

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

Metode penelitian kualitatif adalah proyek penelitian yang didasarkan pada pertanyaan naturalistik dan hasilnya tidak berasal dari metode komputasi statistik¹. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini merupakan pendekatan yang memungkinkan dilakukannya investigasi mendalam terhadap pengalaman konsumen melalui komentar daring pada aplikasi Tiktok *shop* dan bahwa desain penelitian seperti ini hanya cocok untuk metode kualitatif.

B. Instrument Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Nvivo 14 sebagai alat analisis penelitian dengan menginput review dan komentar konsumen di toko brand yang menjadi objek penelitian dan ulasan tersebut di input berdasarkan komentar di Tiktok *Shop*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain atau dari sumber tertulis. Data sekunder dapat berasal dari berbagai sumber, antara lain jurnal, website, dan data toko atau perusahaan.²

Ulasan pada toko tersebut menjadi sumber data utama peneliti

¹ Muh Andri, Syafaat Hamsari, and Hendi Yogi Prabowo, "Analisis Tren Penelitian Kualitatif Korupsi Di Bidang Ekonomi Menggunakan Content Analisis Nvivo," *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* 3, no. 2018 (2021): 253–68, <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art22>.

² Febriyanty Deasy, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif, Metodologi Penelitian Kualitatif*, vol. 53, 2018.

karena dari ulasan konsumen dapat dianalisis bagaimana persepsi konsumen terhadap produk *skincare* tersebut. Peneliti mengambil data berdasarkan 1200 ulasan dari tiga brand *skincare* halal yang memiliki volume penjualan tertinggi di platform tiktok pada 2 Februari 2025, Dimana dari masing-masing brand diinput 400 ulasan tahun 2024 - 2025. Tiga brand tersebut adalah The Originote, Glad2Glow, dan Skintific.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data mentah dari ulasan atau komentar pembeli berdasarkan pengalaman pembelian di aplikasi tiktok shop. Peneliti mengumpulkan ulasan tersebut berdasarkan produk terlaris dari tiga brand yang menjadi fokus penelitian. Peneliti mengumpulkan data secara manual dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Peneliti juga menyeleksi apakah ada kesamaan komentar atau komentar yang hanya menggunakan emotikon saja.

D. Teknik Analisis Data

1. Alat Analisis Perangkat Lunak NVivo 14

Analisis data dalam penelitian kualitatif menggunakan software NVivo14. NVivo adalah program CAQDAS. Program CAQDAS membantu peneliti kualitatif untuk mengumpulkan, mengatur, menganalisis, memvisualisasikan, dan melaporkan data mereka. Penamaan NVivo menunjukkan fungsi utama software untuk melakukan coding data dengan efektif dan efisien. NVivo adalah software analisa data kualitatif yang dikembangkan oleh Qualitative

Solution and Research. Dalam penulisan ini, penulis memilih menggunakan NVivo 14 sebagai alat analisa data.³

NVivo adalah software yang sangat krusial dalam bidang penelitian kualitatif. Aplikasi ini dibuat untuk mendukung peneliti dalam mengatur, menganalisis, dan menyajikan data kualitatif dengan cara yang efisien. Dengan kemampuannya dalam mengelola berbagai tipe data nonnumerik, NVivo memfasilitasi peneliti untuk menyusun informasi yang rumit dan beraneka. Dalam konteks ini, NVivo berperan tidak hanya sebagai alat analisis, tetapi juga sebagai platform yang mendukung seluruh rangkaian penelitian, dari pengumpulan data hingga penyajian hasil. Berikut tahapan analisis data melalui NVivo:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap krusial dalam penelitian yang mencakup pemilihan dan penyederhanaan data asli dari catatan lapangan. Tahapan ini dimulai sebelum data sepenuhnya terkumpul, berkaitan dengan kerangka konseptual dan perumusan masalah⁴. Dalam reduksi data, ada beberapa langkah yang dilakukan: (1) meringkas data, (2) melakukan pengkodean, (3) menelusuri tema, dan (4) mengelompokkan informasi. Langkah-langkah ini melibatkan seleksi ketat dan penataan pola yang lebih luas.

Aktivitas reduksi data meliputi transformasi hasil

³ Kerry Dhakal, "NVIVO FUNCTIONALITY," *Journal of the Medical Library Association* 110, no. 2 (2022): 270–72, <https://doi.org/10.5195/jmla.2022.1271>.

⁴ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (2019): 81, <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.

pengumpulan data menjadi konsep, kategori, dan tema. Pengumpulan dan pengurangan data saling berhubungan melalui proses pembentukan kesimpulan yang dinamis dan tidak linier. Tingkat kerumitan suatu isu ditentukan oleh analisis yang cermat. Glaser dan Strauss mengemukakan konsep komparasi konstan untuk menjamin kesesuaian antara data dengan konsep, kategori, dan teori. Gagasan ini juga krusial untuk menyelaraskan hasil penelitian dengan kondisi nyata di lapangan. Perbandingan yang konsisten berkontribusi untuk meningkatkan kepercayaan terhadap konsep yang dihasilkan.

Selanjutnya, Strauss dan Corbin menegaskan bahwa perbandingan konstan harus dilakukan selama pengumpulan serta analisis data. Dalam penelitian kualitatif, kedua aktivitas ini saling terhubung, sehingga peneliti perlu memahami dan melaksanakan perbandingan konstan sepanjang proses itu.

2. *Display Data*

Analisis data pasca pengumpulan data adalah langkah krusial dalam penelitian. Di tahap ini, peneliti secara aktif berpartisipasi dalam kegiatan presentasi atau tampilan (*display*) dari data yang telah diperoleh dan dianalisis. Peneliti kualitatif umumnya membuat teks naratif untuk menjelaskan hasil penelitian mereka. Tampilan berfungsi sebagai cara yang menyampaikan informasi secara terstruktur kepada pembaca. Dalam penelitian kualitatif, perhatian utama berada pada ucapan

dan perilaku seseorang dalam situasi tertentu. Konteks ini dianggap sebagai faktor penting yang berkaitan langsung dengan situasi yang diteliti, serta sebagai komponen krusial dari sistem sosial tempat individu berinteraksi, seperti lingkungan kelas, sekolah, departemen, perusahaan, keluarga, komunitas lokal, dan sebagainya.⁵

3. Menyusun Kode

Langkah kedua dalam analisis tematik adalah pengkodean, yang dapat disamakan dengan seorang pustakawan yang mengevaluasi topik buku atau pembaca yang mencari gagasan utama dalam paragraf. Kode bertindak sebagai tanda atau elemen dalam data yang berhubungan dengan pertanyaan penelitian. Peneliti perlu menetapkan bagian dari transkrip wawancara yang akan diberikan kode. Pemula sering mengkode semua data, yang wajar, sebab mereka akan memeriksa seluruh kode untuk menilai relevansi tiap-tiapnya.

Pengkodean dapat bersifat semantik, menggambarkan data secara langsung dengan kata-kata dari peserta, yang dikenal sebagai kode *in vivo*. Selain itu, peneliti dapat merancang kode yang menyampaikan arti yang tidak terlihat dalam data. Kode perlu ditulis dengan jelas agar peneliti dapat mengerti arti dari setiap ungkapan. Pemula biasanya memakai kode deskriptif, dan keterampilan pengkodean mereka akan berkembang dengan bertambahnya

⁵ Ibid.

pengalaman.

Meskipun pembuatan kode interpretatif lebih kompleks, hal yang lebih utama adalah sejauh mana kode tersebut relevan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian. Setelah melakukan pengkodean pada beberapa transkrip, peneliti disarankan untuk meninjau kembali data guna menilai pemakaian kode yang sudah ada atau membuat kode baru. Proses ini berakhir ketika seluruh data telah diubah menjadi kode dan kelompok kode dengan makna yang serupa disusun, lalu dinamai sesuai dengan kontennya.⁶

4. Analisis Tematik

Pada fase ini, peneliti mulai mengalihkan perhatian dari penelusuran kode ke penelusuran tema. Langkah ketiga dalam analisis tematik adalah mengidentifikasi tema yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Tema ini mencerminkan aspek-aspek penting yang terkandung dalam data, berkaitan dengan rumusan isu yang sedang diteliti. Tema itu menggambarkan pola dari fenomena yang menjadi subjek penelitian.

Walaupun kita menyebutnya pencarian tema, proses ini tidak mirip dengan seorang arkeolog yang menggali tanah untuk menemukan tema yang tersembunyi dalam data. Sebaliknya, proses ini lebih menyerupai seorang seniman yang menentukan cara untuk memahat batu yang ia miliki. Dalam konteks ini, batu itu diumpamakan sebagai data, sedangkan tema adalah karya seni yang

⁶ Heriyanto Heriyanto, "Thematic Analysis Sebagai Metode Menganalisa Data Untuk Penelitian Kualitatif," *Anuva* 2, no. 3 (2018): 317, <https://doi.org/10.14710/anuva.2.3.317-324>.

dihasilkannya. Peneliti yang menetapkan tema yang akan disampaikan berdasarkan data yang ada. Sama seperti seorang pematung yang bebas menentukan bentuk karyanya, peneliti juga diberikan hak untuk menginterpretasikan data guna membentuk tema-tema tersebut. Akibatnya, ini mengindikasikan seberapa beragam hasil yang dapat dicapai, tergantung pada imajinasi seniman atau pada pemahaman peneliti.

5. Simpulan

Analisis tematik merupakan salah satu teknik yang efektif untuk menganalisis data kualitatif, seperti data hasil wawancara mendalam atau wawancara semi-terstruktur yang diterapkan dalam penelitian ini. Metode analisis ini sangat sesuai digunakan ketika sasaran penelitian adalah untuk menjelajahi kenyataan yang terjadi dalam suatu fenomena. Dengan spesifik, analisis tematik diterapkan untuk menemukan pola-pola yang muncul dalam kejadian yang menjadi objek penelitian. Metode ini banyak digunakan dalam ilmu sosial serta studi di bidang perpustakaan dan informasi. Beberapa poin yang perlu diperbincangkan tentang aplikasi dan fitur Nvivo :⁷

1. Manfaat Utama NVivo

a. Organisasi Data yang Efisien

Salah satu kelebihan besar NVivo ialah kemampuan untuk mengimpor dan mengelola data dari berbagai sumber. Peneliti dapat

⁷ Priyanti Tri Endah et al., "PEMANFAATAN NVIVO DALAM PENELITIAN KUALITATIF," *Pemanfaatan NVIVO Dalam Penelitian Kualitatif*, 2020, 1–125, <https://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2021/10/b5-Pemanfaatan-NVIVO-dalam-Penelitian-Kualitatif.pdf>.

memperoleh data dari dokumen, artikel, catatan lapangan, hingga media sosial, yang sering kali menunjukkan tantangan tersendiri dalam pengaturannya. NVivo menawarkan perangkat untuk mengorganisir data tersebut secara teratur, sehingga memudahkan peneliti dalam mengakses dan menganalisis informasi yang dibutuhkan.

b. Triangulasi Data

Dalam penelitian kualitatif, pentingnya validitas dan reliabilitas temuan tidak bisa dipandang sebelah mata. NVivo memungkinkan peneliti untuk melakukan triangulasi, yakni verifikasi temuan dari berbagai sumber data. Dengan memanfaatkan beragam jenis informasi, peneliti dapat meningkatkan akurasi hasil penelitian dan memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik didukung oleh bukti yang kokoh.

c. Proses Koding yang Efisien

Koding merupakan tahap kunci dalam analisis kualitatif, dan NVivo menawarkan berbagai fitur yang mempercepat serta mempermudah proses ini. Peneliti dapat menandai segmen-segmen data yang relevan dengan kode tertentu, yang membantu dalam pengelompokan dan identifikasi tema. Selain itu, fitur auto-coding dalam NVivo juga memungkinkan peneliti untuk menghemat waktu, sehingga mereka dapat lebih fokus pada analisis yang lebih mendalam.

2. Presentasi Hasil Penelitian

a. Visualisasi Data

NVivo tidak hanya membantu dalam analisis data, tetapi juga mempermudah penyampaian hasil penelitian. Dengan berbagai fitur yang memungkinkan pembuatan grafik, diagram, dan tabel, NVivo memudahkan peneliti untuk menyajikan hasil temuan dengan cara yang jelas dan mudah dimengerti. Visualisasi ini sangat krusial, terutama ketika menyampaikan hasil kepada audiens yang lebih besar, seperti dalam seminar atau publikasi.

b. Pelatihan dan Penggunaan

Walaupun NVivo memberikan banyak kemudahan, peneliti harus menyadari bahwa untuk menggunakan perangkat lunak ini diperlukan pelatihan. Peneliti yang baru belajar analisis kualitatif mungkin menghadapi sejumlah tantangan di awal. Dengan demikian, buku panduan dan pelatihan yang terstruktur sangat diperlukan untuk memaksimalkan pemanfaatan NVivo. Dengan pelatihan yang sesuai, peneliti dapat dengan cepat memahami fitur-fitur NVivo dan menerapkannya dengan efektif dalam penelitian mereka.

3. Keunggulan Aplikasi dan Fitur Nvivo

a. Mengurangi Bias Peneliti

Salah satu tantangan terbesar dalam penelitian kualitatif adalah mengatasi bias yang berasal dari peneliti. NVivo hadir untuk mengatasi masalah ini dengan menawarkan sistem yang lebih terorganisir untuk analisis data. Dengan metode ini, peneliti bisa

meminimalkan dampak subjektivitas dalam penafsiran data, sehingga hasil studi menjadi lebih objektif dan bisa dipercaya.

b. Peningkatan Validitas dan Reliabilitas

Melalui sistematisasi data dan analisis yang terstruktur, NVivo berperan penting dalam meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Ini sangat penting untuk memastikan bahwa temuan yang dihasilkan dapat diterima oleh komunitas akademis. Peneliti pun dapat lebih yakin dalam menyampaikan hasil, karena data yang digunakan telah dianalisis dengan metode yang tepat dan transparan.

4. Kesimpulan

Secara keseluruhan, NVivo memberikan solusi komprehensif bagi peneliti kualitatif yang ingin meningkatkan efisiensi serta efektivitas dalam analisis data. Dengan memanfaatkan beragam fitur yang ada, peneliti dapat menyelami data secara lebih mendalam, menelusuri makna yang terdapat di dalamnya, dan menghasilkan temuan penelitian yang lebih berarti. Sejalan dengan perkembangan teknologi, NVivo terus diperbaharui untuk memenuhi kebutuhan peneliti dalam menangani kompleksitas data kualitatif di zaman sekarang. Pemakaian NVivo bukan hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai komponen vital dalam proses penelitian yang lebih komprehensif, yang memungkinkan peneliti untuk menghasilkan karya yang lebih berkualitas dan berpengaruh.

2. Uji Validitas

Validitas dalam riset kualitatif merujuk pada ketepatan dan

keyakinan hasil penelitian. Berbeda dengan penelitian kuantitatif, di mana keabsahan sering bergantung pada ketepatan pengukuran, validitas kualitatif berlandaskan pada otentisitas tafsiran dan kesesuaiannya dengan kenyataan partisipan. validitas diartikan sebagai langkah untuk memastikan bahwa hasil penelitian kualitatif yang tepat dan dapat dipercaya dari sudut pandang peneliti, partisipan, dan audiens.⁸ Akurasi instrumen (NVIVO 14) dalam penelitian ini sangat penting untuk menetapkan struktur yang ingin peneliti eksplorasi serta keterkaitannya dengan tujuan studi. Uji validitas berhubungan dengan suatu variabel yang menilai apa yang seharusnya dinilai. Dalam penelitian, validitas menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mencerminkan dengan tepat isi yang sedang diukur.⁹

Penelitian ini menggunakan penilaian validitas bersamaan dengan *Confirmability*. *Confirmability* dalam penilaian validitas menekankan sejauh mana temuan penelitian dapat ditentukan atau divalidasi sebagai objektif dan bebas dari bias peneliti. Dalam uji validitas *Confirmability* menyoroti sejauh mana data yang dikumpulkan selaras dengan analisis atau temuan yang diajukan oleh peneliti. Hal ini bertujuan untuk menjamin bahwa temuan yang dihasilkan tidak hanya mencerminkan perspektif atau interpretasi individu peneliti, tetapi didasarkan pada data yang dapat dipercaya, yang memungkinkan

⁸ Jeanne Marecek and Eva Magnusson, "Qualitative Inquiry," *Oxford Research Encyclopedia of Psychology*, no. October 2012 (2020): 37–41, <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190236557.013.485>.

⁹ Musrifah Mardiani Sanaky, "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah," *Jurnal Simetrik* 11, no. 1 (2021): 432–39, <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>.

validitasnya dikuatkan oleh peneliti lain. *Confirmability* digunakan untuk memvalidasi penelitian ini dengan menyelaraskan temuannya dengan penelitian sebelumnya yang relevan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi empat tema utama yang menjadi dasar analisis terhadap persepsi konsumen terhadap produk *skincare* halal di TikTok Shop. Tema pertama adalah Kecocokan Produk pada Kulit Konsumen, yang muncul dominan berdasarkan hasil pengkodean. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan aspek kehalalan, tetapi juga menilai sejauh mana produk sesuai dengan kondisi kulit mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat Kurniawan dan Hakimah yang menyatakan bahwa efektivitas produk sangat bergantung pada tipe kulit masing-masing individu.¹⁰ Ulasan mengenai efek seperti mencerahkan, melembabkan, atau memperbaiki skin barrier turut membentuk persepsi konsumen, terutama karena hasil dari penggunaan produk *skincare* halal cenderung tidak instan.¹¹ Temuan ini didukung oleh Sandira et al., yang menegaskan bahwa persepsi positif dibentuk secara bertahap melalui pengalaman penggunaan rutin yang memberi manfaat jangka panjang.¹²

Tema kedua adalah Harga dan Ketersediaan Promo, yang juga

¹⁰ Rizky Kurniawan and Ema Nurzainul Hakimah, "Kilisuci International Conference on Economics & Business Consumer Perspective On Osyin Glow Marketed Through Tiktok Shop Kilisuci International Conference on Economics & Business" 3, no. 76 (2025): 752–64, <https://doi.org/10.29407/kilisuci.v3i.6646>.

¹¹ Zulia Ika et al., "Kilisuci International Conference on Economic & Business Vol . 3 Year 2025 The Influence of Viral Marketing , Online Customer Reviews , and Price on Purchasing Decisions on Skintific *Skincare* Products in the Tiktokshop Kilisuci International Conference On" 3 (2025): 1573–85, <https://doi.org/10.29407/kscy4598>.

¹² Nur Fadilah Ayu Sandira et al., "Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di TikTok Shop: Peran Perceived Value, E-WOM, Dan Perceived Ease of Use Bagi Generasi Z," *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 10, no. 1 (2025): 73–83, <https://doi.org/10.36636/dialektika.v10i1.6462>.

banyak muncul dalam ulasan konsumen. Harga terjangkau, diskon, dan bonus produk menjadi alasan utama konsumen melakukan pembelian ulang. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Jocks et al. yang menyebutkan bahwa harga dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, khususnya di kalangan mahasiswa.¹³ Konsumen di TikTok Shop cenderung membentuk persepsi positif ketika mereka merasa mendapatkan nilai lebih dari produk yang dibeli melalui penawaran promo dan harga yang wajar.

Tema ketiga adalah Pengalaman Pembelian di TikTok Shop, yang mencakup faktor kepercayaan terhadap penjual, kredibilitas produk, serta informasi dari ulasan dan rating. Penelitian oleh Idham dan Sugeng menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi kemudahan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹⁴ Konsumen merasa lebih yakin melakukan transaksi jika informasi produk jelas dan penjual memiliki reputasi yang baik.¹⁵ Selain itu, pengemasan dan pengiriman juga menjadi bagian dari pengalaman yang memengaruhi persepsi. Penelitian lain menekankan bahwa pengemasan yang aman dan menarik, serta pengiriman yang cepat, menciptakan kesan positif dan

¹³ Reihart Jocks et al., "Investigating the Impact of Price and Promotion on Fashion Product Purchasing Decisions on TikTok Shop: A Case Study of Muhammadiyah Mamuju University Students Investigasi Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada TikTok," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 5 (2023): 6867–75, <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.3328>.

¹⁴ Idham Khalid and Sugeng Purwanto, "The Influence of Trust and Perception of Easy Purchasing Decisions on the Tiktok Shop Application (Study on Tiktok Social Media Users in Surabaya)," *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)* 3, no. 3 (2023): 880–89, <https://doi.org/10.53067/ije3.v3i3.214>.

¹⁵ Nurdiana Putri et al., "TikTok Shop: How Trust and Privacy Influence Generation Z's Purchasing Behaviors," *Cogent Social Sciences* 10, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2292759>.

menumbuhkan rasa aman, terutama dalam hal perlindungan data pribadi.¹⁶

Tema terakhir adalah Persepsi Efikasi dan Kualitas Produk. Konsumen membentuk persepsi positif terhadap produk ketika merasakan manfaat langsung dan kualitas yang sesuai harapan. Reni Fitria Nugraheni dkk. menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.¹⁷ Produk yang dinilai efektif, aman, bersertifikasi BPOM, dan halal dianggap lebih layak dikonsumsi secara berkelanjutan. Hal ini juga didukung oleh temuan Ari Dhotul Azizah yang menunjukkan bahwa kualitas dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, seperti pada kasus MS Glow yang dianggap memberikan hasil instan tanpa risiko.¹⁸ Keempat tema ini saling melengkapi dalam menggambarkan bagaimana persepsi konsumen terbentuk dari kombinasi antara kualitas, pengalaman, harga, dan nilai kehalalan dalam konteks pembelian melalui platform TikTok Shop.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan stabilitas hasil tes yang dievaluasi melalui penilaian berulang. Tingkat presisi yang tinggi menandakan

¹⁶ Satria Adi Nugraha and Bambang Widjanarko Otok, "How to Cite: Satria Adi Nugraha, et Al (2025). Actual Purchase on Live Streaming TikTok Shop: The Influence of Trust, Flow Experience, and IT Affordance ACTUAL PURCHASE ON LIVE STREAMING TIKTOK SHOP: THE INFLUENCE OF TRUST, FLOW EXPERIENCE, AND IT AFFORDA," *Eduvest-Journal of Universal Studies* 5, no. 1 (2025): 201–19, <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2292759>.

¹⁷ Reni Fitria Nugraheni, Sampurno, and Iha Haryani Hatta, "Analisa Citra Merek, Kualitas Produk, Perluasan Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan," *JRB-Jurnal Riset Bisnis* 4, no. 1 (2020): 13–26, <https://doi.org/10.35814/jrb.v4i1.1499>.

¹⁸ Ari Dhotul Azizah, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan *Skincare* MS Glow Di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk," *Jurnal Manajemen Dinamis* 1, no. 1 (2023): 17–26, <https://doi.org/10.59330/jmd.v1i1.8>.

bahwa tes menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan dari satu penilaian ke penilaian lainnya.¹⁹ Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi apakah suatu item atau pertanyaan dalam kuesioner mencerminkan suatu variabel atau konstruk. Uji reliabilitas mengukur seberapa konsisten suatu instrumen dapat memberikan hasil yang sama ketika pengukuran dilakukan beberapa kali.²⁰

Studi ini berfokus pada uji reliabilitas yang dirancang untuk memastikan bahwa pengkodean data kualitatif dilakukan secara konsisten dan andal, sehingga menghasilkan data yang valid dan kredibel.²¹ Hal ini meningkatkan kualitas dan keandalan penelitian kualitatif melalui perangkat lunak NVIVO dengan standar persentase *agreement* yang dimanfaatkan untuk memperlihatkan sejauh mana dua penilai sepakat dalam menilai suatu variabel.²²

Uji reliabilitas dalam konteks data nominal dilakukan untuk mengukur konsistensi atau kesepakatan antara dua penilai (judges) yang mengklasifikasikan unit ke dalam kategori tertentu yang bersifat kategori tanpa urutan. Cohen menekankan pentingnya membedakan antara kesepakatan yang terjadi karena memang ada kesamaan penilaian,

¹⁹ Jozo Grgic et al., "Test-Retest Reliability of the One-Repetition Maximum (1RM) Strength Assessment: A Systematic Review," *Sports Medicine - Open* 6, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.1186/s40798-020-00260-z>.

²⁰ Rezha Nur Amalia, Ragil Setia Dianingati, and Eva Annisaa', "Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi," *Generics: Journal of Research in Pharmacy* 2, no. 1 (2022): 9–15, <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>.

²¹ Reliabilitas Alat Ukur and Jenis-jenis D A N Faktor-, "Reliabilitas Alat Ukur, Jenis-Jenis Dan Faktor- Faktor Yang Mempengaruhinya" 9, no. 1 (2025): 77–86.

²² Jayawant N. Mandrekar, "Measures of Interrater Agreement," *Journal of Thoracic Oncology* 6, no. 1 (2011): 6–7, <https://doi.org/10.1097/JTO.0b013e318200f983>.

dengan kesepakatan yang mungkin saja terjadi secara kebetulan. Untuk mengatasi hal ini, Cohen mengembangkan Koefisien Kappa (κ) sebagai ukuran reliabilitas antar-penilai.²³ Penelitian ini menggunakan Statistik Kappa dimana ukuran kesesuaian antara dua variabel yang sering digunakan dalam menilai kesesuaian antarpemilai. Statistik ini mengukur kesesuaian yang teramati dan membandingkannya dengan kesesuaian yang diharapkan secara acak, dengan nilai antara -1 sampai 1, di mana 1 menunjukkan kesesuaian sempurna dan 0 berarti tidak ada kesesuaian atau independen.²⁴ Cohen juga menekankan bahwa pengujian signifikan terhadap κ secara statistik biasanya kurang informatif dibanding mengetahui seberapa besar nilai κ itu sendiri, karena yang lebih penting adalah sejauh mana kesepakatan itu cukup tinggi untuk dinilai reliabel secara praktis.²⁵

Tabel 3. 1

Presentase Agreement

No	Tema	Induk Coding	Anak Coding	Persentase Agreement
1	Kecocokan Produk pada Kulit Konsumen	Jenis Kulit	Kulit berminyak cocok	98,47%
			Kulit sensitif tidak iritasi	99,21%
			Kombinasi kulit tetap aman	98,86%
		Efek Penggunaan	Mengurangi bruntusan dan jerawat	97,82%

²³ Sang Yeon Kim et al., "Correcting Biased Cohen's Kappa in NVivo," *Communication Methods and Measures* 10, no. 4 (2016): 217–32, <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1227772>.

²⁴ Mandrekar, "Measures of Interrater Agreement."

²⁵ Cohen Jacob, "A Coefficient of Agreement for Nominal Scales," *Educational and Psychological Measurement* 20, no. 1 (1960): 37-46 ST-A coefficient of agreement for nominal, <http://epm.sagepub.com>.

			Melembabkan secara optimal	98,12%
			Menenangkan kulit iritasi	99,63%
		Konsistensi pemakaian	Sudah digunakan bertahun-tahun	94,10%
			Repurchase karena cocok	85,57%
			Tidak ganti merek sejak pertama pakai	94,11%
12	Harga dan Ketersediaan Promo	Harga Terjangkau	Di bawah 50 ribu	95,95%
			Murah untuk kualitas produk	96,01%
			Ramah di kantong pelajar	97,87%
		Diskon dan Promo	Buy 1 Get 1	98,45%
			Flash sale atau harga ambyar	96,64%
			Diskon saat campaign (10.10, 12.12, dll)	97,29%
		Nilai Tambah Produk	Bonus clay mask atau serum	98,47%
			Produk free dengan pembelian tertentu	97,11%
			Ukuran besar lebih hemat	99,21%
3	Pengalaman Pembelian di Tiktoshop	Pengemasan dan Pengiriman	Packing aman dan bubble wrap tebal	95,25%
			Pengiriman cepat dan tepat waktu	93,99%
			Barang sampai dengan selamat	91,45%
		Reputasi Toko	Langganan di toko yang sama	83,28%
			Seller Amanah dan responsif	96,89%

			Tidak pernah mengecewakan	88,80%
		Kredibilitas Produk	Produk asli dan ada segel barcode	98,72%
			Sudah BPOM dan expired lama	99,31%
			Real pict sesuai dengan produk	98,52%
4	Persepsi Efikasi dan Kualitas Produk	Tekstur dan Kenyamanan	Tekstur gel ringan	98,51%
			Tidak lengket dan cepat menyerap	90,52%
			Nyaman dipakai sebelum make up	95,93%
		Efek Perawatan	Mencerahkan wajah	98,40%
			Memperbaiki skin barrier	96,04%
			Mengurangi breakout atau jerawat	98,02%
		Loyalitas Pelanggan	Sudah beli ke-3, ke-4, hingga ke-8 kalinya	72,72%
			Tidak pernah berpaling ke produk lain	94,25%
			Produk andalan sehari-hari	89,13%

Sumber : Hasil Pengolahan Data NVivo

Dari data di atas, dapat dijelaskan berdasarkan Koefisien Cohen's Kappa yang diinterpretasikan sebagai berikut :²⁶

²⁶ Darmawan Baginda Napitupulu, "Studi Validitas Dan Realibilitas Faktor Sukses Implementasi E-Government Berdasarkan Pendekatan Kappa," *Jurnal Sistem Informasi* 10, no. 2 (2015): 71, <https://doi.org/10.21609/jsi.v10i2.388>.

Tabel 3. 2
Interpretasi Kappa

Kappa	Interpretation
>0	Poor Agreement
0-20%	Slight Agreement
21-40%	Fair Agreement
41-60%	Moderate Agreement
61-80%	Subtansial Agreement
81-100%	Almost Perfect Agreement

Sumber: *Sciencedirect.com*

Berdasarkan penjelasan Koefisien Kappa dari Cohen, jika reliabilitas uji berada di antara 81%-100% menunjukkan tingkat kesepakatan yang hampir sempurna. Nilai Kappa dalam rentang ini mencerminkan tingkat kesepakatan antarpemilai yang hampir sempurna. Ini menunjukkan bahwa perbedaan pandangan di antara pemilai hampir tidak ada, sehingga konsistensi penilaian sangatlah tinggi. Kondisi tersebut umumnya dapat tercapai jika kriteria evaluasi diterapkan dengan tegas dan para pemilai memiliki keahlian serta pengalaman yang cukup dalam bidang yang dievaluasi. Oleh karena itu, hasil evaluasi dapat dianggap sangat dapat diandalkan dan sah. Sebagian indikator dalam tabel di atas mencakup :

a. Kecocokan Produk pada Kulit Konsumen

- 1) Jenis Kulit : 98,84 %
- 2) Efek Penggunaan : 98,52 %
- 3) Konsistensi Pemakaian : 91,26 %

b. Harga dan Ketersediaan Promo

- 1) Harga Terjangkau : 96,61 %
- 2) Diskon dan Promo : 97,46 %
- 3) Nilai Tambah Produk : 98,26 %

c. Pengalaman Pembelian di Tiktokshop

- 1) Pengemasan dan Pengiriman : 93,56 %
- 2) Reputasi Toko : 89,65 %
- 3) Kredibilitas Toko : 98,85 %

d. Persepsi Efikasi dan Kualitas Produk

- 1) Tekstur dan Kenyamanan : 94,98 %
- 2) Efek Perawatan : 97,48 %
- 3) Loyalitas Pelanggan : 85,36 %

Hasil uji reliabilitas melalui uji Kappa Cohen menunjukkan bahwa koefisien yang dicapai untuk setiap indikator sangat tinggi, menunjukkan tingkat kesesuaian yang signifikan di antara para pembuat kode. Nilai Kappa Cohen yang mendekati 1, yang dicontohkan oleh indikator seperti Jenis Kulit (98,84%), Efek Pengguna (98,52%), dan Kredibilitas Toko (98,85%), menunjukkan bahwa proses pengodean reliabel dan interpretasi data para peneliti serupa. Nilai yang lebih besar dari 0,80, atau 80%, biasanya dianggap sangat baik dalam reliabilitas, sedangkan nilai yang berkisar antara 0,60 hingga 0,80 dianggap baik dan dapat diterima.

Dalam hal ini, indikator seperti Loyalitas Pelanggan (85,36%) dan Reputasi Toko (89,65%) menunjukkan reliabilitas yang kuat, meskipun sedikit lebih rendah daripada metrik lainnya, kemungkinan dipengaruhi oleh persepsi yang lebih subjektif atau fluktuasi skor ulasan. Meskipun demikian, semua indikator mencapai skor di atas 85%, menunjukkan bahwa alat pengkodean ini dianggap sangat andal dan valid dalam menangkap pandangan konsumen terhadap produk perawatan kulit halal di TikTok Shop. Hal ini membuktikan keandalan analisis kualitatif, yang menjamin hasil yang teliti secara akademis.

Uji coba ini bertujuan untuk menjamin bahwa hasil yang didapat dalam penelitian dapat diulang oleh peneliti lain, sehingga validitas hasil penelitian semakin diperkuat dan keyakinan terhadap hasil tersebut semakin meningkat. Karena itu, pengujian reliabilitas memiliki peran penting dalam memastikan kualitas dan akurasi informasi yang digunakan dalam studi ilmiah.



