

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan *reflexive thematic analysis* sebagai strategi utama untuk memahami pola makna dalam ulasan pengguna. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian bukan menguji hipotesis atau hubungan sebab-akibat, melainkan memahami bagaimana pengguna mengalami, menilai, dan memaknai layanan BYOND melalui bahasa yang mereka gunakan sendiri. Data ulasan diperlakukan sebagai pengalaman yang kontekstual sehingga peneliti perlu membaca keseluruhan data, membangun coding, meninjau pola, dan menafsirkan tema secara reflektif. Analisis sentimen digunakan sebagai analisis pendukung untuk memperlihatkan kecenderungan evaluasi positif dan negatif yang menyertai tema.⁴²

Pendekatan interpretatif digunakan karena makna ulasan tidak selalu dapat dipahami hanya dari kata yang muncul secara terpisah, tetapi perlu dilihat berdasarkan konteks pengalaman pengguna. Peneliti berperan sebagai instrumen utama yang membaca, membandingkan, dan menafsirkan pola pengalaman, sementara NVivo digunakan untuk membantu mengelola data dan menjaga keterlacakan proses coding. Reflexive thematic analysis juga memungkinkan peneliti menyadari bahwa tema merupakan hasil proses interpretasi, bukan fakta yang berdiri

⁴² John W Creswell and Cheryl N Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018).

sendiri di luar proses analisis. Dengan demikian, posisi peneliti, konteks data, dan hubungan antara tema dengan *Consumer Perceived Value Theory* dijelaskan secara terbuka dalam proses penelitian.⁴³

Reflexive thematic analysis digunakan karena penelitian ini membutuhkan proses bergerak dari data menuju pola makna sebelum hasil tersebut ditafsirkan menggunakan teori utama. Tahap analisis mencakup familiarisasi data, initial coding, pengembangan tema, peninjauan tema, pendefinisian tema, dan penyusunan narasi interpretatif yang didukung kutipan ulasan pengguna. *Consumer Perceived Value Theory* tidak digunakan sebagai kotak coding yang mengharuskan setiap ulasan masuk ke kategori tertentu sejak awal, tetapi digunakan untuk memperdalam pemaknaan tema yang telah berkembang dari data. Cara tersebut membuat penelitian tetap berangkat dari pengalaman pengguna sekaligus memiliki pijakan teoretis yang jelas.⁴⁴

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini tidak dilakukan pada lokasi fisik tertentu, melainkan pada platform digital Google Play Store, khususnya halaman ulasan aplikasi BYOND by BSI. Google Play Store dipilih karena menyediakan ulasan langsung pada halaman aplikasi Android dan memungkinkan pengguna menyampaikan pengalaman setelah menggunakan layanan. Pemilihan satu platform juga menjaga keseragaman konteks data, sedangkan App Store, media sosial, dan forum digital tidak digunakan karena

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

⁴⁴ Braun and Clarke, *Using Thematic Analysis in Psychology*; Sharan B Merriam and Elizabeth J Tisdell, *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*, 4th ed. (San Francisco: Jossey-Bass, 2016).

memiliki karakteristik pengguna serta mekanisme interaksi yang berbeda. Data penelitian mencakup ulasan yang dipublikasikan sejak 9 November 2024 sampai dengan 11 Agustus 2026.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini berupa ulasan pengguna aplikasi BYOND by BSI pada Google Play Store. Ulasan tersebut berisi pengalaman, penilaian, kritik, saran, maupun komentar pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi sehingga relevan dengan fokus penelitian mengenai persepsi pengguna. Data primer dipilih karena menggambarkan pengalaman langsung pengguna setelah menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Karakteristik data primer dalam penelitian ini meliputi:

- a. Berasal dari ulasan pengguna pada Google Play Store.
- b. Ditulis secara langsung oleh pengguna aplikasi.
- c. Menggambarkan pengalaman dan persepsi pengguna terhadap kualitas layanan.
- d. Berbentuk data teks yang dapat dianalisis menggunakan analisis tematik dan analisis sentimen.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang mendukung penelitian, antara lain:

- a) Buku metode penelitian kualitatif.
- b) Artikel jurnal ilmiah.
- c) Annual Report PT Bank Syariah Indonesia Tbk.
- d) Dokumen resmi Bank Indonesia.
- e) Dokumen resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
- f) Literatur mengenai Consumer Perceived Value, E-Service Quality, Mobile Banking, Analisis Tematik, Analisis Sentimen, dan NVivo.

Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori, mendukung interpretasi hasil penelitian, serta memberikan informasi yang relevan mengenai objek penelitian.

D Definisi Operasional

3. 1 Tabel Definisi Operasional

No	Konsep	Definisi Operasional	Indikator
1	Consumer Perceived Value Theory	Nilai yang dirasakan pengguna setelah memaknai manfaat, pengalaman, hubungan sosial, kebaruan, dan manfaat situasional yang muncul ketika menggunakan aplikasi BYOND by BSI.	Functional Value, Emotional Value, Social Value, Epistemic Value, Conditional Value sebagai lensa interpretatif
2	Functional Value	Pola pengalaman pengguna mengenai kemampuan aplikasi menjalankan	Keandalan Fungsi Sistem; Integritas Transaksi

No	Konsep	Definisi Operasional	Indikator
		kebutuhan perbankan secara efektif, mudah, cepat, dan dapat diandalkan.	Finansial; Verifikasi & Registrasi Akun; Keterbatasan Berbagi Bukti Transaksi; Kemudahan & Kecepatan Transaksi; Kemudahan Buka Rekening Digital; Integrasi Dompas Elektronik; Kemudahan Navigasi.
3	Emotional Value	Pola pengalaman mengenai perasaan puas, kecewa, aman, percaya, frustrasi, dan penilaian terhadap layanan.	Kekecewaan atas Migrasi; Ketidakpuasan Layanan Pelanggan; Frustrasi Pengaduan; Kepercayaan Berbasis Kesesuaian Syariah; Kepuasan/Ketidakpuasan Umum; indikator rating E3r.
4	Social Value	Pola pengalaman yang menghubungkan penggunaan BYOND dengan	Rekomendasi ke Orang Lain; Pengaruh

No	Konsep	Definisi Operasional	Indikator
		rekomendasi, keluarga/komunitas, dan citra sosial.	Keluarga/Komunitas; Citra/Gengsi Sosial.
5	Epistemic Value	Pola pengalaman yang menunjukkan kebaruan, eksplorasi fitur, dan pengalaman baru yang diperoleh pengguna.	Daya Tarik Fitur Emas & Investasi; Ketertarikan Desain Antarmuka Baru.
6	Conditional Value	Pola pengalaman yang muncul karena situasi, waktu, kondisi perangkat, atau kebutuhan tertentu.	Ketersediaan Sistem saat Dibutuhkan/Pemeliharaan; Ketergantungan pada Pengaturan Perangkat; Kebutuhan Mendesak/Kapan Saja.

Sumber : Sheth, Newman, and Gross, "Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values."

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Menurut Creswell dan Poth (2018), dokumen merupakan salah satu sumber data penting dalam penelitian kualitatif karena mampu memberikan informasi mengenai suatu fenomena tanpa

dipengaruhi oleh kehadiran peneliti. Pada penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan ulasan pengguna aplikasi BYOND by BSI yang dipublikasikan pada Google Play Store. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan dokumen pendukung berupa Annual Report PT Bank Syariah Indonesia Tbk., laporan Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta artikel ilmiah yang relevan sebagai data sekunder.⁴⁵

2. Observasi Nonpartisipan

Observasi nonpartisipan merupakan teknik pengumpulan data di mana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas subjek penelitian, melainkan hanya melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap halaman aplikasi BYOND by BSI pada Google Play Store dengan mengamati informasi mengenai jumlah unduhan, rating aplikasi, isi ulasan, serta karakteristik komentar yang diberikan oleh pengguna. Melalui observasi tersebut, peneliti memperoleh gambaran awal mengenai persepsi pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi.⁴⁶

3. Pengambilan Data Ulasan Google Play Store

Pengambilan data dilakukan dengan mengumpulkan ulasan pengguna aplikasi BYOND by BSI yang tersedia pada Google Play Store sesuai dengan periode penelitian yang telah ditetapkan. Seluruh ulasan yang memenuhi kriteria purposive sampling kemudian didokumentasikan ke dalam format Microsoft Excel sebelum diimpor ke perangkat lunak NVivo. Tahap ini bertujuan memudahkan proses

⁴⁵ Creswell and Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.

pengelolaan data, pengkodean (*coding*), analisis tematik, serta analisis sentimen sehingga hasil penelitian dapat diperoleh secara sistematis dan terdokumentasi dengan baik.

Prosedur Pengumpulan Data

1. Mengakses halaman resmi aplikasi BYOND by BSI pada Google Play Store.
2. Mengumpulkan ulasan pengguna sesuai periode penelitian.
3. Melakukan seleksi ulasan berdasarkan kriteria *purposive sampling*.
4. Menghapus data yang berupa spam, duplikasi, atau tidak relevan.
5. Menyusun data ke dalam Microsoft Excel.
6. Reflexive thematic analysis dalam penelitian ini mengacu pada tahapan Braun dan Clarke yang menempatkan peneliti sebagai pihak yang aktif membangun dan menafsirkan tema. Proses analisis dilakukan secara berulang sehingga pembacaan data, coding, peninjauan tema, dan interpretasi dapat saling memengaruhi. Tema reflektif A-F yang digunakan dalam codebook dikembangkan dari pola pengalaman yang berulang dalam ulasan, kemudian dihubungkan dengan konsep Consumer Perceived Value untuk memperjelas maknanya. Selain 16 tema reflektif A-F, terdapat enam indikator tambahan yang digunakan untuk menangkap pola rekomendasi, sosial, kepuasan umum, rating, dan kondisi penggunaan yang tidak sepenuhnya tercakup oleh tema reflektif awal.
7. Melakukan proses analisis data.

Peneliti membaca keseluruhan korpus ulasan secara berulang untuk memahami konteks, bahasa, dan variasi pengalaman pengguna sebelum menetapkan coding. Pada tahap ini, perhatian diarahkan pada pengalaman yang berulang, kontradiksi, keluhan, apresiasi, serta hubungan antara satu pengalaman dengan pengalaman lainnya. Familiarisasi juga dilakukan dengan memperhatikan konteks khas perbankan syariah, seperti penggunaan istilah syariah, amanah, halal, zakat, infak, sedekah, wakaf, dan kebutuhan layanan keuangan. Hasil pembacaan awal tersebut menjadi dasar untuk menyusun initial coding tanpa terlebih dahulu memaksa seluruh data mengikuti lima dimensi CPV.

1 Analisis Tematik

Initial coding dilakukan dengan menandai bagian ulasan yang mengandung makna pengalaman tertentu, kemudian memberikan nama kode yang dekat dengan isi data. Kode awal dapat berupa pengalaman seperti aplikasi keluar sendiri, transaksi mudah, saldo tidak sesuai, verifikasi sulit, fitur emas menarik, atau aplikasi tidak dapat digunakan saat pemeliharaan. Coding dilakukan secara multi-label karena satu ulasan dapat mengandung beberapa pengalaman yang berbeda dalam satu teks. Dengan cara tersebut, proses coding mempertahankan kompleksitas pengalaman pengguna sebelum tema yang lebih abstrak dibangun.

- a. *Familiarisasi Data*
- b. Kode-kode yang memiliki kemiripan makna kemudian dibandingkan dan dikelompokkan untuk menemukan pola pengalaman yang berulang. Pengelompokan dilakukan dengan mempertimbangkan kesamaan konteks,

arah pengalaman, dan hubungan antarperistiwa yang disampaikan pengguna. Dari proses tersebut berkembang tema reflektif A-F yang kemudian dioperasionalkan ke dalam 16 indikator utama dalam codebook. Setelah pola tersebut terbentuk, Consumer Perceived Value Theory digunakan untuk membantu menafsirkan mengapa pengalaman tersebut dapat dipahami sebagai nilai fungsional, emosional, sosial, epistemik, atau kondisional.

- c. Melakukan *Coding*
- d. Tema yang telah terbentuk ditinjau kembali dengan membandingkan tema terhadap kutipan ulasan yang mendukungnya. Peninjauan dilakukan untuk memastikan bahwa tema memiliki koherensi internal dan tetap mampu menjelaskan variasi pengalaman yang muncul dalam data. Tema yang terlalu luas dipertajam, sedangkan pengalaman yang memiliki makna berbeda tidak dipaksakan ke dalam tema yang sama hanya karena menggunakan kata yang serupa. Tahap ini penting untuk menjaga agar hasil penelitian tetap berangkat dari makna data dan bukan sekadar dari frekuensi kata.
- e. Mencari Tema
- f. Setiap tema kemudian diberi nama yang ringkas tetapi mampu menggambarkan makna pengalaman pengguna secara substantif. Nama indikator dalam codebook dibuat agar pembaca dapat memahami persoalan yang dibicarakan tanpa harus melihat seluruh data mentah. Sebagai contoh, pola tentang aplikasi yang sering gagal, lambat, atau tidak merespons

dirangkum sebagai Keandalan Fungsi Sistem, sedangkan pengalaman mengenai transaksi yang mudah dan praktis dirangkum sebagai Kemudahan & Kecepatan Transaksi. Penamaan tersebut kemudian ditempatkan pada dimensi CPV yang paling membantu menjelaskan makna tema.

- g. Meninjau Tema (Reviewing Themes)
- h. Tahap terakhir adalah menyusun hasil analisis dalam bentuk narasi yang menjelaskan apa yang ditemukan, bagaimana pengguna mengalaminya, dan apa maknanya bagi kualitas layanan BYOND. Narasi tidak hanya menyebut jumlah coding, tetapi menggunakan kutipan ulasan sebagai bukti empiris untuk memperlihatkan bentuk pengalaman yang dimaksud. Angka frekuensi digunakan sebagai konteks untuk menunjukkan seberapa sering suatu pola muncul, sedangkan penjelasan substantif digunakan untuk menerangkan mengapa pola tersebut penting. Dengan demikian, pembahasan diarahkan pada hasil yang dapat dipahami pembaca umum tanpa kehilangan hubungan dengan teori.
- i. Memberi Nama Tema (Defining and Naming Themes)
- j. Setiap tema diberi nama yang mampu menggambarkan isi dan makna dari kelompok data yang telah dikategorikan sehingga mudah dipahami dalam proses interpretasi.
- k. Penyusunan Laporan

1. Tahap terakhir adalah menyusun hasil analisis secara naratif disertai kutipan ulasan pengguna sebagai bukti empiris yang mendukung interpretasi peneliti.

2 Analisis Sentimen

Selain analisis tematik, penelitian ini menggunakan analisis sentimen sebagai teknik pendukung untuk membaca kecenderungan evaluasi pengguna terhadap tema yang ditemukan. Sentimen dikategorikan menjadi Negative, Moderately Negative, Moderately Positive, dan Positive berdasarkan konteks teks serta rating yang tersedia. Analisis sentimen tidak digunakan untuk menggantikan interpretasi tematik, tetapi untuk menunjukkan apakah pengalaman yang ditemukan cenderung dirasakan secara positif, negatif, atau berada di antara keduanya. Hasil sentimen kemudian dibandingkan dengan tema dan dimensi CPV untuk memperlihatkan hubungan antara apa yang dibicarakan pengguna dan bagaimana pengalaman tersebut dinilai.⁴⁷

- a) Kategori Negative menunjukkan ketidakpuasan atau masalah yang kuat, sedangkan Moderately Negative menunjukkan kritik atau kekecewaan yang masih bersifat sedang. Kategori Moderately Positive menunjukkan penilaian positif yang belum terlalu kuat, sedangkan Positive menunjukkan apresiasi atau pengalaman yang jelas menguntungkan. Kategori tersebut digunakan secara konsisten pada seluruh korpus sehingga hasil perbandingan antarindikator dapat dilakukan secara sistematis. Dalam interpretasi, sentimen tetap dibaca bersama konteks ulasan karena satu kata

⁴⁷ B Liu, *Sentiment Analysis and Opinion Mining* (Morgan & Claypool Publishers, 2012).

positif atau negatif tidak selalu mewakili keseluruhan pengalaman pengguna.

- b) Moderately Positive yaitu teks dengan kepositifan sedang (memuji atau menyukai sesuatu, tetapi tidak seintens kategori Positive).
- c) Sentimen Negatif, yaitu ulasan yang menunjukkan keluhan, ketidakpuasan, kritik, atau pengalaman kurang baik terhadap kualitas layanan aplikasi.
- d) Moderately Negative — teks dengan ketidakpuasan/kekecewaan yang tergolong sedang, kritik yang masih tergolong wajar.⁴⁸

Hasil analisis sentimen digunakan untuk memperkuat interpretasi hasil analisis tematik dengan menunjukkan arah evaluasi pengguna pada setiap tema. Perbandingan tersebut membantu membedakan antara tema yang sering muncul karena banyak pengguna mengalami masalah dan tema yang sering muncul karena banyak pengguna memberikan apresiasi. Misalnya, suatu aspek dapat memiliki frekuensi tinggi tetapi sentimennya cenderung negatif, sehingga frekuensi tidak boleh langsung ditafsirkan sebagai keberhasilan layanan. Dengan cara ini, hasil penelitian dapat menjelaskan bukan hanya apa yang paling banyak dibicarakan, tetapi juga apa yang paling dirasakan pengguna sebagai manfaat atau masalah.

3 Uji Kesesuaian Kategorisasi Sentimen dengan Cohen's Kappa

⁴⁸ Shalin Hai-Jew, "'Autocoding' through Sentiment Extraction and Analysis," dalam *Using NVivo: An Unofficial and Unauthorized Primer* (Los Angeles: Scalar, University of Southern California, 2014)

Uji Cohen's Kappa digunakan sebagai pemeriksaan kesesuaian antara kategori sentimen yang digunakan dalam penelitian dan kategori sentimen yang diturunkan dari rating bintang. Untuk keperluan pemeriksaan ini, rating 1 dipetakan menjadi Negative, rating 2 menjadi Moderately Negative, rating 3 menjadi Moderately Positive, sedangkan rating 4 dan 5 menjadi Positive. Karena 17.209 ulasan pada indikator E3r memang ditetapkan berdasarkan rating, perhitungan utama dilakukan pada 40.726 ulasan yang tidak bergantung pada assignment E3r agar pemeriksaan tidak sepenuhnya bersifat sirkular. Hasil perhitungan menghasilkan nilai Cohen's Kappa sebesar 0,892, sedangkan apabila seluruh 57.935 ulasan termasuk E3r dihitung, nilainya sebesar 0,875.

Nilai tersebut menunjukkan tingkat kesesuaian yang tinggi antara kecenderungan sentimen dalam teks dan kategori yang diturunkan dari rating. Namun, hasil ini diposisikan sebagai pemeriksaan konsistensi kategorisasi, bukan sebagai inter-rater reliability antara dua peneliti karena dataset tidak memuat pengodean independen dari penilai kedua. Keterbatasan tersebut penting dinyatakan agar nilai Kappa tidak ditafsirkan sebagai bukti bahwa coding telah diverifikasi oleh dua coder. Apabila penelitian lanjutan menggunakan dua coder independen, Cohen's Kappa dapat digunakan kembali untuk mengukur kesepakatan antar-coder secara langsung.

4. Penggunaan NVivo dalam Analisis Data

Dalam penelitian ini, perangkat lunak **NVivo** digunakan untuk membantu proses pengelolaan dan analisis data kualitatif. Menurut Bazeley dan Jackson, NVivo merupakan perangkat lunak yang dirancang untuk membantu peneliti dalam

mengorganisasi, mengkodekan, mengelompokkan, serta memvisualisasikan data kualitatif secara sistematis.⁴⁹ Adapun tahapan penggunaan NVivo dalam penelitian ini meliputi:

1. Mengimpor data ulasan pengguna ke dalam NVivo.
2. Melakukan proses *coding* terhadap setiap ulasan.
3. Mengelompokkan kode ke dalam tema-tema penelitian.
4. Mengklasifikasikan sentimen ke dalam empat kategori, yaitu positive, moderately positive, moderately negative, dan negative.
5. Menampilkan hasil analisis dalam bentuk visualisasi, seperti *word frequency*, *coding hierarchy*, *tree map*, atau *word cloud* untuk mendukung interpretasi hasil penelitian.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

⁴⁹ Patricia Bazeley and Kristi Jackson, *Qualitative Data Analysis with NVivo* (SAGE Publications, 2013).