

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah merubah pola hidup masyarakat secara besar besaran. Pada era ini perilaku kehidupan manusia dapat diterjemahkan dengan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) kemudian ditransformasikan dengan jutaan data. Diantara contoh *artificial intelligence* yang sekarang sedang dimanfaatkan adalah media sosial, *search engine*, aplikasi *streaming* musik, aplikasi transportasi *online*, *mobile banking*, dan aplikasi belanja *online*.

Ekonomi menjadi salah satu sektor yang merasakan dampak kemajuan ini. Berubahnya sistem jual beli dari konvensional menjadi serba *online* menjadi salah satu perubahan besar di bidang ini. Jual beli barang yang awalnya dilakukan secara temu langsung (*face to face*) antara penjual, barang dan pembeli, kini berubah menjadi bisnis transaksi jarak jauh dengan sistem pesan antar. Tanpa harus ke toko, masyarakat dapat membeli barang yang mereka butuhkan dengan jumlah dan jenis barang yang jauh lebih bervariasi. Tidak heran jika masyarakat berminat melakukan pembelian secara *online*.

Melansir dari situs databoks pada tahun 2021, Indonesia mencapai angka 36% penduduk yang melakukan pembelian secara *online*. Generasi milenial menyumbang angka yang cukup tinggi dalam pembelian *online*. Melansir dari DataIndonesia.id, hasil riset dari Kredivo dan Katadata Insight Center tahun 2021 menunjukkan pengguna *e-commerce* didominasi generasi Z dan milenial yang

berkontribusi terhadap 71%. Angka transaksi ini dilakukan konsumen dengan rentan usia 18 - 35 tahun (Harjayanti et al., 2020). Mahasiswa merupakan generasi milenial yang turut menyumbang angka besar dalam pembelian melalui *e-commerce*. Gaya hidup modern yang menginginkan segala sesuatu secara instan dan mengikuti tren dalam hal pakaian, makanan, serta teknologi menjadi beberapa faktor yang menyebabkan tingginya konsumsi mereka menggunakan media *e-commerce* (Sahanaya, 2021)

Tingginya peminat *e-commerce* memicu berbagai pihak untuk berlomba-lomba membuat situs yang memberikan pelayanan sama namun dengan penawaran berbeda dan lebih menarik untuk memikat pengguna. Hal ini selain menjadi keuntungan bagi pembeli karena memiliki pilihan yang cukup banyak untuk dibandingkan, namun juga menjadi tantangan tersendiri apabila pembeli tidak memiliki kemampuan menyeleksi informasi secara baik. Fisik barang yang berlokasi jauh pun membuat kualitasnya tidak dapat dipastikan oleh calon pembeli. Tujuan perkembangan teknologi yang pada mulanya untuk mempermudah semua orang dalam memenuhi kebutuhan menjadi cukup beresiko dengan meningkatkan angka ketidakpuasan bahkan kerugian apabila hasil pembelian tidak sesuai dengan keinginan.

Kepuasan sendiri merupakan perasaan senang atau sedih yang muncul setelah membandingkan hasil yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas ketika mereka mengetahui bahwa barang yang mereka beli merupakan barang yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan (Kotler dan Keller, 2007). Pada kasus *e-commerce* tidak jarang terjadi

ketidaksesuaian barang hasil pembelian dengan harapan pembeli. Alhasil pembeli pun dituntut untuk semakin handal dalam menggunakan dan menyeleksi informasi yang ada pada website *e-commerce*. Dalam hal ini kemampuan literasi informasi sangat diperlukan untuk memilah informasi sehingga pembeli dapat memperoleh barang sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Literasi informasi secara sederhana merupakan kemampuan untuk membaca, menulis, dan memahami informasi tekstual. Namun sebenarnya, ruang lingkup literasi informasi cukup luas. *American Library Association (ALA)* menyebutkan bahwa literasi informasi merupakan kemampuan yang diperlukan seseorang untuk mengenali kapan informasi diperlukan dan memiliki kemampuan menemukan, menilai, dan menggunakannya secara efektif informasi yang diperlukan (ALA, 1989). Literasi informasi merupakan keterampilan seseorang untuk menyadari kebutuhan informasinya, mengetahui letak sumber informasi yang mereka butuhkan, mengetahui strategi menelusuri informasi, dapat mengimplementasikannya dan mengkomunikasikannya (Himawan,2014).

Hal ini sejalan dengan model literasi informasi *The Big Six* yang dikemukakan oleh Michael B. Eisenberg dan Robert E. Berkowitz pada tahun 2003 yang menyebutkan bahwa literasi informasi memiliki enam (6) tahapan, diantaranya *task definition, information seeking strategies, location and access, use of information, synthesis, dan evaluation*

Dalam pembelian *online* melalui *e-commerce*, kemampuan ini sangat diperlukan agar dapat lebih selektif membeli barang sehingga memperoleh kualitas produk yang diharapkan. Tidak hanya kemampuan literasi digital untuk memahami

bagaimana menggunakan aplikasi maupun website *e-commerce* untuk mengetahui langkah dalam melakukan pembelian, namun juga diperlukan literasi informasi untuk memperkirakan terlebih dahulu barang apa yang akan dibeli, memilih situs atau aplikasi *e-commerce* mana yang menjual barang yang diperlukan, mempertimbangkan *review*, kualitas toko, pertimbangan harga, cara pembayaran dan pengiriman, hingga akhirnya memutuskan untuk membeli sebuah barang.

Dalam observasi sederhana yang dilakukan oleh penulis dengan melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dari beberapa program studi, mereka menyatakan bahwa melakukan beberapa pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli barang melalui *e-commerce*. Beberapa faktor yang menjadi pertimbangan mereka diantaranya adalah, harga, diskon, *review*, dan *rating*. Secara tidak langsung mereka telah menerapkan literasi informasi dalam memutuskan pembelian melalui *e-commerce*.

Peneliti juga mengajukan pertanyaan mengenai definisi literasi informasi dari beberapa mahasiswa. Dari observasi ini dapat diketahui bahwa mahasiswa dari berbagai program studi lain selain Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam menyebutkan bahwa definisi literasi informasi adalah kemampuan menulis, membaca, dan memahami bacaan. Namun disisi lain, mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam mendefinisikan literasi informasi lebih jauh yaitu mengetahui dan memahami kebutuhan informasi, mengakses informasi, mengumpulkan informasi, menyeleksi informasi, hingga menggunakan informasi.

Dari fenomena yang digambarkan dari latar belakang di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah literasi informasi berpengaruh terhadap

kepuasan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa melalui *e-commerce*. Serta untuk mengetahui bagaimana proses literasi informasi mahasiswa dalam membeli kebutuhan mereka melalui *e-commerce* untuk mendapatkan kualitas barang yang mereka harapkan.

B. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh literasi informasi terhadap kepuasan pembelian oleh mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam melalui *e-commerce* ?
- b. Bagaimana proses literasi informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam dalam melakukan pembelian melalui *e-commerce* ?

C. Tujuan

- a. Mengetahui pengaruh literasi informasi terhadap kepuasan pembelian mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam melalui *e-commerce*
- b. Mengetahui proses literasi informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam dalam melakukan pembelian melalui *e-commerce*

D. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Metode kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan fenomena secara menyeluruh dan kontekstual dengan mengumpulkan data langsung dari situasi alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrumen utama (Pridana dan Sunarsi, 2021). Sedangkan metode kuantitatif korelasional merupakan metode yang bertujuan untuk menacari hubungan dua variabel yang bersifat statistik (Ibrahim dkk, 2018). Metode kuantitatif dipilih karena penelitian akan

menguji kekuatan teori dalam menyelesaikan permasalahan mengenai kemampuan literasi dan kepuasan pelanggan. Penelitian juga akan dilakukan untuk menguji apakah kemampuan literasi memiliki korelasi positif ataukah negatif terhadap kepuasan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa melalui *e-commerce*.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

1) Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tepatnya pada Jl. Mayor Sujadi No. 46, Kudus, Plosokandang, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66221.

2) Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober 2023 sampai pada bulan Januari 2024.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan cakupan wilayah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017), populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup obyek/subyek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dari pengertian ini penelitian akan menggunakan mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung sebagai populasi penelitian.

Populasi ini akan diambil dari mahasiswa aktif Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam tahun 2023 sebanyak 500 mahasiswa.

Sample akan dipilih dari teknik probability sampling dengan sistem simple random sampling. Sugiyono (2017) menyebutkan bahwa *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel untuk penelitian melakukan pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan pertimbangan tertentu. Responden dari penelitian ini merupakan mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam dari UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pada penelitian ini penulis menentukan sampel menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Perkiraan tingkat *error* (10% atau 0,1)

Jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 500 mahasiswa aktif program studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam yang aktif di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung 2023. Data ini bersumber dari PDDikti (Pangkalan Data Pendidikan Tinggi). Penelitian menggunakan persentase kelonggaran atau eror sebesar 10% (0,1) dikarenakan jumlah populasi kurang dari 1000 orang, dengan jumlah perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

$$n = \frac{500}{1+500 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{500}{1+500 (0,01)}$$

$$n = \frac{500}{1+5} = \frac{500}{6} = 83,3$$

Dari hasil penghitungan, maka penulis akan menggunakan sampel sebanyak 83 responden yang diambil dari mahasiswa aktif program studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tahun 2023.

4. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari informasinya hingga mendapatkan kesimpulan (Sugiyono, 2017). Variabel penelitian dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel independen : variabel ini biasa disebut sebagai variabel bebas. Variabel ini adalah variabel yang menjadi sebab adanya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kemampuan literasi informasi (X)
2. Variabel dependen : variabel dependen merupakan variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel independen. Variabel ini biasa disebut terikat. Pada penelitian ini, variabel independen adalah kepuasan pembelian (Y)

5. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur fenomena yang diamati (Sugiyono, 2017). Instrumen pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan kisi kisi sebagai berikut :

Tabel 1.1 Kisi Kisi Instrumen

Variabel	Dimensi Pengukuran Variabel	Kisi kisi instrumen
		Mahasiswa telah menggunakan <i>commerce</i>
Variabel Bebas (X) : Literasi Informasi	<i>Task definition</i>	Mahasiswa menganalisa kebutuhan informasi sebelum melakukan pembelian
		Mahasiswa selalu mendefinisikan kebutuhan informasi sebelum melakukan pembelian
		Mahasiswa dengan jelas mengetahui barang/jasa apa yang butuhkan
		Mahasiswa memahami informasi apa yang dibutuhkan terhadap barang/jasa sebelum melakukan pembelian
	<i>Information seeking strategies</i>	Mahasiswa memperkirakan sumber informasi yang dapat memenuhi kebutuhan informasi terkait barang/jasa yang diinginkan sebelum melakukan pembelian
		Mahasiswa mencari beberapa sumber informasi referensi untuk mencari informasi terkait barang/jasa sebelum melakukan pembelian

	<i>Location and access</i>	Mahasiswa mengakses semua sumber informasi sebelum melakukan pembelian
		Mahasiswa merangkum semua sumber informasi sebelum melakukan pembelian
	<i>Use of information</i>	Mahasiswa membaca dan memahami sumber informasi tentang barang/jasa sebelum melakukan pembelian
		Mahasiswa mempertimbangkan bonus dan potongan pada setiap toko dalam <i>e-commerce</i> sebelum melakukan pembelian
	<i>Synthesis</i>	Mahasiswa menggabungkan seluruh informasi yang didapatkan sebelum melakukan pembelian
		Mahasiswa mengevaluasi informasi yang didapatkan sebelum melakukan pembelian
		Mahasiswa menggunakan informasi yang dikumpulkan untuk menentukan barang/jasa yang dibeli untuk melakukan pembelian
	<i>Evaluation</i>	Mahasiswa melakukan evaluasi terhadap hasil pembelian
		Mahasiswa mempertimbangkan efisiensi proses pembelian terhadap hasil pembelian
	Variabel Terikat (Y):	Harapan
Proses membandingkan		Mahasiswa membandingkan kualitas barang secara riil dengan ekspektasi pembelian

Kepuasan Pelanggan	Perasaan	Mahasiswa merasa senang menerima barang/jasa pembelian
---------------------------	----------	--------------------------------------------------------

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden dengan penyusunan indikator pertanyaan berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, untuk mengetahui tahapan proses literasi sesuai indikator literasi informasi menggunakan skala Likert

Jawaban dari instrumen skala ini nantinya akan memiliki rentang jawaban dari positif menjadi negatif, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 1.2 Alternatif Jawaban Angket

No	Simbol	Keterangan	Nilai
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

7. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas memperlihatkan ketepatan instrumen dalam mengukur apa yang perlu diukur (Sugiyono, 2017). Tidak jauh berbeda, Siregar (2014) menyatakan bahwa validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu instrumen atau alat mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas bertujuan untuk menguji konsistensi instrumen dalam mengukur suatu faktor. Instrumen yang valid memiliki arti bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan jenis uji validitas konstruk (*construct validity*). Validitas konstruk adalah jenis validitas yang berkaitan dengan kemampuan alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep (Siregar, 2014). Menurut pendapat Fraenkle dalam Siregar (2014) menjelaskan bahwa validitas konstruk dapat melakukan uji dalam cakupan cukup luas dikarenakan melibatkan banyak prosedur.

Berikut merupakan rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik validitas konstruk (*construct validity*) dengan rumus *Pearson Product Moment* (Siregar, 2014):

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

x = Skor variabel

y = Skor total dari variabel

Siregar (2014) menyebutkan bahwa hasil perhitungan menunjukkan instrumen akan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada perhitungan ini, r_{hitung} yang dihasilkan sebesar 1,729. Hasil lengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.3 Uji Validitas

Butir soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Butir soal 2	1,914	1,729	Valid
Butir soal 3	2,393	1,729	Valid
Butir soal 4	3,060	1,729	Valid
Butir soal 5	1,885	1,729	Valid
Butir soal 6	2,410	1,729	Valid
Butir soal 7	2,048	1,729	Valid
Butir soal 9	3,646	1,729	Valid
Butir soal 10	2,603	1,729	Valid
Butir soal 11	2,561	1,729	Valid
Butir soal 14	2,954	1,729	Valid
Butir soal 17	2,509	1,729	Valid
Butir soal 18	3,081	1,729	Valid
Butir soal 19	4,940	1,729	Valid
Butir soal 20	3,681	1,729	Valid
Butir soal 21	2,08	1,729	Valid
Butir soal 22	2,252	1,729	Valid

Butir soal 24	3,337	1,729	Valid
Butir soal 26	3,014	1,729	Valid

Sesuai dengan tabel 1.3 diatas menunjukkan bahwa dari 27 butir soal terdapat 9 butir soal yang tidak valid disebabkan karena nilai r hitung $< r$ tabel. Dari hasil ini peneliti menghapus 9 butir soal tidak valid sehingga menyisakan 18 soal valid yang kemudian disebarakan ke 83 sampel. Peneliti tidak mengganti pertanyaan yang tidak valid dengan butir soal baru dikarenakan pada setiap indikator teori, peneliti mengujikan lebih dari dua butir soal sehingga masih terdapat pertanyaan valid mewakili indikator yang dapat disebarakan.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, ketika diukur berkali kali akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan teknik uji reliabel *Internal Consistency*. *Internal Consistency* dapat digunakan dengan melakukan pengujian menggunakan alat ukur sekali uji. Pengujian ini terdiri dua teknik, yaitu *Alpha Cronbach* dan *Split Half Method*. *Split Half Method* merupakan metode perhitungan yang membagi subjek penelitian menjadi dua kelompok besar dan kemudian dilakukan tes. Penelitian metode *Split Half Method* dilakukan dengan menggunakan skala Guttman (Siregar, 2003).

Pada metode *Alpha Cronbach*, pengujian digunakan untuk mengukur sikap dan perilaku dan tidak menggunakan pilihan ‘salah’ atau ‘benar’. Pengujian ini menggunakan skala likert yang memiliki 5 (lima) pilihan jawaban diantaranya, (1) Sangat setuju, (2) Setuju, (3) Netral, (4) Tidak setuju, dan (5) Sangat tidak setuju (Siregar, 2014).

Penelitian ini menggunakan metode pengujian *Alpha Cronbach*, sehingga variabel akan dinyatakan reliabel apabila mencapai kriteria berikut (Siregar, 2013):

1. Jika *r-alpha* positif dan lebih besar dari r-tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika *r-alpha* negatif dan lebih kecil dari r-tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
 - a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka *reliable*
 - b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka tidak *reliable*

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan IBM SPSS *Statistic* 21 sebagaimana terlampir pada lampiran 3. Dalam Siregar (2014) disebutkan bahwa, instrumen penelitian yang dinyatakan reliabel ketika menggunakan teknik ini adalah apabila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$. Dari pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini sudah reliabel.

Tabel 1.4 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,827	27

Sesuai dengan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa hasil penghitungan *Cronbach Alpha* sebesar 0,827. Dapat disimpulkan bahwa hasil ini lebih dari 0,6 ($0,827 > 0,6$), sehingga diketahui bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah reliabel.

8. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017), kegiatan analisis data penelitian kuantitatif merupakan proses analisis setelah data dari seluruh responden dan sumber lain sudah terkumpul. Proses analisis data dari penelitian kuantitatif diantaranya adalah, pengelompokan data berdasarkan variabel, pengelompokan berdasarkan jenis responden, mentabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan dan mengajukan hipotesis. Dalam Siregar (2013) menyebutkan bahwa proses pengolahan data kuantitatif dilakukan sebagai berikut :

1. *Editing*, proses ini dilakukan dengan cara cek pengambilan sampel, cek kejelasan data, pengecekan kelengkapan isian, serta pengecekan keserasian jawaban
2. *Codeting*, merupakan proses pemberian kode data untuk membedakan data satu dengan lainnya
3. Tabulasi, yaitu penempatan dan pengelompokan data pada tabel

tabel yang diberi kode sesuai kebutuhan untuk meringkas data.