



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yaitu *explanatory research*. Metode *explanatory research* digunakan untuk uji atau menganalisis hasil penelitian hipotesis atau teori untuk mengetahui dan memperkuat hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti (Sobandi & Somantri, 2020). Metode pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan dalam bentuk angka-angka yang bermakna pada penelitian sebelumnya (Lahagu et al., 2023). Kuantitatif digunakan berdasarkan jumlah populasi menggunakan instrument penelitian sebagai pengumpulan data sehingga dapat menguji hipotesis (Sugiono, 2019).

Data yang digunakan yaitu merupakan data primer dan data sekunder. Data primer sebagai pengumpulan data didapatkan melalui informasi sedangkan data sekunder yaitu data didapatkan dari dua sumber yaitu buku dan jurnal nasional dan internasional. Dimensi waktu pada penelitian ini menggunakan *cross section*. Dimensi *cross section* digunakan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data dari hasil penelitian dalam satu waktu melalui penyebaran kuesioner menggunakan media *google form*. Penelitian menggunakan unit analisis individu pengguna TikTok Shop yang melakukan minimal 1 kali pembelian di TikTok Shop.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta dengan waktu dilakukan pada bulan April hingga bulan Juni 2024.

Berikut gambar tabel waktu penelitian yang dilakukan :

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Febuari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Penulisan Proposal						
2	Seminar Proposal						
3	Revisi Proposal						
4	Pelaksanaan penelitian						
5	Pengumpulan data						
6	Analisis data penelitian						
7	Penulisan Bab IV dan Bab V						
8	Ujian Pendadaran						

C. Definisi Operasional

Berikut merupakan gambaran definisi variabel penelitian pada bentuk tabel sebagai acuan dalam penelitian ini :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kepercayaan Kepercayaan merupakan transaksi yang dilakukan oleh seseorang melalui penilaian terhadap situs yang akan digunakan agar sesuai harapan (Amin, 2020).	Kejujuran penjual dalam bertransaksi	1. TikTok Shop dapat menjaga kerahasiaan data.	Skala Likert
		2. Produk yang dijual TikTok Shop sesuai dan dipercaya.	
		3. Informasi di TikTok Shop dapat dipercaya	Skala Likert
	Tanggungjawab penjual kepada pembeli.	1. Pelayanan yang diberikan TikTok Shop sangat baik.	Skala Likert

Kepercayaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keyakinan konsumen terhadap e-commerce TikTok Shop sebagai layanan berbelanja online yang dapat dipercaya dalam melakukan transaksi sesuai harapan konsumen.		2. TikTok Shop cepat merespon keluhan dari penggunannya.	
		3. TikTok Shop memberikan jaminan transaksi keamanan.	
	Perusahaan mempunyai reputasi yang baik.	1. TikTok Shop dapat mengamankan transaksi pelanggan dari gangguan pihak lain.	Skala Likert
		2. Penjual TikTok Shop konsisten menjual produknya.	
		3. Reputasi website TikTok Shop dapat dipercaya.	
Kemudahan Kemudahan merupakan metode-metode untuk mempermudah konsumen terhadap teknologi yang bebas dari usaha yang dilakukan. (Karinina & Rustam, 2023).	Mudah dipelajari	1. Metode penggunaan TikTok Shop tidak sulit untuk dipelajari	Skala Likert
		2. Cara belanja TikTok Shop mudah dipelajari	
Kemudahan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemudahan untuk konsumen menerima informasi tentang produk yang dibutuhkan dan	Mudah untuk mengendalikan	1. TikTok Shop mudah untuk mengontrol dan melihat saldo pembayaran transaksi.	Skala Likert
		2. Waktu transaksi TikTok Shop relative singkat dan mudah.	
	Jelas dan mudah dimengerti	1. Cara penggunaan fitur TikTok Shop mudah dimengerti	Skala Likert
		2. Desain TikTok Shop terlihat jelas dan dapat dimengerti.	

kemudahan pada saat melakukan transaksi melalui cara pembayaran yang disediakan layanan TikTok Shop.	Fleksibel	1. Pembayaran TikTok Shop dapat menggunakan berbagai merchant.	Skala Likert
		2. Penggunaan TikTok Shop tidak terikat oleh waktu.	
	Mudah digunakan	1. TikTok Shop mudah diakses dalam mencari merek dan penjual.	Skala Likert
		2. Fitur TikTok Shop memudahkan belanja online.	
Promosi Promosi merupakan strategi yang dilakukan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan kepada konsumen dengan tujuan untuk mempengaruhi dan menyakinkan konsumen sehingga terjadi adanya transaksi antara kedua pihak (Dimas et al., 2023).	Pesan Promosi	1. Pesan promosi TikTok Shop mudah dipahami.	Skala Likert
		2. Pesan yang dilakukan TikTok Shop sudah sangat baik.	
	Media Promosi	1. Promosi TikTok Shop melalui media elektronik dan media sosial.	Skala Likert
2. TikTok Shop menggunakan berbagai media sebagai tempat promosinya.			
Promosi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kegiatan dilakukan untuk mengkomunikasikan manfaat produk sehingga dapat menyakinkan	Waktu Promosi	1. Promosi penjualan TikTok Shop dilakukan di hari-hari tertentu	Skala Likert
		2. Durasi promosi TikTok Shop melalui berbagai media.	

minat konsumen untuk menggunakan layanan belanja online TikTok Shop.	Frekuensi Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah promosi TikTok Shop melalui berbagai media. 2. Banyaknya produk baru TikTok Shop memotivasi untuk membeli. 	Skala Likert
<p>Keputusan Pembelian</p> <p>Keputusan pembelian merupakan langkah konsumen menentukan keputusan benar-benar akan membeli (Amin, 2020).</p> <p>Keputusan pembelian dalam penelitian ini didefinisikan sebagai keyakinan konsumen untuk menggunakan layanan TikTok Shop sebagai media berbelanja online.</p>	Sesuai Kebutuhan	<ol style="list-style-type: none"> 1. TikTok Shop dapat memenuhi kebutuhan untuk memutuskan berbelanja. 2. Produk TikTok Shop sesuai dengan kebutuhan. 3. Toko online TikTok Shop sangat mudah untuk mencari barang yang dibutuhkan. 	Skala Likert
	Mempunyai Manfaat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi promo TikTok Shop dapat memberikan manfaat pembelian. 2. Produk TikTok Shop memberikan manfaat bagi pelanggannya. 	Skala Likert
	Ketepatan dalam pembelian produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. TikTok Shop dapat menyakinkan untuk melakukan pembelian produk. 2. Produk dan jasa TikTok Shop sesuai kebutuhan yang diinginkan. 	Skala Likert
	Pembelian berulang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk TikTok Shop dibeli hingga masa mendatang. 	Skala Likert

		2. Kegiatan pembelian kembali produk TikTok Shop.	
		3. TikTok Shop sebagai rekomendasi pembelian produk.	

D. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu generasi dari subjek yang mempunyai karakteristik pada populasi sebagai dasar pengambilan sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan populasi pada masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah berbelanja di TikTok Shop (Agustina et al., 2019). Menurut (Nurmanah & Nugroho, 2021) sampel merupakan jumlah karakteristik yang terdapat pada populasi.

Peneliti menggunakan teknik *Non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* untuk pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Sugiono, 2019). Sampel pada penelitian ini yaitu berdasarkan pada kriteria pelanggan pernah berbelanja di aplikasi TikTok Shop. Penelitian menggunakan 100 responden, Hal ini berdasarkan pada pendapat perhitungan sampel menggunakan rumus Wibisono karena jumlah populasi yang tidak diketahui. Adapun rumus Wibisono yaitu :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai keyakinan sebesar 95% maka nilai Z 0.05 adalah 1,96

σ = Standar deviasi populasi = 0,25%

e = Tingkat kesalahan 5%

Sehingga jumlah sampel yang digunakan dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1.96)(0.25)}{0.05} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{0.49}{0.05} \right)^2$$

$$n = 9.8^2$$

$$n = 96.04 = 100$$

Maka nilai sampel sebesar (n) 96.04 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan teknik survei dengan metode kuesioner melalui *google form*. Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan dibuat peneliti ditujukan kepada responden sebagai metode untuk mengumpulkan data penelitian. Untuk mendapatkan data valid dan relevan penelitian ini menggunakan data primer, Data primer yaitu data didapatkan melalui penyebaran kuesioner mengenai variabel independent terhadap variabel dependen.

F. Teknik Analisis Data

Menggunakan skala likert agar mendapatkan wawasan yang mendalam terhadap pendapat responden secara lebih rinci melalui pengukuran berdasarkan data yang sudah dikumpulkan.

Skala likert terdiri dari lima kategori sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Skala Likert

No	Keterangan	Skala
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik regresi linier berganda sebagai pengolahan data melalui uji *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) dengan menggunakan beberapa uji diantaranya :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan agar dapat memberikan penjelasan deskriptif terhadap subjek pada data yang didapatkan dari subjek tertentu (Indriawan & Santoso, 2023). Data yang digunakan merupakan data yang berdasarkan pada kriteria penelitian yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan rata-rata penghasilan. Data statistik deskriptif digunakan agar dapat mendeskripsikan data sampel pada populasi dengan tidak membuat kesimpulan yang berlaku dimana sampel diambil (Sugiono, 2019).

2. Uji Instrument

a) Uji validitas

Penelitian menggunakan uji ini agar mengetahui data yang valid dan tidak pada instrument atau angket sehingga instrument pada pengumpulan data dapat memperoleh tingkat akurasi yang tinggi. Data dikatakan valid yaitu hasil pernyataan > 0.05 (Amin, 2020). Terdapat kriteria statistik untuk mengetahui data valid atau tidak yaitu:

- 1). Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan dikatakan valid
- 2). Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan dikatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran kembali pada objek yang sama (Amin, 2020). Dalam melakukan Uji reliabilitas diketahui berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Karinina & Rustam, 2023).

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas agar dapat mengetahui seberapa jauh model regresi, variabel terkait dan variabel independent dapat berpengaruh sehingga berdistribusi normal (Baiti & Kustiyah, 2020). Uji normalitas bertujuan mewakili populasi signifikan >0.05 yaitu residual berdistribusi normal (Lahagu et al., 2023).

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan sebagai uji dalam mendeteksi terjadinya multikolinearitas pada variabel independent dapat dilakukan berdasarkan pada nilai *Tolerance Value* dengan nilai $> 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 (Masiaga et al., 2022).

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas agar dapat mengetahui ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan (Lam'ah et al., 2020). Uji ini untuk mengetahui perbedaan dari hasil residual yang berbeda pada setiap pengamatan dalam model regresi (A. E. Putri & Sutianto, 2024).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode ini untuk mengetahui ada tidaknya keterkaitan variabel independen dengan variabel dependen (Amin, 2020). Berikut ini adalah model Persamaan linier berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Nilai konstanta

β = Koefisien Regresi X

X1 = Kepercayaan

X2 = Kemudahan

X3 = Promosi

ε = Error

5. Uji Hipotesis

a) Uji t

Uji t untuk mengetahui variabel independent terhadap variabel dependen berpengaruh dengan nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ (Lahagu et al., 2023).

Berikut kriteria pengujian secara signifikan $\alpha = 0,05$ yaitu :

- 1) Jika hasil t terhitung $> 0,05$ t tabel data pada variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.
- 2) Jika hasil t terhitung $< 0,05$ t tabel data pada variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent (Lahagu et al., 2023).

b) Uji F

Uji F digunakan ada tidaknya pengaruh pada variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan hasil F hitung $>$ dari F tabel signifikan $0,05$ maka hipotesis diterima (Salsabila et al., 2021).

Adapun terdapat kriteria hipotesis pada uji F yaitu :

- 1) Hasil F hitung $< F$ tabel pada $\alpha 0.5\%$ menunjukkan H_0 diterima dan H_1 diterima yaitu tidak berpengaruh signifikan.
- 2) Hasil F hitung $> F$ tabel pada $\alpha 0.5\%$ menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu berpengaruh secara signifikan.

c) Uji Koefisien Determinasi

Uji menginformasikan hasil dapat mengukur seberapa dekat garis regresi terestimasi data sebenarnya (Amin, 2020).

Uji ini dapat diketahui menggunakan uji *Adjusted R-Square* agar dapat mengukur kemampuan model mengetahui besarnya pengaruh variabel independen dengan variabel dependen (Sukmawati & Ekasasi, 2020).

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
PERPUSTAKAAN
YOGYAKARTA