

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian *explanatory research* yang digunakan dalam jenis penelitian ini untuk mengetahui anatar variabel satu dan yang lainnya. Tujuan dari penelitian *explanatory research* bertujuan menguji hipotesis yang telah dihasilkan serta menjelaskan bagaimana variabel berhubungan satu sama lain (Sugiyono, 2018). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang berdasarkan pada sudut pandang positivism. Pendekatan ini dapat digunakan untuk mempelajari baik populasi maupun sampel, sampel yang diambil secara acak, berbagai teknik pengumpulan data seperti instrumen dan hipotesis yang ditetapkan oleh peneliti menggunakan analisis data statistik (Sugiyono, 2013).

Unit analisis pada penelitian menggunakan unit analisis individu, karena akan meneliti konsumen yang telah menggunakan Skincare The Originote secara individu. Dimensi waktu penelitian menggunakan *cross sectional* dimana data dikumpulkan pada suatu titik tertentu, maka dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang melakukan pengukuran pada seluruh variabel secara serentak diwaktu yang bersamaan. Untuk mengolah data menggunakan *software* SPSS versi 27.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yaitu wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk konsumen yang melakukan pembelian produk The Originote di TikTok Shop

dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan *Google formulir* sehingga dapat menjangkau banyak responden. Waktu dan rencana dalam penelitian yaitu:

Tabel 3.1 Waktu dan Rencana Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	BAB I						
2	BAB II						
3	BAB III						
4	Seminar Proposal						
5	Pengumpulan Data						
6	BAB IV						
7	BAB V						
8	Sidang Skripsi						

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016), definisi operasional ialah objek yang memiliki berbagai bentuk yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan dapat mengetahui tentang hal yang diteliti lalu diambil Kesimpulan.

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Live Streaming <i>Live Streaming</i> atau yang biasa disebut dengan pemasaran secara langsung melalui aplikasi <i>online</i> dengan interaksi <i>real-time</i> yang berkesan (Suhyar & Pratminingsih, 2023).	<i>Streamer credibility</i> (Kredibilitas Streamer)	<i>Streamer</i> tahu banyak tentang produk The Originote	Likert 1 – 5
		Menurut saya, saat melakukan siaran produk The Originote <i>streamer</i> mempunyai gaya siaran langsung yang menyenangkan	
	<i>Media richness</i> (Kekayaan media)	Fitur <i>live streaming</i> di TikTok shop dapat membantu saya melihat produk secara <i>real</i> (nyata)	
		<i>Live streaming</i> memudahkan saya dalam menyampaikan pesan sesuai kebutuhan dengan host ataupun penonton lain yang	

		menjadi rekan komunikasi saya	
		Kemudahan pengguna fitur <i>live streaming</i> di TikTok shop mempengaruhi saya dalam keputusan pembelian skincare The Originote	
		Deskripsi produk tersedia secara detail baik ukuran, kandungan, dan harga yang mampu mempengaruhi keputusan saya dalam membeli produk The Originote di <i>live streaming</i> TikTok shop.	
	<i>Interactivity</i> (Interaktivitas)	Streamer mempunyai kemampuan dalam menjawab pertanyaan secara spesifik dengan cepat dan efisien	
		Saya dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan lain dalam <i>live streaming</i> yang dilakukan produk The Originote	
		Interaksi pada fitur <i>live streaming</i> memudahkan saya untuk proses negosiasi dalam pembelian produk The Originote	
Brand Image <i>Brand Image</i> ialah suatu persepsi konsumen terhadap baik atau buruk suatu merek (Kotler & Keller, 2016).	<i>Strengthness</i> (Kekuatan)	Produk The Originote dikenal sebagai produk kecantikan yang bagus dan aman untuk kulit wajah saya	Likert 1 – 5
		Menurut saya produk The Originote memiliki harga yang terjangkau dibanding produk lainnya	
	<i>Uniqueness</i> (Keunikan)	Saya merasa bahwa citra merek The Oiginote unik	
		Menurut saya produk The Originote memiliki kandungan skincare yang berbeda dengan skincare lainnya	
	<i>Favorable</i> (Kesukaan atau keunggulan)	Saya menyukai merek The Originote	
		Citra Produk The Originote mudah diingat oleh saya	

Keputusan Pembelian Keputusan pembelian merupakan keputusan yang akan diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk dengan tahapan – tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2018)	Sesuai kebutuhan	Saya memilih untuk melakukan transaksi produk The Originote, karena skincare The originote sesuai dengan kebutuhan kulit saya	Likert 1 – 5
		Secara keseluruhan produk The Originote sangat mudah dicari di TikTok Shop	
	Mempunyai manfaat	Produk The Originote memiliki manfaat yang bagus pada kulit wajah saya	
		Saya melakukan pembelian produk The Originote karena produk The Originote sangat berarti bagi saya	
	Ketepatan dalam membeli produk	Saya merasa harga produk The Originote di TikTok shop sesuai dengan kualitas produk dan membuat saya tertarik melakukan pembelian	
		Saya senang melakukan pembelian produk The Originote di TikTok shop karena produk yang ditawarkan sesuai keinginan saya	
	Pembelian ulang	Saya berniat melakukan transaksi di TikTok shop terhadap produk The Originote di masa yang akan datang karena merasa puas terhadap transaksi sebelumnya	
		Saya akan melakukan pembelian kembali produk The Originote	

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu tempat luas yang mencakup subjek maupun objek dengan adanya sifat serta karakter yang dibuat oleh peneliti agar dapat diamati dan disimpulkan (Sugiyono, 2014). Populasi yang digunakan yaitu seluruh konsumen yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel digunakan untuk menggambarkan komponen populasi yang mencakup banyak sifat (Sugiyono, 2014). Untuk pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu dengan menentukan sampel melalui teknik *purposive sampling*. Menurut Suryani & Hendryadi (2015), tidak semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Pendekatan *purposive sampling* menurut Siregar (2014) peneliti memiliki kebebasan untuk seberapa besar ukuran sampel yang dibutuhkan untuk penelitian. Adapun kriteria yang telah ditentukan dalam penelitian yaitu:

- a) Pernah membeli produk The Originote di TikTok Shop minimal satu kali
- b) Berada di Daerah Istimewa Yogyakarta
- c) Memiliki usia > 18 tahun

Dengan kriteria di atas maka, populasi dalam penelitian tidak diketahui pasti jumlah respondennya, karena populasi yang dituju cukup besar dan jumlahnya bervariasi. Ukuran sampel sebaiknya berjumlah 100 atau lebih (Hair et al., 2010).

E. Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan yang spesifik kepada responden, dengan harapan responden dapat merespon pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti (Abdullah, 2015). Dalam pengumpulan data menggunakan teknik

data survei. Pengumpulan data survei ialah pengumpulan data primer yang memberikan pernyataan pada responden secara individu. Jenis penelitian ini menggunakan survei *Computer Deliver Survey* yang artinya penyebaran angket (kuesioner) melalui *google formulir*. Kuesioner ini akan diberikan kepada siapapun yang telah memenuhi kriteria yang ada pada *google form*. Kuesioner penelitian menggunakan skala *likert* 1 sampai 5 seperti tabel dibawah:

Tabel 3.3 Pengukuran Skala *Likert* 1 - 5

	Jenis Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas ialah pengujian dengan mengukur sejauh mana data yang telah diterima peneliti tersebut dinyatakan valid. Menurut Siregar (2011) uji validitas dapat memberi tahu peneliti seberapa baik suatu pernyataan untuk mengukur metrik yang diinginkan. Item pernyataan dapat dinyatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ untuk taraf signifikansi 5% dengan rumus $df=N-2$, dan item pernyataan dinyatakan tidak valid apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ (Ghozali, 2018).

2. Uji Reliabilitas

Digunakan agar dapat memastikan setiap kuesioner penelitian yang akan digunakan reliabel atau tidak. Menurut Siregar (2011) uji ini

dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten hasil dari pengukuran, jika pengukuran tersebut dilakukan berulang kali dalam menggunakan alat pengukuran yang sama dan masalah yang sama. Sehingga peneliti melihat dari nilai *Cronbach Alpha* untuk pengambilan keputusan. Menurut Ghazali (2011) pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas ialah instrument dapat dinyatakan reliabel apabila $CA > 60\%$ (0,6), namun dikatakan tidak reliabel jika instrumen nilai $CA < 60\%$ (0,6).

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna dalam menentukan nilai residual yang distandarisasi di model regresi sudah berdistribusi normal atau bahkan sebaliknya. Untuk itu peneliti menggunakan pendekatan *one sample Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat nilai asymp. Sehingga, apabila *Kolmogorov-Smirnov* bernilai lebih dari 0,5 ($>0,5$) dapat dikatakan berdistribusi normal, sedangkan apabila *Kolmogorov-Smirnov* bernilai kurang dari 0,5 ($<0,5$) dikatakan tidak normal (Ghozali, 2016).

b) Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk memprediksi keterkaitan antar variabel bebas dalam suatu penelitian dengan variabel independen lainnya dalam model regresi. Menurut pendapat Ghazali (2016), fungsi uji multikolinearitas adalah untuk memeriksa apakah terdapat korelasi antar variabel independent dalam model regresi. Jika

variabel bebas saling berhubungan dengan kuat atau sempurna, maka model regresi dapat terpengaruh. Sehingga, untuk melakukan pengujian ini dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Uji multikolinieritas terjadi apabila $VIF > 10$ atau tolerance value $< 0,10$, namun tidak terjadi multikolinieritas apabila $VIF < 10$ atau tolerance value $> 0,10$.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat varian dari residual seluruh observasi model regresi memiliki perbedaan atau tidak. Metode Glejser digunakan dalam uji ini, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi semua variabel independen $>$ nilai absolut residual dengan nilai 5% dan terdapat gejala heteroskedastisitas apabila variabel independen $<$ nilai absolut residual (Ghozali, 2011).

4. Metode Analisis Data

a) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dapat menunjukkan gambaran suatu kondisi dan karakteristik respon yang diberikan responden terhadap variabel yang diteliti. Tujuan dilakukannya analisis ini ialah agar dapat memberikan gambaran terkait variabel dalam setiap penelitian, dengan melihat nilai min, max, *mean* dan standar deviasi. Menurut Sugiyono (2015) analisis deskriptif adalah jenis statistik yang fokus mendeskripsikan data yang dikumpulkan sedemikian

rupa sehingga menghindari penarikan kesimpulan yang diterapkan untuk umum.

b) Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis apakah ada pengaruh secara parsial variabel independent terhadap variabel dependen. Menurut Agussalim (2015) analisis regresi linear berganda yang memiliki 2 bentuk persamaan dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

α = nilai konstanta

X_1 = *live streaming*

X_2 = *brand image*

b_1 = Koefisien *live streaming*

b_2 = Koefisien *brand image*

e = *residual error*

c) Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi ialah sebuah alat ukur dalam mengukur besarnya persentase variabel dependen yang dapat dijelaskan variabel independen (Ghozali, 2018). Sehingga, semakin besar nilai *r square*, semakin baik model regresi dalam menjelaskan variabel dependen.

5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi sementara yang dibuat agar dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Sugiyono, 2016).

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel pada taraf signifikansi 5%. Dapat dikatakan berpengaruh secara parsial apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai t-hitung $> t$ -tabel dan tidak berpengaruh apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau nilai t-hitung $< t$ -tabel (Ghozali, 2013).

b) Uji Simultan (Uji F)

Pengujian simultan dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersamaan variabel independen terhadap variabel dependen. Dapat dikatakan berpengaruh secara simultan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai F-hitung $> F$ -tabel dan tidak berpengaruh secara simultan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ atau F-hitung $< F$ -tabel (Ghozali, 2013).