

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, pendekatan kuantitatif melibatkan angka-angka dalam penyajian data, baik saat pengumpulan, interpretasi, maupun penyajian hasil penelitian. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori atau hipotesis sementara guna menentukan kebenarannya. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal, yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk mengamati dan menganalisis hubungan sebab akibat. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh antar variabel yang diteliti.<sup>36</sup>

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### 1. Populasi

Ismiyanto mengungkapkan bahwa populasi merujuk pada keseluruhan subjek atau totalitas objek dalam penelitian yang bisa berupa orang, benda, atau hal-hal lain yang berpotensi memberikan informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian.<sup>37</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEBI Angkatan 2021 IAIN Kediri yaitu sebanyak 641 orang.

##### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang serupa serta bersifat representatif, sehingga dapat

---

<sup>36</sup> Abigail Soesana et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2023, 54.

<sup>37</sup> Bambang Sudaryono and Ricky Agusiady, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sleman: Deepublish, 2022)., 67.

dianggap sebagai perwakilan dari keseluruhan populasi yang sedang diteliti.<sup>38</sup> Menurut Sugiyono, teknik pengambilan sampel terbagi menjadi dua, yaitu probability dan non probability.<sup>39</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* melalui metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel di mana peneliti memilih responden secara sengaja berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penulis menetapkan kriteria yaitu mahasiswa yang sering menggunakan fitur gamifikasi Shopee yaitu sebanyak 92 orang. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah 92 orang.

### C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan yang didasarkan pada karakteristik atau ciri-ciri suatu hal sehingga dapat didefinisikan dan diamati. Pada penelitian ini terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu:

#### 1. Variabel Bebas X (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen (terikat). Dalam konteks ini, variabel bebasnya adalah fitur gamifikasi (X)<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.,53.

<sup>39</sup> Hamdi Agustin, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, ed. Hanny Novindaning Tyas (Sumedang: CV. Mega Press Nusantara, 2023)., 21.

<sup>40</sup> Guru Pendidikan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2020., 59.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel Fitur Gamifikasi (X)**

<b>Indikator</b>	<b>Deskripsi</b>
<i>Goals</i> (Tujuan)	Aspek yang menentukan sejauh mana tujuan dalam sistem gamifikasi dapat memotivasi dan mengarahkan perilaku pengguna.
<i>Rewards</i> (Penghargaan)	Insentif seperti poin dan hadiah yang mampu meningkatkan minat dan rasa penasaran konsumen untuk berpartisipasi dalam gamifikasi.
<i>Leaderboards</i> (Papan Peringkat)	Elemen gamifikasi yang menampilkan informasi tentang peringkat pemain dibandingkan dengan pemain lainnya.
<i>Badges</i> (Lencana)	Elemen gamifikasi berbentuk aksesoris virtual yang diberikan kepada pemain sebagai tanda pencapaian tertentu.

Sumber: Menurut Aparicio dalam penelitian skripsi Putri Az-Zahra<sup>41</sup>

## 2. Variabel Terikat Y (Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan hasil dari keberadaan variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang dimaksud adalah *customer engagement* (Y).

<sup>41</sup> Az-Zahra, "Pengaruh Gamification, Perceived Enjoyment Dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Pengguna E-Commerce Shopee.", 77-79.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel *Customer Engagement* (Y)**

<b>Indikator</b>	<b>Deskripsi</b>
<i>Cognitive Engagement</i> (Keterlibatan Kognitif)	Sejauh mana pelanggan memberikan perhatian dan berpikir secara mendalam tentang suatu merek atau platform.
<i>Emotional Engagement</i> (Keterlibatan Emosional)	Hubungan perasaan pelanggan terhadap suatu merek.
<i>Behavioral Engagement</i> (Keterlibatan Perilaku)	Sejauh mana pelanggan secara aktif berinteraksi dengan suatu merek

Sumber: Menurut Hollebeek dalam jurnalnya yang berjudul “*Demystifying Customer Brand Engagement: Exploring the Loyalty Nexus*”<sup>42</sup>

#### **D. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2021 IAIN Kediri yang berlokasi di Jalan Sunan Ampel No. 07, Ngronggo, Kota Kediri, Jawa Timur.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

##### 1. Jenis Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner (angket). Dan sumber data sekunder dari penelitian ini berupa informasi tambahan dari buku, jurnal atau artikel yang relevan dengan topik penelitian.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data

---

<sup>42</sup> Hollebeek, “Demystifying Customer Brand Engagement: Exploring the Loyalty Nexus.”

primer dalam penelitian. Dalam penelitian menggunakan teknik kuisisioner atau angket yang menyajikan pertanyaan terkait variabel penelitian kepada responden yang nantinya akan menghasilkan data kuantitatif yang mudah dianalisis secara statistik untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>43</sup>

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur atau mengumpulkan data terkait suatu variabel tertentu yang keabsahannya dapat dipertanggungjawabkan.<sup>44</sup> Peneliti menggunakan suatu instrumen penelitian untuk mendapatkan data yang diinginkan. Pada penelitian ini menggunakan kuisisioner atau angket sebagai instrumen penelitian. Kuisisioner adalah sebuah daftar yang memuat serangkaian pertanyaan tentang suatu topik dalam bidang tertentu. Melalui kuisisioner, peneliti dapat mengukur persepsi responden terkait variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>45</sup>

## **G. Analisis Data**

### *1. Editing (Pemeriksaan Data)*

Proses editing melibatkan pemeriksaan dan perbaikan data yang telah dikumpulkan. Tujuannya adalah untuk memastikan data memiliki kualitas yang lebih baik dan tingkat akurasi yang tinggi sebelum digunakan dalam analisis lebih lanjut.

---

<sup>43</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2017)., 34-37

<sup>44</sup> Revida Mareta Herfi Ashari and Onny Fitriana Sitorus, "Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan," *Jurnal EMT KITA* 7, no. 1 (2023): 38–46, <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.726>.

<sup>45</sup> Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoirin, and Taofan Ali Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020)., 89.

## 2. *Coding* (Kode)

Pengkodean data adalah proses memberikan kode berupa simbol huruf atau angka tertentu pada setiap elemen data yang memiliki kesamaan jenis. Tujuan dari proses ini adalah untuk memberikan struktur dan kerangka pada data, mempermudah analisis lanjutan, serta membuat data lebih mudah dipahami.

## 3. *Scoring* (Skor)

Pemberian skor adalah metode untuk mencatat jawaban dari responden.<sup>46</sup> Dalam penelitian ini, proses pemberian skor dilakukan berdasarkan prosedur skala Likert sebagai berikut:

- a) Sangat Setuju (SS) = 5
- b) Setuju (S) = 4
- c) Netral (N) = 3
- d) Tidak Setuju (TS) = 2
- e) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

## 4. *Tabulating* (Tabulasi Data)

Tabulasi adalah proses pengaturan data dalam bentuk tabel yang disusun sesuai dengan kebutuhan analisis. Tujuan dari tabulasi adalah untuk menyajikan data secara terorganisir, mendukung proses analisis, dan mempermudah pemahaman terhadap informasi yang terkandung dalam data tersebut.

## 5. *Processing*

*Processing* meliputi perhitungan, pengolahan, dan analisis data

---

<sup>46</sup> Karimuddin Abdullah et al., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 62.

menggunakan uji statistik. Beberapa teknik analisis yang digunakan dalam tahap *processing* meliputi langkah-langkah berikut:

## 1. Uji Instrumen

### a) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah kuisisioner yang digunakan benar-benar valid. Sebuah kuisisioner dianggap valid jika berisi pernyataan-pernyataan yang mampu mengukur instrumen yang ingin diungkapkan. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka pernyataan dalam kuisisioner tersebut dinyatakan valid.<sup>47</sup>

### b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur konsistensi sebuah kuesioner dalam menilai stabilitasnya saat digunakan berulang kali. Untuk menentukan apakah sebuah variabel reliabel atau tidak, dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*.

## 2. Uji Deskriptif

Uji deskriptif adalah metode analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi aktual tanpa bertujuan untuk membuat generalisasi atau menarik kesimpulan secara luas. Dalam penelitian ini, uji deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden serta hasil dari kuesioner terkait pengaruh fitur gamifikasi terhadap

---

<sup>47</sup> Syafrida Hanif Sahir, *Metodologi Penelitian*, ed. Dr. Ir. Try Koryati, Cetakan 1 (Jogjakarta: PENERBIT KBM INDONESIA, 2022), 31-32.

*customer engagement* Shopee oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2021 IAIN Kediri. Pada penelitian ini untuk mengukur kecenderungan data pada analisis deskriptif adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Skala Kecenderungan**

<b>Pedoman</b>	<b>Kategori</b>
$M + (1,5 \times SD) \leq X$	Sangat Baik
$M + (0,5 \times SD) \leq X \leq M + (1,5 \times SD)$	Baik
$M - (0,5 \times SD) \leq X \leq M + (0,5 \times SD)$	Cukup
$M - (1,5 \times SD) < X \leq M - (0,5 \times SD)$	Kurang
$M - (1,5 \times SD) \geq X$	Sangat Kurang

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana data penelitian memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov*. Hasil uji diinterpretasikan sebagai berikut: data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$ . Namun, jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$ , maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.<sup>48</sup>

#### b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah variansi residual dalam model regresi bersifat konstan atau berubah-ubah. Variansi yang tidak merata dapat mempengaruhi validitas dan interpretasi hasil regresi. Jika variansi residual tetap,

<sup>48</sup> Ibid., 33.

maka tidak ada heteroskedastisitas. Sebaliknya, heteroskedastisitas terjadi jika variansi tersebut tidak stabil.

c) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara kesalahan residual pada periode  $t$  dengan kesalahan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ) dalam model regresi linier. Jika terdapat korelasi, maka model tersebut mengalami masalah autokorelasi.

d) Uji Korelasi Pearson

Uji korelasi pearson digunakan untuk mengukur sejauh mana hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, metode korelasi *Pearson Product Moment* digunakan untuk menganalisis kekuatan dan tingkat hubungan timbal balik antara dua variabel. Hubungan tersebut dapat bersifat positif atau negatif. Koefisien korelasi  $r$  digunakan sebagai indikator untuk menentukan kekuatan hubungan antara variabel  $X$  dan  $Y$ .<sup>49</sup>

4. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan metode regresi yang melibatkan dua variabel, yaitu variabel independen ( $X$ ) dan variabel dependen ( $Y$ ). Metode ini digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh fitur gamifikasi terhadap *customer engagement* dengan menggunakan teknik uji analisis regresi.

---

<sup>49</sup> Ibid., 69.

## 5. Uji Hipotesis

### a) Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengukur pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujian dalam uji t adalah sebagai berikut:

$H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$

### b) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai tingkat kesesuaian dan ketepatan pada regresi linier sederhana. Jika  $R^2 = 1$ , maka variabel X mampu menjelaskan variasi pada variabel Y hingga 100%. Semakin mendekati nilai 1, semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta semakin tepat garis regresi dalam memprediksi nilai Y.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Rochmat Aldy Purnowo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: Cv. Wade Group, 2016), 123.