

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian menurut Ibrahim yang dikutip dari M.Makhrus Ali dkk merupakan cabang dari ilmu yang mana mempelajari bagaimana prosedur atau cara untuk mencari kebenaran.<sup>95</sup> Menurut Rusydi et al, metode penelitian adalah prosedur ilmiah yang digunakan para peneliti untuk mendapatkan informasi/data dengan tujuan dan manfaat tertentu.<sup>96</sup> Penelitian dibedakan menjadi dua garis besar: penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif.<sup>97</sup> Dalam studi ini, peneliti memakai studi kuantitatif.

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

Pendekatan studi kuantitatif adalah analisis terkait masalah sosial dengan menguji teori yang tersusun atas beberapa variabel-variabel yang diukur dengan menggunakan angka, lanjut di analisis menggunakan tahapan statistik dengan tujuan menilai apakah prediksi yang diajukan oleh teori tersebut benar.<sup>98</sup> Pendekatan kuantitatif yang dijabarkan oleh Sugiyono yang dikutip dari buku metodologi penelitian kuantitatif oleh Abdullah et al, ialah metode penelitian mengacu pada filsafat positivisme dengan fungsi untuk meneliti populasi/sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel lazimnya pemilihan dengan cara random, pengumpulan data dengan instrumen penelitian serta analisis data yang sifatnya kuantitatif/statistik dengan tujuan guna menguji hipotesis yang diramalkan

---

<sup>95</sup> M.Makhrus Ali and others, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian', *Education Journal*.2022, 2.2 (2022), pp. 1–6.

<sup>96</sup> Dessy Fitria Berlianti, Ashfa Al Abid, and Arcivid Chorynia Ruby, 'Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data', *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7.3 (2024), pp. 1861–64 11280.

<sup>97</sup> Berlianti, Abid, and Ruby, 'Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data' 11280.

<sup>98</sup> Ali and others, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian'.

sebelumnya.<sup>99</sup> Satu diantara tujuan dari penelitian kuantitatif ialah menentukan hubungan dari variabel satu dengan lainnya pada sebuah populasi tertentu.<sup>100</sup> Dalam ilmu komunikasi, penelitian kuantitatif berperan penting untuk memahami dinamika interaksi manusia dan media. Fokus dari penelitian kuantitatif dimana data tersebut dapat diukur dan dianalisis secara statistik, ini dapat membantu mengungkap struktur maupun tren dalam komunikasi.<sup>101</sup>

Media baru tak hanya sekedar suatu media fisik hasil dari teknologi saja, tetapi juga dapat melahirkan kemungkinan baru dalam berbagi informasi dan dinamika interaksi yang terjadi.<sup>102</sup> Metode kuantitatif fokus komunikasi cenderung menciptakan generalisasi terkait perilaku manusia.<sup>103</sup> Studi yang akan dilakukan ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena untuk menguji hubungan antara komunikasi nonverbal *host shopee live* (variabel *independent*) dan minat ketertarikan menonton (variabel *dependent*). Hal ini sesuai dengan rumusan penelitian kuantitatif adapun menggunakan pengamatan yang sistematis untuk meneliti dan menganalisis perilaku manusia (dimana pengamatan perilaku manusia pada penelitian ini ialah perilaku *host Shopee live*) serta mengambil kesimpulan berdasarkan hasil pengamatan.<sup>104</sup>

---

<sup>99</sup> Karimuddin Abdullah. CIQnR Misbahul Jannah. Ummul Aiman and others, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022 1-2.

<sup>100</sup> Ummul Aiman and others, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* 4.

<sup>101</sup> Sri Wijayanti Geofakta Razali, 'Metode Penelitian Kuantitatif Praktis: Studi Ilmu Komunikasi', Depok: PT. Geo Design Eduka, 2024, p. 139 12.

<sup>102</sup> Rakhmat Jalaluddin and Ibrahim Idi Subandy, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya*, Revisi Ked (Simbiosa Rekatama Media, 2017) 27.

<sup>103</sup> Rakhmat Jalaluddin and Subandy, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya* 45.

<sup>104</sup> Rakhmat Jalaluddin and Subandy, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya* 44.

Para ahli mengkategorikan metode penelitian menjadi lima macam, yaitu metode historis, deskriptif, korelasional eksperimental, dan kuasi-eksperimental.<sup>105</sup> Metode penelitian korelasi menurut Faenkel dan Wallen yang dikutip dari Rusydi et al, ialah suatu studi guna memahami hubungan antar variabel serta tingkat hubungannya tanpa adanya manipulasi.<sup>106</sup> Metode korelasi ini merupakan kelanjutan dari metode deskriptif.<sup>107</sup> Pada penelitian dengan metode korelasi ini, bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel tanpa mencari hubungan sebab-akibatnya.<sup>108</sup>

Dengan demikian pada studi ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif karena tujuan peneliti ialah untuk menguji hubungan antara komunikasi nonverbal *host shopee live* (variabel *independent*) dan minat ketertarikan menonton (variabel *dependent*). Jenis metode kuantitatif yang dipakai pada studi ini dilihat dari tujuan dan sifat penelitian, menggunakan jenis penelitian kuantitatif korelasi karena peneliti hanya melihat hubungan antar variabel tanpa mencari hubungan sebab-akibatnya.

## **B. Populasi dan Sampel**

Pengertian populasi menurut Sugiyono dalam Masita et al, yakni kelompok yang menjadi sasaran dalam penelitian (dapat berupa subjek atau objek) dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti

---

<sup>105</sup> Rakhmat Jalaluddin and Subandy, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya* 64.

<sup>106</sup> Berlianti, Abid, and Ruby, 'Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data' 11284.

<sup>107</sup> Rakhmat Jalaluddin and Subandy, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya* 70.

<sup>108</sup> Ali and others, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian'.

dan disimpulkan.<sup>109</sup> Sedangkan menurut Nanang Martono dikutip dari Nidia Suriani ialah keseluruhan (baik subjek maupun objek) yang bertempat pada sebuah area serta mencukupi syarat-syarat yang ada kaitannya dengan masalah peneliti.<sup>110</sup> Populasi pada penelitian ini ialah masyarakat Kota Kediri yang memiliki aplikasi Shopee dan individu pernah melihat sesi *live streaming* penjualan pada platform Shopee.

Sampel ialah sebagian dari populasi yang diteliti guna mewakili keseluruhan populasi sebagai sumber data penelitian.<sup>111</sup> Metode mengambil sampel dari studi ini memakai *non probability sampling* serta jenisnya *purposive sampling*. Jenis metode ini oleh Sugiyono yang dikutip dari Jilhansyah Ani et al, memiliki pengertian ialah prosedur pengambilan sampel dengan adanya pertimbangan tertentu.<sup>112</sup> Maksudnya pengambilan sampel di penelitian memiliki kriteria khusus sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik ini diambil mengingat responden yang dipilih memiliki karakteristik khusus.

Pengambilan sampel menggunakan rumus *Lemeshow*, rumus *Lemeshow* ialah cara penentuan angka total sampel jika jumlah populasi yang tidak dapat diketahui secara akurat.<sup>113</sup> Alasan peneliti mengambil rumus *Lemeshow* dikarenakan jumlah

---

<sup>109</sup> Ummul Aiman and others, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* 79.

<sup>110</sup> Nidia Suriani, Risnita, and M. Syahran Jailani, 'Konsep Populasi dan Sampling serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan', *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2023), pp. 24–36, doi:10.61104/ihsan.v1i2.55.

<sup>111</sup> Asrulla and others, 'Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.3 (2023), pp. 26320–32 26322.

<sup>112</sup> J Ani, B Lumanauw, and J L A Tampenawas, 'Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado', *663 Jurnal EMBA*, 9.2 (2021), pp. 663–74 667.

<sup>113</sup> Sylvia Halimatur Rosyida and Ruly Priantilianingtiasari, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan dan Letak Geografis terhadap Loyalitas Pelanggan pada Via Salon Trenggalek', *Jurnal Maneksi*, 12.3 (2023), pp. 656–65, doi:10.31959/jm.v12i3.1613 659.

populasi penelitian pada studi ini memiliki populasi dengan jumlah yang tidak memiliki data pasti.

$$n = Z^2 p (1 - p) / d^2$$

Penjelasan:

Z: nilai standar

n: banyaknya sampel penelitian

d: *margin of error* (untuk nilai d = 10% atau 5%)

p: estimasi proporsi populasi (peneliti mengambil proporsi dengan nilai 0,5)

Nilai *p* karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti serta tidak ada data sebelumnya maka dapat di asumsikan nilai 0,5 sebagai konservatif.<sup>114</sup> Sedangkan untuk nilai Z memiliki tiga nilai tingkat kepercayaan dengan peneliti mengambil tingkat kepercayaan 95%. Berikut nilai Z dengan tingkat kepercayaannya:

$$99\% = 2,576$$

$$95\% = 1,960$$

$$90\% = 1,645$$

,

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 p (1 - p)}{d^2} \\ n &= \frac{1,960^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \\ n &= \frac{0,9604}{0,01} \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

---

<sup>114</sup> Panji Indarwan and others, 'Pengaruh Harga dan Implementasi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi FKIP Unmul', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11.7. D (2025), pp. 473–83 346.

Pada kalkulasi tersebut, didapat nilai 96,04 untuk sampel dengan tingkat kepercayaan 95%. Dengan pertimbangan apabila adanya data dari beberapa sampel yang kurang valid, maka peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100. Menurut Doncald C Cooper yang dikutip dari Hara Paradisa Santoso dan Widayanto menentukan jumlah sampel dengan populasi yang tidak terdata pasti, maka jumlah sampel ditentukan sebesar 100. Lanjutnya jumlah sampel 100 dapat dikatakan representatif.<sup>115</sup>

### C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mendapat data studi, peneliti memperoleh dengan cara kuesioner dan juga studi kepustakaan. Kuesioner sendiri ialah alat dalam pengumpulan data yang dijalankan peneliti sendiri dengan memberi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada sampel terkait variabel studi untuk dijawab.<sup>116</sup> Kuesioner dipilih untuk mendapatkan data dari responden terkait pengaruh komunikasi nonverbal *host shopee live* terhadap minat ketertarikan menonton. Tambahan lagi, peneliti juga mencari data dengan studi kepustakaan. Studi kepustakaan berarti cara dalam mencari data melalui buku, jurnal ilmiah, hingga bahan publikasi lainnya yang relevan dengan studi ini.<sup>117</sup>

---

<sup>115</sup> Hara Paradisa Santoso and Widayanto, 'Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Garuda Indonesia Rute Penerbangan Internasional)', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6.3 (2017), pp. 79–86.

<sup>116</sup> Aida Fitri and Viva Yuningsih, 'Pengaruh Aplikasi Online Shop Lazada terhadap Pengaruh Aplikasi Lazada terhadap Perilaku Pembelian Produk Fashion', 2009 48.

<sup>117</sup> Ani, Lumanauw, and Tampenawas, 'Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada E-Commerce Tokopedia di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado' 667.

#### D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah perangkat pengukuran dimana difungsikan sebagai pengumpul data dari subjek/objek sebuah studi.<sup>118</sup> Dalam studi ini, pengukuran data menggunakan skala *likert*. Pengukuran data menggunakan *skala likert* pandangan Sugiyono yang dikutip dari Rita Satria dan dan Didin Choerul Imam, digunakan sebagai alat ukur guna mengukur sikap, persepsi, pandangan individu atau sekelompok individu terkait fenomena sosial.<sup>119</sup> Peneliti dalam studi ini memakai skala *likert* lima poin. Keuntungan dalam skala *likert* lima poin ialah terdapat pilihan netral sehingga reponden memiliki pilihan apakah ia setuju, tidak setuju, atau netral.<sup>120</sup> Bentuk skala *likert* lima poin yang akan di gunakan oleh peneliti adalah seperti berikut:

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Tabel 3.1. Tabel skala *likert* lima poin

#### E. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul, kemudian dilanjut pada tahap berikutnya yaitu untuk dianalisis agar dapat diambil kesimpulannya. Analisis data pada studi ini memakai

---

<sup>118</sup> Ummul Aiman and others, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* 57.

<sup>119</sup> Rita Satria and Didin Choerul Imam, 'Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6.7 (2024), pp. 5490–5500, doi:10.47467/alkharaj.v6i7.3020 5493.

<sup>120</sup> Komariah Ulan and Dewi Agustin Pratama Sari, 'Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Intervening: Studi pada Produsen Dessert Box', *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3.2 (2022), pp. 354–73 359.

analisis korelasi. Analisis korelasi dipergunakan guna memahami kontribusi komunikasi nonverbal *host Shopee live* terhadap minat menonton di Kota Kediri. Analisis korelasi memakai Analisis Regresi Linear Sederhana karena ingin mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu komunikasi nonverbal terhadap minat menonton sebagai variabel terikatnya. Analisis ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana komunikasi nonverbal *host Shopee live* pada saat *live streaming* penjualan dapat mempengaruhi minat menonton. Analisis data akan dibantu dengan alat bantu pengukuran berupa *software* SPSS versi 25 dan microsoft excel.

Dalam analisis data terdapat serangkaian uji yang akan dilakukan guna memberikan data yang dapat di analisis lebih lanjut. Untuk mengukur apakah instrumen kuesioner dapat memberikan apa yang seharusnya di teliti, peneliti perlu menguji instrumen data penelitian. Setelah instrumen kuesioner valid dan juga reliabel, selanjutnya peneliti menyebarkan kuesioner dengan format *Google Forms*.

Setelah data primer dari penyebaran data kuesioner melalui *Google forms* terkumpul akan dilakukan uji asumsi klasik. Di pengujian ini akan melibatkan uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya data akan dilakukan analisis menggunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis ini berguna guna mendapatkan nilai koefisien regresi dari variabel penelitian dan mengetahui nilai t-hitung.<sup>121</sup> Analisis regresi sederhana akan dilakukan perhitungan dengan alat bantu SPSS, untuk menghitungnya dapat menggunakan rumus:

---

<sup>121</sup> Fitri and Yuningsih, 'Pengaruh Aplikasi Online Shop Lazada terhadap Pengaruh Aplikasi Lazada terhadap Perilaku Pembelian Produk Fashion' 54.

$$Y = a + bX + e$$

Penjelasan:

*Y*: Variabel terikat

*a*: Konstanta

*b*: Koefisien regresi

*X*: Variabel bebas

*e*: Standar error

Pada analisis regresi akan mendapat nilai t-hitung guna mengambil keputusan terkait hipotesis penelitian. Untuk mendapat hasil t-hitung juga bisa memakai rumus:

$$T \text{ hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

Dengan ketentuan pengambilan keputusan:

$H_0$  = Hipotesis nol diterima jika nilai t-hitung  $\leq$  t-tabel

$H_a$  = Hipotesis alternatif diterima jika nilai t-hitung  $>$  t-tabel

Terakhir peneliti perlu uji koefisien determinasi guna mendapatkan nilai *R Square* yang mana nilai tersebut guna mengetahui seberapa tinggi variabel bebas (komunikasi nonverbal) dalam mempengaruhi variabel terikatnya (minat menonton).