji multikolinearitas. Jika tidak ada korelasi antara variabel independen, model regresi dianggap sangat baik. (Ghozali, 2018). Nilai toleransi, yang juga dikenal sebagai *Variance Inflation Factor* (VIF), dapat digunakan untuk mengukur kriteria berikut guna menentukan apakah ada tanda-tanda multikolinearitas :

- a. Jika nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance value* $> 0,1$ maka data menunjukkan tidak adanya gejala *multikolineritas*.
- b. Jika nilai VIF > 10 atau nilai *tolerance value* $< 0,1$ maka data menunjukkan adanya gejala *multikolineritas*.

3) Uji Heterokedastisitas

Untuk menentukan apakah varians residual antar observasi dalam model regresi konsisten, digunakan uji heteroskedastisitas.

Pengujian ini bertujuan menentukan apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu observasi ke observasi lainnya. Apabila varians residual tidak seragam di seluruh pengamatan, kondisi tersebut dikategorikan sebagai heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Untuk mengidentifikasi pola variabel dan memastikan ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, penelitian ini menerapkan metode Glejser dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Dasar ketentuan yang digunakan uji heteroskedastisitas sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi variabel independen $< 5\%$ atau $0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi variabel independen $> 5\%$ atau $0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Ghozali, (2018) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel-variabel independen memengaruhi variabel dependen yang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menilai pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Adapun model regresi linier berganda yang diterapkan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = *Customer Loyalty*

α = Konstanta

β_1-3 = Koefisien regresi variabel bebas

X_1 = Variabel *Gamification*

X_2 = Variabel *Perceived Ease Of Use*

X_3 = Variabel *Trust*

e = *Standart eror*

3. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengevaluasi masing - masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai T-hitung dan T-tabel pada tingkat kesalahan 0,05 (5%). Hasil hipotesis T-hitung dibandingkan dengan T-tabel dengan menghitung kriteria uji sebagai berikut :

- a. Jika nilai sig. < 0,05, maka hipotesis diterima (signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen secara signifikan memengaruhi variabel dependen sampai batas tertentu.
- b. Jika nilai sig. > 0,05, maka hipotesis ditolak (tidak signifikan). Ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak terpengaruh secara signifikan oleh variabel independen.

2) Uji F

Uji F (simultan) digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen yang termasuk dalam model memiliki efek gabungan pada variabel dependen, digunakan (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) yang artinya risiko mengambil taraf kesalahan 5%, berdasarkan nilai signifikansi menggunakan kriteria keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai F hitung $>$ F table atau nilai signifikansinya $<$ 0,05 maka H_0 ditolak, yang mengartikan ada pengaruh signifikan antar variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai F hitung $<$ F table atau nilai signifikansinya $>$ 0,05 maka H_0 diterima, yang mengartikan tidak ada pengaruh signifikansi antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali, (2018), Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan keseluruhan variabel terikat, baik secara parsial maupun secara simultan. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 hingga 1 ($0 < R^2 < 1$), artinya :

- 1) Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen sangat terbatas.
- 2) R^2 mendekati 1, maka variabel dependen hampir sepenuhnya dapat dijelaskan oleh variabel independen.

