

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Dalam penelitian akan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif akan digunakan dalam meneliti sampel dengan angka-angka yang didapatkan dari data nyata dan dapat terukur secara statistik untuk membuktikan kebenaran hipotesis (Sugiyono, 2016). Penelitian menggunakan data primer melalui proses yang didapatkan dari jawaban responden melalui survey secara *online* menggunakan kuesioner *google* formulir. Dalam penelitian akan memberikan bagian informasi perihal interaksi antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dalam melakukan penelitian. Pada penelitian ini menggunakan rancangan penelitian *explanatory*. Sugiyono dalam siregar (2019:4) mengatakan bahwa *explanatory research* merupakan penelitian dengan tujuan menjelaskan kedudukan variabel satu dengan variabel lainnya untuk diteliti. Pada penelitian ini dimensi waktu yang digunakan *cross sectional* dikarenakan penelitian ini dilakukan pada waktu tertentu. Pada penelitian ini unit analisisnya yaitu individu karena data didapatkan merupakan jawaban setiap individu.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### 1. Tempat penelitian

Tempat penelitian ditentukan di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya semua pengguna aplikasi Tiktok di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pengambilan data melalui penyebaran kuisisioner untuk mendukung penelitian.

## 2. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2024					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan judul						
2	Bab I-II						
3	Bab III						
4	Seminar Proposal						
5	Pengumpulan data						
6	Analisis data						
7	Penyusunan laporan						
8	Sidang skripsi						

### C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dengan adanya definisi operasional memberikan penjelasan, pengertian dan menyamakan pemahaman tentang variabel-variabel penelitian yang digunakan agar tidak menimbulkan perbedaan dan salah penafsiran dalam penelitian (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian akan ada tiga variabel yang dikembangkan mengenai keputusan pembelian konsumen. Sebagai variabel terikat/*dependent* (Y), keputusan pembelian (X1), *country of origin* (X2), *live streaming* sebagai variabel bebas/*independent*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui mengenai keputusan pembelian konsumen, berdasarkan variabel bebas dan terikat tersebut.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	<p><i>Country of origin</i> (X1)</p> <p>Cateora, Philip, &amp; Graham, 2007 dalam Sahim &amp; Lahindah, (2023)</p>	<p>Pendekatan penting dalam pengelompokan negara dalam hal permintaan pasar adalah kemampuan mereka untuk menggunakan dan mengambil manfaat dari teknologi.</p> <p>Negara asal dikenal karena keandalannya dalam menghasilkan produk tertentu. Seiring dengan semakin dipenuhinya lantai</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemajuan teknologi</li> <li>• Jenis produk</li> </ul>	<p><i>Likert</i></p>

		<p>produksi dengan robot dan sistem kontrol digital.</p> <p><i>Prestige</i> menjadi sebuah masalah yang bersifat relatif. Dikatakan demikian karena hal tersebut harus dikaitkan dengan kerhormatan atau wibawa yang didapatkan seseorang karena kemampuan memiliki berbagai macam hal terkait dengan kekayaan ataupun barang.</p> <p>Negara asal dikenal karena menghasilkan</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Prestige</i> atau gengsi</li><li>• Kualitas Produk</li></ul>	
--	--	---	---	--

	<p>produk yang berkualitas tinggi.</p> <p>Citra negara asal produk merupakan persepsi konsumen terhadap semua produk yang dihasilkan oleh suatu negara.</p> <p>Persepsi tersebut dapat berupa inovatif produk, <i>prestige</i> produk dan keandalan produk.</p> <p>Ketika merek memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai asal-usul produk mereka, konsumen lebih mudah untuk</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Citra negara asal</li> <li>• Transparansi informasi</li> </ul>	
--	---	---	--

		mengetahui <i>country of origin</i> dari produk tersebut.		
2	<i>Live streaming</i> (X2) (Mausul & Ma'mun, 2024)	<p>Koneksi internet harus stabil dan cepat untuk menghindari buffering atau putusnya sinyal saat <i>live streaming</i>.</p> <p>Penggunaan perangkat yang berkualitas baik seperti kamera, mikrofon, dan perangkat lunak <i>streaming</i> juga akan berdampak pada hasil akhir <i>live streaming</i>.</p> <p>Pencahayaan yang baik akan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koneksi internet</li> <li>• Kualitas perangkat</li> <li>• Pencahayaan</li> </ul>	<i>Likert</i>

		<p>meningkatkan kualitas visual pada <i>live streaming</i>.</p> <p>Audio yang jelas dan bersih juga merupakan faktor penting dalam <i>live streaming</i> agar audiens dapat mendengarkan dengan baik.</p> <p>Konten yang menarik dan relevan juga akan menarik perhatian penonton dan membuat mereka tetap terlibat dalam <i>live streaming</i>.</p> <p>Melibatkan penonton dalam <i>live streaming</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Audio yang baik</li>   <li>• Konten yang menarik</li>   <li>• Interaksi dengan penonton</li> </ul>	
--	--	---	---	--

		dengan berinteraksi, menjawab pertanyaan, dan memberikan <i>feedback</i> akan meningkatkan keterlibatan mereka.		
3	Keputusan pembelian (Y)  Kotler dan Keller (2009)	Menilai suatu produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan calon konsumen.  Pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar serta melihat lebih	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Attention</i></li>   <li>• <i>Interest</i></li> </ul>	<i>Likert</i>

		<p>seksama.</p> <p>Berkaitan dengan motif dan motivasi konsumen dalam membeli suatu produk. Pada bagian keinginan ini juga, calon konsumen mulai memikirkan dan berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul.</p> <p>Keinginan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Desire</i></li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Action</i></li> </ul>	

		produk yang ditawarkan.		
--	--	----------------------------	--	--

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi setidaknya mampu mewujudkan seluruh obyek maupun subjek ditinjau menggunakan ciri-ciri khusus sebagai tolak ukur yang diamati dan diambil suatu keputusan. Dalam penelitian memiliki populasi dari semua konsumen yang pernah melakukan pembelian melalui aplikasi TikTok dari semua masyarakat yang sedang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

##### 2. Sampel

Sampel penelitian menurut Sugiyono (2019) adalah bagian dari jumlah serta karakteristik sesuai dengan populasi. Pada penelitian akan menggunakan teknik *non-probability sampling* bahwa setiap individu tidak memiliki kesempatan yang sama besarnya untuk menjadi sampling dan metode yang digunakan ialah dengan *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu. Pada pengambilan sampel ini menggunakan kriteria sampel sebagai berikut:

- a) Memiliki aplikasi TikTok
- b) Pernah melakukan pembelian minimal 1 kali pembelian
- c) Sudah berusia minimal 17 tahun

d) Warga yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta

Karena populasi yang belum diketahui secara pasti, maka sampel dapat diambil menggunakan rumus Hair, *et al.*, (2018)

$$= (5 \cdot 10) \times$$

Keterangan:

n : Jumlah indikator

5 – 10 : Jumlah observer menurut Hair

k : Jumlah item indikator yang digunakan

$$= 10 \times 16$$

$$= 160$$

Berdasarkan perhitungan rumus Hair, *et al.*, didapatkan jumlah sampel minimum yang harus dipenuhi adalah 160 orang responden.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperuntukan guna mendapatkan sebuah informasi mengenai topik penelitian. Penelitian akan menggunakan teknik survei dengan alat bantu yaitu kuisioner yang sudah dibuat menggunakan *Google Formulir*. Metode pengumpulan data primer dengan membmerikan pertanyaan-pertanyaan responden individu sesuai dengan kriteria sampel penelitian yang sudah ditentukan. Skala *likert* diperuntukan mengukur reaksi subjek 5 poin utama, dimulai dari jawaban paling positif ke paling negatif. Skala *likert*

digunakan untuk menaksir persepsi individu maupun kelompok orang yang penggambaran sikap dan pendapatnya dituliskan dalam angka (Sugiyono, 2018).

Tabel 3.3 Pembobotan Skala *Likert*

No	Jawaban	Score
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ialah menggunakan metode *Struktural Aquation Modelling Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan perangkat lunak Smart PLS versi 4.0. Penggunaan PLS tidak didasarkan pada asumsi sehingga metode analisis cukup baik untuk digunakan dalam penelitian. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan hasil dengan cara memberikan penjelasan yang sesuai berdasarkan nilai hasil, agar lebih agar mudah dipahami maknanya (Sugiyono, 2018). Selain mengkonfirmasi teori atau membuktikan teori, PLS bisa digunakan sebagai alat untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten ada keterikatan atau tidak. PLS secara bersama

dapat digunakan untuk menganalisis struktur yang telah dibentuk oleh indikator formasional dan reflektif (Solihin & Ratmono, 2013). Meskipun pendekatan ini mereplikasi beberapa indikator variabel, akan tetapi memiliki kelebihan yaitu model dapat diestimasi menggunakan algoritma PLS standar (Sholihin & Ratmono, 2013).

### **1. Analisis Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa analisis deskriptif merupakan teknik analisis data dengan memberikan gambaran dari hasil data yang dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Pada analisis ini akan memberikan gambaran hasil data dari responden sesuai karakteristik penelitian ini seperti, jenis kelamin, usia dan pekerjaan responden.

### **2. Uji Validitas**

Uji validitas ialah uji yang dipakai sebagai alat instrument pada setiap pertanyaan dan setiap variabel diperuntukan sebagai penilaian apakah kuesioner yang dibuat sesuai atau valid. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaannya mengungkapkan apa yang akan diukur oleh kuesioner. Tahapan untuk pengujian yang akan dilakukan melewati beberapa uji validitas yaitu validitas muka, validitas konvergen dan validitas diskriminatif.

#### a) Validitas Muka

Validitas muka ialah menguji validitas yang didasarkan dengan penilaian secara sepintas mengenai isi dari alat ukur, sehingga *Face validity* merupakan salah satu dari jenis validitas yang paling rendah tingkat signifikasinya. Validitas muka dapat dikatakan sudah terpenuhi ketika isi dari alat ukur sudah diketahui sesuai dengan apa yang akan diukur. *Face Validity* (Validitas muka) diuji menggunakan penilaian para ahli. Sedangkan, penilaian validitas muka dalam penelitian ini adalah oleh dosen pembimbing.

#### b.) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen dianggap valid apabila *loading factor* memiliki nilai  $> 0,7$  dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE)  $> 0,5$  (Jogiyanto & Abdillah Willy, 2016).

#### c.) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Dalam SMART-PLS, pengujian validitas diskriminan dapat dinilai menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Validitas diskriminan dianggap baik dalam pengujian Fornell-Larcker jika akar dari AVE pada suatu konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi konstruk tersebut dengan variabel laten lainnya (Sekaran & Bougie, 2016).

### 3. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas mengacu pada prosedur yang sudah digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap apa yang diukur. Karena tidak hanya melihat dari hasil nilai faktor loading konstruk sebagai uji

validitas. Uji reliabilitas merupakan rangkaian atau susunan pengujian yang digunakan untuk mengukur dan menilai kekuatan dari semua jenis pernyataan. Dapat juga digunakan untuk mengukur atau menilai konsistensi atau ketetapan alat ukur. Penelitian dapat dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability*  $> 0,70$  (Jogiyanto & Abdillah Willy, 2016).

#### **4. Adjusted R-Square**

Menurut (Ghozali, 2018) *adjusted R-Square* digunakan untuk mengetahui besarnya nilai dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen dan sisanya merupakan bagian nilai dari variabel lain yang tidak termasuk di dalam model. Nilai *adjusted R-Squared* adalah 0 sampai 1, jika nilai mendekati 1 artinya variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen dan sebaliknya jika nilai mendekati 0 maka kemampuan variabel independen untuk memprediksi variabel dependen sangat terbatas.

#### **5. Uji Model Penelitian**

Uji kecocokan model *Goodness Of Fit* merupakan pengujian hipotesis bertujuan untuk mengungkapkan kelayakan model. Model fit apabila nilai SRMR  $< 0,10$  berarti diterima (Jogiyanto & Abdillah Willy, 2016)

#### **6. Uji Hipotesis Penelitian**

Analisis SEM dengan menggunakan Smart PLS dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Selain SEM bisa sebagai alat untuk mengkonfirmasi teori, SEM bermanfaat juga dalam menjelaskan atau

menelaah bahwa antara variabel laten itu memiliki hubungan atau tidak. Pengujian pada hipotesis dapat dilakukan dengan melihat pada nilai perhitungan path coefisien yang terdapat pada pengujian inner model kemudian dibandingkan dengan hipotesis pada penelitian. Hipotesis dapat diterima apabila p-value lebih dari 0,05 ( Jogiyanto & Abdillah Willy, 2016)

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
PERPUSTAKAAN  
YOGYAKARTA