

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metodologi yang disebut penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2006) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kajian ilmiah sistematis yang dilakukan terhadap berbagai komponen dan fenomena serta hubungan di antara mereka. Mengembangkan teori, model, atau hipotesis matematika tentang fenomena alam dan kemudian menerapkan konsep dan model tersebut ke dalam praktik adalah tujuan penelitian kuantitatif. Pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini disebut penelitian kausal, yakni penelitian yang intinya adalah untuk mengungkapkan hubungan sebab-akibat atau membuktikan interaksi yang memengaruhi dan dipengaruhi antara variabel-variabel yang sedang diteliti<sup>35</sup>.

#### **B. Populasi dan Sampel**

Riduwan Baik populasi maupun sampel itu sendiri dapat berfungsi sebagai sumber data. Jika temuan penelitian akan diterapkan pada populasi yang lebih luas, maka sampel yang digunakan untuk mengumpulkan data harus representatif. Hal ini dapat dicapai dengan memilih sejumlah orang secara acak dari populasi hingga batas yang telah ditentukan sebelumnya.

---

<sup>35</sup> Lilik Aslichati, Bambang Prasetyo, and Prasetya Irawan, *Metode Penelitian Sosial*, ed. by Suhria Atmana, 13th edn (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014). Hlm. 69

#### a. Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2016) adalah suatu kategori luas yang terdiri dari objek-objek atau individu-individu dengan atribut dan sifat tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti lebih lanjut dan diambil kesimpulan selanjutnya. Menurut definisi ini, populasi adalah kumpulan item atau subjek yang memiliki ciri dan atribut tertentu. Karena sifat populasi yang diteliti tidak terbatas, batas wilayah tidak akan dapat menentukan sumber data, sehingga relatif tidak mungkin untuk mengkarakterisasi data secara numerik. Populasi yang dimanfaatkan adalah siswa Jurusan Bisnis Online dan Pemasaran SMK Pawyatan Daha 1.

#### b. Sampel Penelitian

Sugiyono menegaskan, sifat dan figur yang dimiliki sampel merupakan indikasi sifat dan nilai yang dimiliki populasi secara keseluruhan. Sugiyono menyatakan bahwa anggota sampel yang tepat untuk suatu penelitian bergantung pada tingkat ketidaktepatan yang diperlukan. Semakin besar kumpulan sampel yang dipilih dari populasi yang diteliti, maka semakin kecil kemungkinan terjadinya kesalahan, begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan rumus Slovin penentuan sampel sebagai berikut :

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

Di mana :

$n$  = jumlah sampel

$N$  = besaran populasi

$\alpha$  (alpha) = nilai kritis

Tingkat nilai alpha yang ditentukan sebesar 5%, maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan yaitu :

$$n = \frac{72}{1 + 72 (0,05^2)}$$

**n = 61,02 dibulatkan menjadi 61 responden**

Pendekatan purposive sampling merupakan strategi pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Penetapan sampel didasarkan pada penilaian peneliti atau evaluator mengenai sampel mana yang paling representatif dan informatif. Terkadang, informasi tentang suatu populasi, anggotanya, dan tujuan penelitian digunakan untuk menentukan sampel yang harus dikumpulkan. Ketika digunakan untuk studi eksplorasi (penelitian pertama atau studi penilaian), jenis sampel ini cukup berhasil. Hal ini sangat berguna ketika penelitian lanjutan dilakukan dengan menggunakan sampel yang dipilih secara acak.<sup>36</sup>

c. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian berada di SMKS Pawyatan Daha 1 Kota Kediri.

**C. Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner dikirimkan kepada mereka yang berpartisipasi dalam penelitian sebagai bagian dari tahap penelitian yang dikhususkan untuk pengumpulan data oleh para peneliti. Karena penjelasan tentang cara pengisian kuesioner sudah terdapat pada kuesioner, maka peneliti tidak perlu memberikan petunjuk secara langsung kepada orang yang berpartisipasi dalam penelitian karena dianggap orang yang berpartisipasi dalam penelitian dapat memahami cara mengisi kuesioner yang benar.

Skala Likert yang terdiri dari lima angka memiliki peran sebagai fondasi penilaian. Seperti yang dijelaskan oleh Umar pada tahun 2008, ia menyatakan

---

<sup>36</sup> Aslichati, Prasetyo, and Irawan. Hlm 98

bahwa skala Likert berkaitan dengan evaluasi pandangan individu terhadap suatu hal. Skala Likert terhubung dengan pernyataan yang mencerminkan pandangan seseorang terhadap suatu hal, seperti persetujuan, ketidaksetujuan, tingkat kesenangan, tingkat ketidaksenangan, dan kualitas baik atau buruk. Hal ini sesuai dengan sudut pandangnya. Skala Likert awalnya dirancang dengan lima subkategori berbeda untuk dipilih. Apabila diurutkan maka susunannya akan dimulai dari *strongly disagree* (sangat tidak setuju) sampai kepada *strongly agree* (sangat setuju).

- |  |   |
|--|---|
| a. Sangat setuju (SS) diberi skor        | 5 |
| b. Setuju (S) diberi skor                | 4 |
| c. Cukup Setuju (CS) diberi skor         | 3 |
| d. Tidak setuju (TS) diberi skor         | 2 |
| e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor | 1 |

#### **D. Teknik Analisis Data**

Berdasarkan data yang diberikan responden, pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23.0 for Windows. Analisis teknis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif menurut Sugiyono (2013) adalah suatu jenis statistik yang menggunakan data sampel atau populasi yang telah tersedia untuk menunjukkan atau memberikan gambaran mengenai suatu topik yang diteliti. Analisis semacam ini tidak berusaha menganalisis sesuatu secara mendalam atau mengambil kesimpulan yang luas. Kami akan membahas sejumlah metode untuk menyajikan data di bagian ini. Hal ini mencakup penggunaan tabel tradisional dan distribusi frekuensi, diagram lingkaran, grafik garis dan batang,

piktogram, serta rata-rata, median, dan mode untuk menjelaskan kelompok dan rentang data serta deviasi standar untuk menunjukkan perbedaan antar kelompok data. Dua presentasi digunakan dalam analisis ini dengan cara berikut:

**a. Tabel Distribusi Frekuensi**

Tabel distribusi frekuensi dibuat jika data yang ingin ditampilkan terlalu banyak sehingga menjadi berat dan kurang ekspresif jika disajikan dalam tabel biasa.

**b. Pengukuran Gejala Pusat**

Item yang diteliti, atau pengumpulan data variabel tertentu, akan dikumpulkan oleh peneliti dari sekelompok responden selama proyek penelitian ini. Selain dapat dijelaskan melalui tabel dan gambar, sejumlah prosedur statistik yang umum digunakan untuk penjelasan kelompok dengan data kuantitatif juga dapat dijelaskan melalui penggunaan strategi mean. Suatu angka yang dianggap sebagai rata-rata kelompok berfungsi sebagai landasan teknik penjelasan kelompok yang dikenal sebagai rata-rata. Rumus berikut digunakan untuk mendapatkan mean:

$$Me = \frac{\sum xi}{n}$$

Di mana :

Me = Mean

n = jumlah individu

$\sum$  = Epsilon (baca jumlah)

$x^i$  = Nilai x ke i sampai ke n

Software yang digunakan untuk analisis deskriptif adalah IBM *statistics* SPSS 23. Kategori rata-rata dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Kategori Rata-rata**

Rata-rata	Kategori
$1,00 \leq x < 1,89$	Sangat rendah/sangat buruk
$1,90 < x < 2,69$	Rendah/buruk
$2,70 < x < 3,49$	Sedang/cukup baik
$3,50 < x < 4,29$	Tinggi/baik
$4,30 < x \leq 5,00$	Sangat tinggi/sangat baik

Sumber: Kuncoro (2003:148)<sup>37</sup>

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linier Berganda dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### a. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah model regresi menemukan keterkaitan antar variabel yang dianggap independen atau tidak merupakan tujuan dari uji multikolinear. Memastikan bahwa variabel independen tidak berhubungan satu sama lain sangat penting untuk menciptakan model regresi yang bisa diterapkan. Untuk menguji multikolinearitas pada model regresi, Anda dapat melihat nilai toleransi dan nilai variance inflasi faktor (VIF), yang keduanya ditampilkan pada output SPSS. Hal ini akan memungkinkan seseorang untuk memastikan ada tidaknya multikolinearitas. Menurut Ghozali, berikut ini yang dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas:

- a) Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF <10, maka tidak ada multikolinearitas
- b) Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 10, maka ada multikolinearitas

---

<sup>37</sup> Ningsih and Kurniawati. Hlm 80

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas akan menyebabkan interpretasi koefisien regresi menjadi salah, klaim Ghozali (2005:104). Akibatnya, temuan penafsirannya tidak begitu tepat. Aturan Praktis Glefser digunakan untuk menguji heteroskedastisitas; apabila nilai uji t hitung lebih besar dari nilai t tabel, atau sebaliknya maka diindikasikan terjadi heteroskedastisitas. Aturan berikut dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu model regresi bebas heteroskedastisitas:

- 1) Titik data didistribusikan sekitar 0 atau di atas dan di bawahnya.
- 2) Heteroskedastisitas muncul ketika terjadi pola tertentu, misalnya titik-titik yang membentuk pola teratur.
- 3) Heteroskedastisitas tidak timbul jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titiknya tersebar di atas dan di bawah titik nol sumbu y.

## 3) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas menurut Ghozali adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Perhitungan uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji P-P lot dan program SPSS versi 23.0 for Windows. Sistem operasi Windows digunakan untuk ini.

Data dapat diklasifikasikan berdistribusi normal jika nilai P-P lot berada di tengah dekat garis diagonal; jika tidak, data dapat diklasifikasikan sebagai berdistribusi tidak normal jika nilai P-P lot menyimpang secara signifikan

dari garis diagonal. Anda harus mematuhi pedoman ini saat mengikuti tes ini.

#### **b. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda**

beberapa analisis persamaan regresi linier, menurut Arikunto, merupakan perluasan dari pendekatan regresi; ia memprediksi keberadaan variabel terikat dengan adanya beberapa variabel bebas. Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dibangun sebagai berikut, dengan memperhatikan variabel-variabel yang diteliti:<sup>38</sup>.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Kostanta

b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Promo Gratis Ongkir

X<sub>2</sub> = Iklan Live Streaming

#### **c. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Menentukan seberapa baik model dapat menjelaskan volatilitas variabel yang ditentukannya merupakan tujuan dari koefisien determinasi. Menurut Ghozali, nilai koefisien determinasi berada di antara 0 dan 1. Dari rendahnya nilai R<sup>2</sup> terlihat jelas bahwa variabel independen mempunyai potensi yang kecil untuk memberikan kontribusi terhadap penjelasan variabel dependen. Nilai yang lebih jauh dari satu menunjukkan bahwa hal tersebut tidak terjadi, sedangkan angka yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen menawarkan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan variasi dalam variabel

---

<sup>38</sup> Aslichati, Prasetyo, and Irawan. Hlm. 88

dependen. Salah satu kelemahan signifikan dari pendekatan ini adalah koefisien determinasi,  $R^2$ , memberikan hasil yang bias dalam mendukung variabel dependen dalam model.

Guillford membagi keeratan sebagai berikut:

- 1)  $< 0,20$  hubungan rendah sekali.
- 2)  $0,20-0,40$  hubungan rendah tetapi pasti.
- 3)  $0,40-0,70$  hubungan yang cukup berarti.
- 4)  $0,70-0,90$  hubungan yang tinggi, kuat.
- 5)  $> 0,90$  hubungan sangat tinggi / kuat sekali / dapat diandalkan.<sup>39</sup>

#### **d. Pengujian Hipotesis**

Pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dipastikan dengan uji hipotesis.

##### **1) Uji Parsial ( Uji t)**

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji secara parsial dengan menggunakan uji t untuk melihat apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Berikut teori yang digunakan:

Ho1 = Promo Gratis Ongkir tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Ha1 = Promo Gratis Ongkir memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Ho2 = Iklan Live Streaming tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian

---

<sup>39</sup> Jeffrey Soetanto, 'Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial Di Semarang' (Universitas Katolik Soegijapranata, 2017).

Ha2 = Iklan Live Streaming memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kesimpulan:

a) Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau jika probabilitas  $\alpha < 0.05$  maka  $H_0$  diterima

b) Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel atau jika probabilitas  $\alpha > 0.05$  maka  $H_0$  ditolak

## 2) Uji Simultan ( Uji F)

Ghozali menyatakan uji F digunakan untuk memastikan ada tidaknya pengaruh simultan (secara keseluruhan) variabel-variabel independen mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen. Berikut hipotesis yang diterapkan:

$H_0$  : Promo Gratis Ongkir dan Iklan Live Streaming secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

$H_a$  : Promo Gratis Ongkir dan Iklan Live Streaming secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Kesimpulan:

(1) Jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel atau jika probabilitas  $t < 0.05$  maka  $H_0$  diterima.

(2) Jika  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel atau jika probabilitas  $t > 0.05$  maka  $H_0$  ditolak.

## Teknik Analisis Data

Keabsahan alat pengumpulan data diupayakan sedemikian rupa sehingga kualitas alat yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipastikan. Validitas dan reliabilitas adalah dua kriteria penting yang harus dipenuhi sebelum instrumen dapat dianggap berhasil. Oleh karena itu, kuesioner harus diperiksa untuk

memastikan validitas dan reliabilitasnya sebelum dapat digunakan. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen, peneliti meminta 53 peserta mengisi angket (kuesioner).

## 1. Uji Validitas

Validitas, menurut Sugiyono, merupakan statistik yang menggambarkan tingkat validitas suatu instrumen. Nama lain dari validitas adalah validitas. Suatu instrumen dikatakan sah apabila mampu mengukur nilai yang diinginkan. Suatu instrumen dikatakan sah jika validitasnya tinggi; sebaliknya kita menyebutnya kurang valid jika validitasnya rendah. Rumus Korelasi Product Moment dengan : merupakan rumus yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$R_{xy}$  = Korelasi

X = Skor perolehan X

Y = Skor perolehan Y

N = Jumlah responden / banyaknya sampel

Arikunto menyatakan bahwa perbandingan indeks korelasi dengan tingkat signifikansi 5% dapat digunakan untuk memastikan validitas instrumen. Hal ini akan menunjukkan reliabilitas instrumen. Temuan korelasi dianggap sah jika signifikansinya lebih dari 0,05 (5%) dan tidak valid jika kurang dari 0,05 (5%). Sebaliknya, hasil korelasi dapat dianggap sah jika signifikansinya kurang dari 0,05 (5%).

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, reliabilitas mengacu pada kemampuan suatu instrumen untuk dipercaya sampai pada titik yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data karena kualitas instrumen tersebut. Oleh karena itu, dapat diandalkan identik dengan dapat dipercaya. Menurut Arikunto, rumus Alpha inilah yang digunakan untuk menentukan reliabilitas hasil instrumen. Ini mungkin termasuk hal-hal seperti survei atau pertanyaan dalam bentuk deskripsi. Sebagai hasil dari penjelasan tersebut, rumus Alpha digunakan dalam uji ketergantungan dalam penelitian ini. Adapun rumus Alpha adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \left( \frac{K}{K - 1} \right) \left( \frac{s_r^2 - 1}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = Koefisien reliabilitas Alpha Cronbach

$K$  = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$  = Jumlah varians skor item

$s_x^2$  = Varians skor-skor tes (seluruh item  $K$ )

### 3. Instrumen Penelitian

Instrumen-instrumen penelitian yang akan dilakukan oleh penulis pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Indikator	Jumlah Item Instrumen
a. Promo Gratis Ongkir	1. Memberikan Perhatian	1. Promo Gratis Ongkir Tiktok Shop menimbulkan perhatian bagi saya 2. Saya memperhatikan toko yang memberikan Promo Gratis Ongkir saat berbelanja di Tiktok Shop
	2. Memiliki Daya Tarik	1. Promo Gratis Ongkir Tiktok Shop memberikan daya tarik terhadap took 2. Pemilihan waktu program Promo Gratis Ongkir Tiktok Shop menarik perhatian saya

	3. Membangkitkan Keinginan Membeli	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya ingin melakukan pembelian karena terdapat Promo Gratis Ongkir Tiktok Shop</li> <li>2. Saya mengurungkan niat membeli jika tidak terdapat Promo Gratis Ongkir Tiktok Shop</li> </ol>
	4. Mendorong Melakukan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya terdorong untuk melakukan pembelian karena terdapat Promo Gratis Ongkir Tiktok Shop</li> <li>2. Motivasi saya membeli produk karena terdapat Promo Gratis Ongkir Tiktok Shop</li> </ol>
b. Iklan Live Streaming	1. Mission (tujuan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Streamer (Penyiar) pada Live Streaming Tiktok Shop memiliki daya tarik</li> <li>2. Streamer (Penyiar) pada Live Streaming Tiktok Shop memiliki keahlian menyampaikan fitur produk</li> </ol>
	2. Message (pesan yang disampaikan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melalui Live Streaming Tiktok Shop, penjual dan konsumen dapat berinteraksi secara langsung</li> <li>2. Live Streaming Tiktok Shop dilakukan secara interaktif</li> </ol>
	3. Media (media yang digunakan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fitur Live Streaming Tiktok Shop membuat pemirsa focus</li> <li>2. Fitur Live Streaming Tiktok Shop mudah dijangkau pemirsa</li> </ol>
c. Keputusan Pembelian	1. Pilihan Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya membeli barang di Tiktok shop karena pilihan produk yang beragam</li> <li>2. Saya membeli barang di Tiktok shop karena pilihan produk berkualitas</li> </ol>
	2. Pilihan Merek	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya membeli barang di Tiktok Shop karena pilihan merek yang beragam</li> <li>2. Saya membeli barang di Tiktok Shop karena pilihan merek yang terpercaya</li> </ol>
	3. Pilihan Penyalur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya membeli barang di Tiktok Shop karena jasa ekspedisi dapat dipercaya</li> <li>2. Saya membeli barang di Tiktok Shop karena ketersediaan barang dagangan</li> </ol>
	4. Waktu Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya suka berbelanja di Tiktok Shop pada saat even tertentu</li> <li>2. Saya membeli barang di Tiktok Shop karena dapat dilakukan kapan saja</li> </ol>