BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh antara *influencer marketing* di *platform* Tik Tok dan layanan gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian warga desa di Wiromartan pada Tik Tok Shop. Menurut Jaya (2020) penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang dapat menemukan suatu penemuan baru yang diperoleh dengan proses pengukuran secara statistik.

Adapun jenis penelitian kuantitatif ini berdasarkan cara pengolahannya yaitu menggunakan jenis penelitian pengaruh. Penelitian pengaruh memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Adanya penelitian ini, diharapkan mampu menjadi teori yang berguna untuk meramalkan, mengkontrol, dan menjelaskan suatu gejala (Jaya, 2020).

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1. Tempat

Dilaksanakan pada masyarakat desa Wiromartan, Kecamatan Mirit, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

3.2.2. Waktu

Penelitian ini dilaksanakan sesuai jadwal sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2022			
		Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Bab I				
2	Bab II				
3	Bab III				
4	Seminar Proposal				
5	Revisi Pasca Seminar Proposal				
6	Penelitian				
7	Bab I - V				
8	Sidang Skripsi				

Sumber: diolah peneliti (2022)

3.3. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Untuk mengetahui dengan jelas arah dan tujuan penelitian ini, maka diberikan definisi yang nyata dan akurat serta dapat diukur untuk menjelaskan kegiatan sebagai alat ukur variabel.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN

Tabel 3. 2 Operasional Variabel dan Variabel Penelitian

Variabel	**Definisi Operasional Variabel**	**Indikator**	**Skala Pengukuran**
Influencer Marketing di *platform* Tik Tok (X1)	*Influencer* merupakan individu yang memiliki pengaruh terhadap suatu pilihan pada orang lain. (Hennesy, 2018)	1. Daya Tarik 2. Kepercayaan 3. Keahlian 4. Keterjangkauan 5. Penghargaan (Sertoglu, dkk, 2014)	Skala *Likert*
Layanan Gratis Ongkos Kirim (X2)	Menurut Himayati (2008) ongkos kirim merupakan beban biaya yang dilekatkan pada suatu produk berdasarkan jumlah, berat, dan jarak pengiriman. Layanan gratis ongkos kirim adalah suatu pembebasan biaya pengiriman ketika konsumen melakukan pembelian secara *online*.	1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan 4. Tindakan (Evita Sari, 2020)	Skala *Likert*
Keputusan pembelian (Y)	Menurut Kotler & Amstrong (2014), Keputusan pembelian merupakan pengambilan keputusan oleh konsumen dengan cara melakukan proses membeli secara *real*, dan melewati tahapan dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi	1. Sesuai kebutuhan 2. Mempunyai manfaat 3. Ketepatan dalam membeli produk 4. Pembelian berulang	Skala *Likert*

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

	alternatif, keputusan, dan perilaku setelah keputusan	(Widokarti,2016)	

Sumber : diolah peneliti (2022)

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan perpaduan dari semua komponen sebagai peristiwa, benda atau individu yang memiliki kualitas komparatif yang menjadi titik fokus pertimbangan seorang peneliti karena dipandang sebagai target pemeriksaan untuk sebuah penelitian (Paramita, Daniar 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah warga Desa Wiromartan, Kecamatan Mirit, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Adapun populasi penelitian ini adalah mereka yang sudah pernah berbelanja dengan layanan layanan gratis ongkos kirim dan pernah tertarik membeli barang atau jasa karena efek *influencer* di *platform* Tik Tok pada fitur Tik Tok Shop.

3.4.2 Sampel

Menurut (Paramita, Daniar 2021) Sampel adalah subset dari populasi, yang terdiri dari beberapa individu dari populasi tersebut. Subset ini dipilih karena adanya fakta bahwa secara umum tidak mungkin bagi peneliti untuk mengambil data pada seluruh populasi. Dengan cara ini penelitian dapat berjalan menggunakan perwakilan sampel populasi. Pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya. Pemilihan teknik ini bertujuan untuk menentukan sampel yang sesuai dengan kriteria dibutuhkan dalam penelitian. Adapun pemilihan teknik sampel

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

tersebut karena mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi yaitu warga desa Wiromartan. Jumlah penduduk desa Wiromartan sebanyak 2.221 jiwa, dengan sasaran penelitian dari umur 17 – 30 tahun, rentan umur tersebut sebanyak 500 orang (sumber https:/ gis.dukcapil.kemendagri.go, 31 Desember 2021). Jika penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin maka dengan tingkat presisi untuk menentukan sampel yakni 10% karena populasinya dalam jumlah yang besar serta adanya keterbatasan waktu dan biaya.

Rumus Slovin :

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

Keterangan

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : kelonggaran apabila ada ketidaktelitian dalam pengambilan sampel

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{500}{1+500\ (0,1)^2} = 83,333$$

Total responden yang didapat adalah 83,333 atau dibulatkan menjadi 84 responden.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Sumber primer berasal dari teknik pengumpulan data melalui survei. Alat pengumpul data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Survei dilakukan dengan tanya jawab langsung, telepon, *whatsapp*, *google form* maupun dalam bentuk surat. Sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal, maupun literatur yang masih berkaitan dengan fenomena dalam penelitian ini.

Pengukuran skala dalam penelitian ini menggunakan model skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur perilaku, anggapan, dan pandangan seseorang atau kumpulan tentang kejadian dalam sebuah penelitian. Dengan skala *likert*, faktor yang akan diukur diubah menjadi *pointer* variabel. Indikator digunakan sebagai tahap awal untuk mengumpulkan instrumen yang dapat berupa penjelasan atau pertanyaan (Sugiyono, 2018).

Tabel 3. 3 Pengukuran Skala Likert

Jawaban	SS	S	R	TS	STS
Skor	5	4	3	2	1

Sumber : Sugiyono (2018)

Keterangan :

SS : Sangat setuju
S : Setuju
R : Ragu – ragu
TS : Tidak setuju
STS : Sangat tidak setuju

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

3.6. Teknik Analisa Data

3.6.1. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018), statistik deskriptif merupakan suatu analisis yang digunakan untuk menjelaskan suatu gambaran dan deskripsi suatu subjek pada penelitian secara nyata. Deskripsi ini dapat disajikan dalam berbagai bentuk seperti diagram, tabel, dan lainnya. Teknik ini terdiri dari berbagai macam perhitungan seperti standar deviasi, desil dan persentil, distribusi frekuensi, distribusi kuartil, tendensi sentral, dan sebagainya.

3.6.2. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat dalam penelitian untuk melihat tingkat kevalidan instrument alat ukur yang diajukan. Instrumen ini mampu mengukur apa diukur sesuai tujuan penelitian (Paramita, Daniar 2021).

2. Uji Reabilitas

Menurut Paramita, Daniar (2021) Reabilitas skala dicirikan sebagai sejauh mana siklus estimasi dibebaskan dari kesalahan (eror). Kualitas instrumen yang tak tergoyahkan terkait erat dengan tingkat presisi dan konsistensi. Sebuah skala seharusnya dapat diandalkan jika ia memberikan hasil yang sama ketika pengukuran dibuat berulang-ulang dan di bawah kondisi yang konsisten (sama).

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum menguji dugaan sementara, pengujian dilakukan pada fenomena yang dianggap menyimpang dari asumsi klasik. Dalam asumsi klasik ada uji coba yang harus diselesaikan.

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji salah satu asumsi mendasar dari suatu pengukuran. Uji ini akan memperlihatkan apakah variabel dependen dan independen terdistribusi secara normal, hanya mendekati normal atau tidak normal. Agar mengetahui data yang diteliti sesuai asumsi normalitas, dilakukan proses normalitas dengan ketentuan yaitu :

a. Asumsi dikatakan memenuhi normalitas apabila data menyebar disekitar daerah diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.
b. Asumsi dikatakan tidak memenuhi normalitas apabila data menyebar jauh dari sekitar daerah diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal.

2. Uji Multikolineritas

Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk mengetahui adakah hubungan antara variabel bebas. Harusnya pada uji yang baik tidak terdapat hubungan antar variabel bebas. Adanya hubungan antar variabel bebas menyebabkan susahnya menghasilkan ketepatan perkiraan penelitian. Hal tersebut dikarenakan munculnya multikolonieritas berdampak pada besarnya varian yang dihasilan. Multikolinearitas dapat dilihat berdasarkan pada hasil VIF (*variance inflation factor*), apabila hasil VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa hasil multikolinearitas lolos uji (Paramita, Daniar 2021).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat perbedaan varian dan residual dari setiap pengamatan yang dilakukan peneliti. Jika dianggap tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk melihat hasil uji ini menggunakan

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

grafik plot antara ZPRED (*standardized predicted value*/nilai prediksi variabel independen) dan SREID (*studentized residual*/nilai prediksi residualnya), ketentuannya adalah sebagai berikut :

a. Heteroskedastisitas dapat terjadi karena titik – titik yang terlihat terbentuk seperti suatu pola yang sistematis seperti adanya gelombang, leburan hingga menyempit.
b. Homoskedastisitas dapat terjadi jika tidak terdapat pola yang membentuk apapun dibawah dan diatas sumbu Y atau angka nol.

3.6.4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh korelasi antar variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel sehingga menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai alat analisa data.Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah *influencer marketing* (X1) dan variabel kedua layanan gratis ongkos kirim (X2). Sedangkan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

Dibawah ini merupakan persamaan regresi dari penelitian ini yang menggunakan dua variabel independen dan variabel dependen.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : keputusan pembelian
a : nilai konstan
b : koefisien regresi
e : standar eror
X1 : *influencer marketing*

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

X2 : layanan gratis ongkos kirim

3.6.5. Uji Hipotesis

Menurut (Paramita, Daniar 2021) Uji hipotesis dilakukan secara terukur kepada sampel, apakah yang menjadi hipotesis sesuai atau tidak. Hal tersebut terjadi karena adanya kesalahan pengambilan sampel (*sampling eror*) atau memang hipotesis yang dirancang dalam populasi sudah berbeda. Dapat dikatakan hipotesis berbeda jika menunjukan alfa (α) = misalnya 0,05.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk menghitung varian. Nilai koefisien determinasi ini berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Apabila nilai semakin besar berarti semakin besar pula variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Dan sebaliknya apabila nilai semakin kecil berarti kemampuan variabel bebas terbatas untuk menjelaskan variasi variabel terikat.

2. Uji Signifikansi (Uji T_{hitung})

Menurut Hardani, dkk, (2022) Uji T Digunakan untuk menghitung pengaruh antara variabel independen secara parsial (masing – masing) terhadap variabel dependen secara signifikan. Tingkat signifikan 5% (alfa (α) = 0,05) pada perhitungan uji T ini. Dalam memutusakan perhitungan uji T ini menggunakan dua cara yaitu :

a. Membandingkan nilai t_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan t_{tabel}

   1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya variabel X1 dan X2 (*influencer marketing* dan layanan gratis ongkos kirim) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya artinya variabel X1 dan X2 (*influencer marketing* dan layanan gratis ongkos kirim) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

b. Memakai angka probabilitas signifikan yang ditentukan.

1) Apabila probabilitas signifikan > 0,05, maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.

2) Apabila probabilitas signifikan < 0,05, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

3. Uji Signifikansi (Uji F_{hitung})

Uji F digunakan untuk menghitung adanya pengaruh variabel independen secara simultan (bersamaan) terhadap variabel dependen secara signifikan. Dalam memutusakan perhitungan uji F ini menggunakan dua cara yaitu :

a. Membandingkan nilai F_{hitung} masing-masing variabel bebas dengan F_{tabel}

1) Apabila Fhitung > Ftabel H0 ditolak H1 diterima, artinya variabel X1 dan X2 (influencer marketing dan layanan gratis ongkos kirim) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

2) Apabila Fhitung < Ftabel H0 diterima H1 ditolak, artinya variabel X1 dan X2 (influencer marketing dan layanan gratis ongkos kirim) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

b. Menggunakan angka probabilitas signifikan yang ditentukan.

1) Apabila probabilitas signifikan > 0,05, maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.

2) Apabila probabilitas signifikan < 0,05, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN