

BAB III

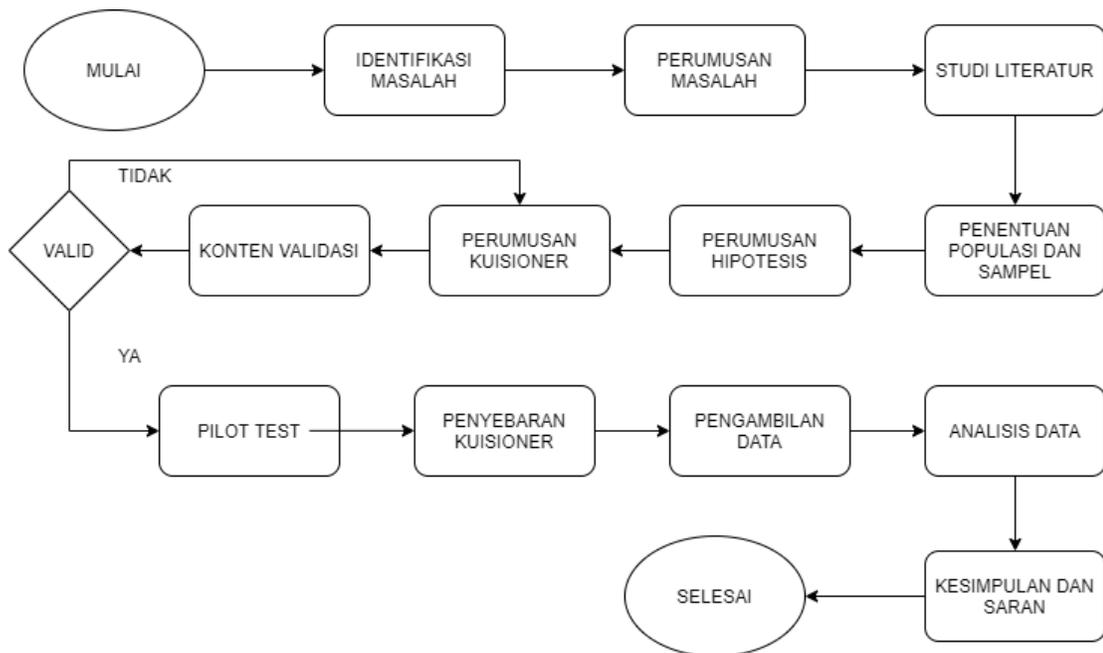
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian pada penulisan skripsi ini adalah akun *Instagram* Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Bengkulu, yang dikenal sebagai @kpknlbengkulu.

3.2. Tahapan Penelitian

Gambar berikut menunjukkan flowchart tahapan penelitian, yang menjelaskan bagaimana penelitian ini dilakukan.



Gambar 3. 1. Tahapan Penelitian

3.3. Identifikasi masalah

Untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi pada akun *Instagram* Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang Bengkulu, penulis melakukan wawancara dengan penanggung jawab media sosial pada kantor tersebut untuk mengetahui apa permasalahan yang terjadi pada akun *Instagram* @kpknlbengkulu.

3.4. Perumusan Masalah

Untuk perumusan masalah sudah dijelaskan pada BAB 1.

3.5. Studi Literatur

Untuk penjelasan studi literatur sudah dijelaskan pada BAB 2.

3.6. Populasi Dan Sampel

3.6.1. Populasi

Populasi penelitian mengacu pada kelompok individu yang dipilih untuk berpartisipasi dalam proyek penelitian, yang sangat penting untuk mendapatkan hasil yang valid (Bianchi & Rosielle, 2022). Dalam penelitian ini, populasi diambil dari *followers* akun *Instagram* @kpknlbengkulu, yang pada tanggal 5 Februari 2025 memiliki 2,2 ribu pengikut.

3.6.2. Sampel

Bagian dari populasi atau wakil populasi yang diteliti dan diambil sebagai sumber data disebut sampel. Sampel dapat mewakili populasi secara keseluruhan, atau

dapat mewakili sebagian dari populasi (Asrulla et al., 2023). Jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian akan dihitung dengan menggunakan rumus Slovin berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (3.1)$$

Keterangan :

n = Total Sampel

N = Jumlah Populasi

e = *Margin of error*

Hasil perhitungan total sampel yang diperlukan untuk penelitian berdasarkan rumus Slovin di atas adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2001}{1 + 2001 (0,1)^2}$$

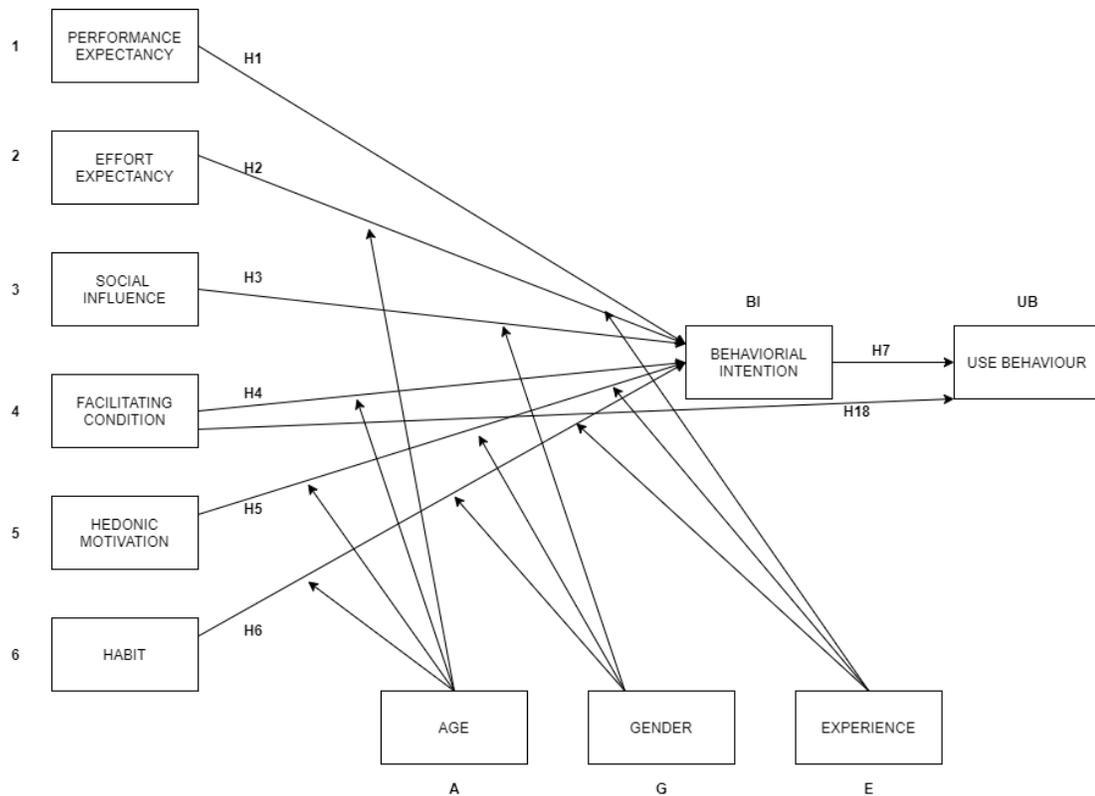
$$n = \frac{2257}{23,57}$$

$$n = 95,757$$

Setelah dilakukan perhitungan, total sampel yang didapatkan adalah 95,757 dimana angka tersebut dibulatkan menjadi 96, maka sampel yang dibutuhkan sebanyak 96 orang.

3.7. Perumusan Hipotesis

Hubungan antar variabel UTAUT 2 akan menentukan jawaban awal dari rumusan masalah, berikut konsep hipotesis dari penelitian ini :



Gambar 3. 2. Hipotesis Penelitian

H1 : *Performance Expectancy* berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.

H2 : *Effort Expectancy* berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.

H3 : *Social Influence* berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.

H4 : *Facilitating Condition* berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.

H5 : *Hedonic Motivation* berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.

H6 : *Habit* berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.

H7 : *Behavioral Intention* berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Use Behaviour* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.

H8 : *Facilitating Condition* berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Use Behaviour* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.

Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel moderasi yaitu Umur, Jenis Kelamin, dan Pengalaman. Berikut hipotesis pada moderasi :

1. *Age* memoderasi *Hedonic Motivation* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.
2. *Age* memoderasi *Habit* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.
3. *Age* memoderasi *Facilitating Condition* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.
4. *Age* memoderasi *Effort Expectancy* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram @kpknlbengkulu*.

5. *Gender* mempengaruhi *Social Influence* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram* @kpknlbengkulu.
6. *Gender* mempengaruhi *Hedonic Motivation* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram* @kpknlbengkulu.
7. *Gender* mempengaruhi *Habit* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram* @kpknlbengkulu.
8. *Experience* mempengaruhi *Effort Expectancy* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram* @kpknlbengkulu.
9. *Experience* mempengaruhi *Hedonic Motivation* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram* @kpknlbengkulu.
10. *Experience* mempengaruhi *Habit* yang berpengaruh secara positif dan *significant* terhadap *Behavioral Intention* pada akun *Instagram* @kpknlbengkulu.

3.8. Perumusan Kuisisioner

Pertanyaan berikut akan dijawab oleh sampel dan disebarikan secara *online* melalui *Google Form*.

Tabel 3. 1. Instrumen *Research Question*

No.	Variabel	Instrumen Pertanyaan	Referensi
1.	<i>Performance Expectancy</i>	Akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu memberikan informasi yang saya butuhkan mengenai Pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		Akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu memberikan informasi mengenai Pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu sehingga dapat meningkatkan efisiensi waktu dalam mencari informasi.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		Akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu memberikan informasi yang lengkap dan terpercaya mengenai Pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
2.	<i>Effort Expectancy</i>	Akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu memiliki	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)

		fitur yang dapat saya pelajari dengan mudah.	
		Akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu dapat saya akses dengan mudah.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		Pada akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu saya dapat berinteraksi (<i>like, comment, share</i> dan <i>save</i>) dengan mudah mengenai informasi yang ada.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
3.	<i>Social Influence</i>	Orang disekitar saya menyarankan saya untuk menggunakan akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu untuk mencari informasi terkait Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang di Provinsi Bengkulu.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		Orang disekitar saya menyarankan saya untuk	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)

		<p>mengikuti akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu untuk mencari informasi terkait Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang di Provinsi Bengkulu.</p>	
		<p>Jika orang terdekat saya mengunjungi akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu untuk mencari informasi mengenai pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu maka saya juga akan melakukan hal tersebut.</p>	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
4.	<i>Facilitating Conditions</i>	<p>Saya memiliki fasilitas yang diperlukan seperti <i>smartphone</i> untuk mengakses akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu</p>	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		<p>Saya memiliki pengetahuan dasar untuk mengakses akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu</p>	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)

		Saya dapat bertanya dan meminta bantuan kepada admin jika terdapat masalah dalam mengakses akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
5.	<i>Hedonic Motivation</i>	Mendapatkan informasi terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu dari mengakses akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu membuat saya senang.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		Mendapatkan informasi terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu dari mengakses akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu membuat saya nyaman.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		Mendapatkan informasi terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu dari mengakses akun <i>Instagram</i>	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)

		@kpknlbengkulu membuat saya puas.	
6.	<i>Habit</i>	Mengakses <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu adalah kebiasaan saya untuk mencari informasi terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		Saya merasa terbiasa mengakses <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu untuk mencari informasi terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu secara terus menerus.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		Saya harus mengakses akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu dalam mencari informasi terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
7.	<i>Behavioral Intention</i>	Saya berharap dapat mengakses akun <i>Instagram</i>	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)

		@kpknlbengkulu secara terus menerus ketika membutuhkan informasi terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu.	
		Dimasa yang akan datang saya akan selalu mengakses akun <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu dalam mencari informasi terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
8.	<i>Use behaviour</i>	Kapan pun dan di mana pun saya merasa senang saat mengakses <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu untuk mencari informasi terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu.	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)
		Saya selalu mengakses <i>Instagram</i> @kpknlbengkulu untuk berbagai keperluan	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)

		terkait pelayanan kekayaan negara dan lelang di Bengkulu.	
		Saya kerap mengakses akun <i>Instagram @kpknlbengkulu</i> .	(Arisona et al., 2023; Iskandar et al., 2020)

Para responden akan diberikan opsi jawaban dalam bentuk skala untuk setiap pertanyaan. Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai metode pengukuran. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat seseorang maupun kelompok terhadap suatu peristiwa atau fenomena sosial. Skala ini memiliki dua jenis pertanyaan, yaitu pertanyaan positif untuk mengukur skala positif dan pertanyaan negatif untuk mengukur skala negatif. Pada pertanyaan positif, skor yang diberikan adalah 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan pada pertanyaan negatif, skor yang diberikan adalah 1, 2, 3, 4, dan 5 (Pranatawijaya et al., 2019).

Berikut bentuk jawaban Skala *Likert* :

Tabel 3. 2. Skala Likert

Skor	Keterangan
1	Tidak Setuju
2	Kurang Setuju
3	Ragu-Ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

3.9. *Content Validity*

Content validity adalah Validitas isi dinilai melalui pengujian kelayakan dan relevansi isi tes melalui analisis rasional oleh panel profesional atau penilaian ahli (Vivi Herlina, 2017). Formulir Validitas Isi dirancang untuk membantu para ahli memahami isi instrumen penelitian dan juga formulir ini memungkinkan para ahli memberikan penilaian dan rekomendasi yang berguna tentang cara memperbaiki dan mengoreksi isi instrumen agar lebih sesuai dengan tujuan penelitian (Suryadi et al., 2023). *Content Validity* dapat disesuaikan dan membutuhkan minimal tiga ahli untuk panel penilaian (Wedhasmara et al., 2023). Dengan jumlah ahli tidak melebihi 10 orang (LYNN, 1986). Berdasarkan penjelasan di atas, tiga ahli berpartisipasi dalam tahap validitas konten penelitian ini. Nilai s-CVI akan dihitung menggunakan rumus coefficient validitas substantif berikut untuk menentukan penilaian penelitian yang relevan (Muhardi Saputra et al., 2021) :

$$C_{sv} = \frac{n_c - n_o}{N} \quad (3.2)$$

Keterangan :

N = jumlah anggota panelis yang menjawab “penting”

n = jumlah total panelis

Pada tahap validasi konten, **I-CVI (Item-Level Content Validity Index)** mengacu pada proporsi ahli yang memberikan skor relevansi sebesar 3 atau 4 untuk suatu item. **S-CVI (Scale-Level Content Validity Index)** merupakan rata-rata nilai I-CVI dari seluruh item dalam skala, atau dapat diartikan sebagai rata-rata proporsi

relevansi yang dinilai oleh para ahli. Sementara itu, **proporsi relevansi** adalah rata-rata skor relevansi yang diberikan oleh setiap ahli terhadap item yang ada (Yusoff, 2019). Menurut Puspitasari & Febrinita (2021), instrumen penelitian dapat dianggap relevan apabila memiliki nilai **S-CVI** minimal sebesar **0,83**.

3.10. Pilot test

Pilot test adalah langkah yang dilakukan untuk mengevaluasi dan menyempurnakan suatu instrumen dalam skala kecil, dengan tujuan menemukan masalah atau aspek yang perlu diperbaiki sebelum penerapan secara menyeluruh (Kovach et al., 2022). Pada tahap pilot test, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden, aplikasi SmartPLS digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitasnya (Gani et al., 2020).

3.11. Pengambilan data

Pengumpulan data penelitian akan dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut akun *Instagram* @kpknlbengkulu. Kuesioner akan dibuat secara online menggunakan *google form*. *Google Form* adalah aplikasi yang menggunakan template formulir atau lembar kerja untuk mendapatkan data pengguna (Anjani et al., 2021). Metode *snowball sampling* akan digunakan untuk menyebarkan pertanyaan; sampel akan dikirim secara bergulir dari responden ke responden lainnya (Nurdiani, 2014).

3.12. Analisis Data

Pada penelitian ini data akan diolah menggunakan SmartPLS sebagai aplikasi analisis data. Smart PLS atau Smart Partial Least Square adalah salah satu software yang dapat dimanfaatkan untuk menganalisis berdasarkan *Structural Equation Modeling* (SEM) (Harahap & Pd, 2016). *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan teknik analisis data multivariat generasi kedua yang dapat membantu peneliti dalam menguji hubungan antara variable (Marliana, 2019). Pada penelitian ini analisis akan dilaksanakan dengan 2 tahapan yaitu *measurement mode (outer model)* dan *structural model (inner model)*.

3.12.1. Measurement Model

Measurement Model pada SEM adalah untuk melihat hubungan antar variable laten dan indicator – indikatornya (Khairi et al., 2021). Dalam pemodelan persamaan struktural (SEM), bagian dari model menentukan bagaimana variabel laten, yang tidak dapat diamati secara langsung, berhubungan satu sama lain (Heinecke, 2011).

3.12.1.1. Uji Realibilitas

Dalam analisis faktor dan model persamaan struktural, uji reliabilitas mengasumsikan bahwa indikator atau item pengukuran dalam suatu skala mencerminkan atau merefleksikan konstruk yang mendasarinya. Dalam uji reliabilitas, konstruk (atau variabel laten) dianggap sebagai fenomena atau konsep yang tidak dapat diamati secara langsung tetapi dapat diukur melalui indikator yang menunjukkan atau merefleksikan aspek-aspek konstruk (J. Hair et al., 2022). Uji reliabilitas dapat

dikatakan reliabilitas apabila nilai *composite reliability* memiliki nilai lebih dari 0,7 (Ester et al., 2020).

3.12.1.2. Uji Validitas Konvergensi

Tujuan validitas konvergensi adalah untuk mengetahui seberapa besar korelasi antara variabel laten dan variabel manifes pada model pengukuran reflektif. Hasil uji dapat dianggap valid jika AVE lebih dari 0,5 dan beban luar lebih dari 0,7 (Ester et al., 2020).

3.12.1.3. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk mengetahui sejauh mana konstruk secara empiris berbeda dari konstruk lain dalam model struktural (Hair dkk., 2019). Namun penelitian dari Henseler dkk (2015) menunjukkan bahwa kriteria Fornell-Larcker tidak berkinerja baik, terutama ketika pemuatan indikator pada suatu konstruk hanya sedikit berbeda, sebagai gantinya, Henseler dkk mengusulkan rasio heterotrait-monotrait (HTMT). HTMT didefinisikan sebagai nilai rata-rata korelasi item di seluruh konstruk relatif terhadap rata-rata (geometris) korelasi rata-rata untuk item yang mengukur konstruk yang sama (Hair dkk., 2019).

3.12.2. Structural Model

Dalam model SEM, struktur model berfungsi untuk menjelaskan hubungan antara variabel eksogen dan variabel laten (Ginting, 2010).

3.12.2.1.R-Square

Nilai R-kuadrat membentuk tiga kategori variabel laten independen: nilai R-kuadrat 0,75 dianggap kuat, nilai R-kuadrat 0,50 dianggap sedang, dan nilai R-kuadrat 0,25 dianggap lemah (J. Hair et al., 2022).

3.12.2.2.Path Coefficient

Path Coefficient adalah bagian dari koefisien korelasi yang menilai pengaruh langsung suatu variabel prediktor terhadap variabel respon serta pengaruh tidak langsung dari variabel prediktor lainnya. Hubungan antar variabel dianggap berpengaruh jika nilai T statistik lebih dari 1.96 dan nilai P kurang dari 0.05 (Kalyan et al., 2017).

3.12.2.3.Multi Group Analysis

Untuk membandingkan model struktural antara berbagai kelompok, analisis multi kelompok (MGA) digunakan dalam PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling). Tujuan MGA dalam satu analisis adalah untuk menentukan apakah struktur model yang diusulkan (path model) berlaku secara konsisten di antara berbagai kelompok. Kelompok-kelompok ini dapat berbeda berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, atau bahkan lokasi geografis (Cheah et al., 2023).