

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode ilmiah yang sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah, yaitu spesifik, objektif, dapat diukur, rasional, serta terstruktur secara sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data yang digunakan dalam penelitian berupa angka-angka dan analisis dilakukan dengan menerapkan metode statistik..⁶⁰

Dalam penelitian ini, peneliti berupaya mengumpulkan data yang valid untuk membuktikan sebuah teori yang ada dengan pendekatan kuantitatif, guna mengantisipasi persoalan yang mungkin muncul dalam suatu bidang tertentu. Jenis penelitian ini adalah penelitian yang meneliti hubungan sebab-akibat, tujuan utamanya yakni untuk mengumpulkan bukti tentang hubungan tersenut, sehingga dapat diidentifikasi variabel mana yang mempengaruhi dan mana yang dipengaruhi..⁶¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara *beauty influencer* dan fitur keranjang kuning TikTok terhadap keputusan pembelian produk *makeup* di TiktokShop. Dengan demikian, studi ini memprediksi signifikansi pengaruh satu variabel bebas terhadap satu atau lebih variabel terikat untuk mengungkap ada atau tidaknya hubungan yang fungsional antara variabel independen X *beauty influencer* (X1) dan fitur

⁶⁰ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', Alfabeta, Bandung, 2020.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017).

keranjang kuning TikTok (X2) terhadap variabel terikat Y yaitu keputusan pembelian.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki jumlah serta karakteristik tertentu, yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi FEBI UIN Syekh Wasill Kediri Angkatan 2022 yang menggunakan TikTok Shop. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah mahasiswi FEBI UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2022 yang membeli produk *makeup* di TikTok Sop adalah sebanyak 167 mahasiswi.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan ciri-ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika jumlah populasi sangat besar dan peneliti tidak mampu mempelajarinya secara langsung, seperti halnya karena keterbatasan dana, tenaga manusia, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Karena jumlah populasi relative besar, maka penelitian ini menggunakan teknik penentuan sampel dengan rumus slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n = total sampel

N = total populasi

E = batas ketelitian yang diinginkan

Dari populasi yang berjumlah 167 mahasiswi, maka sampel yang didapatkan adalah:

$$n = \frac{167}{1 + 167 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{167}{1 + 167 (0,0025)}$$

$$n = \frac{167}{1 + 0,4175}$$

$$n = \frac{167}{1,4175}$$

$$n = 117,82$$

$$n = 118$$

Maka jumlah sampel yang dibutuhkan yaitu 118 mahasiswi.

C. Variabel Penelitian

Hotmaulina, mengatakan bahwa variabel penelitian merupakan unsur, sifat, atau ciri tertentu yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian. Unsur ini dapat berubah atau menunjukkan perbedaan antar objek dalam satu kelompok yang sama, sehingga memungkinkan untuk dilakukan analisis dan penarikan kesimpulan. Dengan kata lain, variabel adalah aspek yang diamati dan diukur dalam sebuah penelitian, yang sering kali disebut sebagai faktor yang berpengaruh atau dipengaruhi

dalam suatu kejadian atau fenomena.⁶² Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen

Variabel independen, atau sering disebut variabel bebas, adalah variabel yang berperan sebagai pengaruh (mempengaruhi). Dengan kata lain, variabel independen adalah variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat).⁶³

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Beauty Influencer* (X1), dan Fitur Keranjang Kuning (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel yang dependen atau sering disebut dengan variabel terikat adalah variabel yang terpengaruh (dipengaruhi). Dalam pengertian lain, variabel dependen adalah variabel yang menjadi hasil dari adanya variabel bebas (independen).⁶⁴ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian Produk *Makeup* di TikTok Shop (Y).

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan mengenai indikator yang digunakan sebagai pedoman dalam membuat kuesioner serta memudahkan pengumpulan data dengan memberikan penjelasan terhadap setiap variabel penelitian. Berikut penjelasannya:⁶⁵

⁶² Hotmaulina Sihotang, “*Buku Metode Penelitian Kuantitatif*” (Uki Press, 2023).

⁶³ Shania Octa Hermadhika, ‘*Pengaruh Work Life Balance dan Kompensasi Terhadap Turnover Intention Dengan Stres Kerja Sebagai Variabel Mediasi pada Karyawan PT. XYZ*’ (STIE Bank BPD Jateng, 2025).

⁶⁴ Hermadhika.

⁶⁵ Abdul Mukhid, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021), 71., n.d.

1. Variabel Independen (variabel bebas)

a. *Beauty Influencer* (X1)

Menurut Septiani, *beauty influencer* adalah seorang *content creator* yang menarik pengikutnya melalui *beauty vlogging*, atau membuat konten pendek dan diunggahnya di sosial mediana seperti Instagram, TikTok, Youtube, Facebook. Tindakan yang dilakukan oleh Influencer untuk mengenalkan produk kecantikan dengan membagikan pengalaman serta pandangan mereka bertujuan untuk menarik perhatian calon pembeli melalui media sosial.⁶⁶ *Beauty influencer* dalam penelitian ini diukur menggunakan lima indikator, sebagaimana yang dikatakan oleh Kertamukti, yaitu *visibility*, *credibility*, *attraction*, *power*. Masing-masing indikator dioperasionalkan pada Tabel 3.1 sebagai berikut:⁶⁷

Tabel 3. 1

Indikator Variabel *Beauty Influencer* (X1)

Variabel Bebas	Indikator	Definisi Indikator
Beauty Influencer (X1)	a. <i>Visibility</i>	Tingkat keterlihatan <i>beauty influencer</i> di media sosial yang menunjukkan seberapa sering ia

⁶⁶ Septiani, “Bagaimana Konsumen Kosmetik Memerhatikan Beauty Vlogger Dan Pengaruhnya Terhadap Niat Beli.”

⁶⁷ Muham, “Penggunaan Celebgram (Celebrity Endroser Instagram) Dalam Promosi Produk MD Clinic by MD Glowing Skin.”

		muncul dan dikenal oleh audiens.
	b. <i>Credibility</i>	Tingkat kepercayaan dan keahlian <i>beauty influencer</i> dalam memberikan ulasan atau rekomendasi produk kecantikan.
	c. <i>Attraction</i>	Daya tarik fisik, gaya komunikasi, dan kepribadian <i>beauty influencer</i> yang mampu menarik perhatian konsumen
	d. <i>Power</i>	Kemampuan <i>beauty influencer</i> dalam mempengaruhi sikap dan keputusan pembelian pengikutnya

b. Fitur Keranjang Kuning (X2)

Fitur keranjang kuning TikTok dalam penelitian ini diartikan sebagai persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), yaitu sejauh mana pengguna menganggap bahwa fitur tersebut mudah digunakan tanpa membutuhkan usaha yang besar. dalam penelitian ini persepsi kemudahan diukur berdasarkan teori *Technology Acceptence Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Fred Davis, adapun masing-masing indikator dioperasionalkan pada Tabel 3.2 sebagai berikut:⁶⁸

Tabel 3. 2

Indikator Variabel Fitur Keranjang Kuning TikTok (X2)

Variabel bebas	Indikator	Definisi Indikator
Fitur Keranjang Kuning TikTok (X2)	a. <i>East to learn</i>	Fitur keranjang kuning mudah dipahami cara penggunaannya
	b. <i>Controllable</i>	Pengguna dapat dengan mudah mengatur proses pembelian melalui fitur keranjang kuning
	c. <i>Clear & Understandable</i>	Informasi pada fitur keranjnag kuning jelas dan mudah dimengerti

⁶⁸ Astuti, Wonua, and Titing, “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTok Shop.”

	d. <i>Flexible</i>	Fitur keranjang kuning dapat digunakan secara fleksibel
	e. <i>Easy to become skillful</i>	Pengguna cepat terbiasa menggunakan fitur keranjang kuning
	f. <i>Easy to use</i>	Fitur keranjang kuning mudah digunakan dalam proses pembelian di TikTok Shop, sehingga dapat mempersingkat waktu

2. Variabel Dependen (variabel terikat): Keputusan Pembelian (Y)

Variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁶⁹ Variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y). Menurut Kotler dan Armstrong, keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memilih barang atau jasa yang akan dibeli guna memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka. Sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk, konsumen biasanya akan mengevaluasi berbagai faktor sebagai dasar dalam mengambil keputusan pembelian.⁷⁰ Menurut Kotler dan Armstrong, ada empat

⁶⁹ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian (Yogyakarta: : Literasi Media Publishing, 2015)*, 52., n.d.

⁷⁰ Armstrong, Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing Seventeenth Edition*.

indikator pada variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini, dengan uraian yang dapat dilihat pada Tabel 3.3 seperti berikut:

Tabel 3. 3
Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel Terikat	Indikator	Definisi Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	a. Informasi produk	Pertimbangan konsumen terhadap informasi produk sebelum melakukan pembelian.
	b. Pilihan membeli karena merek favorit	Keputusan konsumen membeli produk berdasarkan preferensi merek.
	c. Pembelian yang sesuai dengan keinginan pribadi	Keputusan konsumen membeli produk berdasarkan kebutuhan dan keinginan pribadi.
	d. Keputusan membeli yang dipengaruhi oleh orang lain	Keputusan konsumen membeli produk karena rekomendasi <i>beauty influencer</i> atau orang lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner (angket) online dan offline kepada mahasiswi FEBI UIN Syekh Wasil Kediri angkatan 2022 yang menggunakan TikTok Shop, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, web serta penelitian terdahulu yang relevan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur nilai dari variabel yang sedang diteliti. Jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian ditentukan oleh jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian berfungsi untuk melakukan pengukuran dengan tujuan mendapatkan data kuantitatif yang akurat dan tepat. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert, yang mencakup beberapa pertanyaan mengenai masing-masing variabel yang diteliti.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Tahap Pemeriksaan Data (*Editing*)

Tahap ini dilakukan untuk meneliti kembali data yang telah diperoleh melalui kuesioner, guna memastikan bahwa seluruh jawaban telah terisi dengan lengkap, jelas, dan konsisten.

2. Tahap Pemberian Kode (*Coding*)

Pada tahap ini, setiap jawaban dari responden diberi kode tertentu agar memudahkan proses pengelompokan dan pengolahan data secara sistematis.

3. Tahap Pemberian Skor (*Scoring*)

Setelah data diberi kode, selanjutnya dilakukan pemberian skor pada setiap jawaban responden sesuai dengan bobot nilai yang telah ditetapkan pada setiap alternatif jawaban dalam kuesioner. Dalam penelitian ini digunakan skala Likert, di mana setiap alternatif jawaban diberi skor sebagai berikut:

- 1) Sangat Setuju (SS) = 5
- 2) Setuju (S) = 4
- 3) Netral (N) = 3
- 4) Tidak Setuju (TS) = 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Skala ini digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan variabel *beauty influencer*, fitur keranjang kuning TikTok, dan keputusan pembelian.

4. Tahap Tabulasi (*Tabulating*)

Tahap ini dilakukan dengan cara menyusun dan menghitung frekuensi dari setiap jawaban responden dalam bentuk tabel, baik tabel frekuensi maupun tabel silang agar data lebih mudah dibaca dan dianalisis.

5. Proses (*Processing*)

Tahap terakhir adalah pengolahan data menggunakan alat bantu statistik, baik secara manual maupun dengan bantuan program komputer, untuk memperoleh hasil analisis sesuai tujuan penelitian.⁷¹

H. Teknik Keabsahan Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah instrumen pengukur yang digunakan telah disusun dengan keabsahan yang baik. Metode untuk mengukur validitas tersebut dapat dilakukan dengan cara menguji hubungan antara Setiap pernyataan dilengkapi dengan total nilai dari semua pertanyaan yang diajukan. Validitas instrumen dalam penelitian ini diuji menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Setiap item pertanyaan dalam kuesioner dikategorikan sebagai valid atau tidak valid berdasarkan tingkat signifikansi 5%, dengan kriteria yang ditentukan sebagai berikut:

⁷¹ Tukatman et Al., *Metodologi Penelitian (Banyumas: PT Pena Persada Kerta Utama, 2023)*, 153., n.d.

a) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.

b) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengecek kemampuan instrumen menghasilkan pengukuran yang dapat dipercaya, konsisten, dan andal, baik dilakukan berulang kali terhadap subjek yang sama maupun dalam kondisi yang identik. Dalam penelitian ini, metode penghitungan reliabilitas digunakan dengan teknik *Alpha Cronbach*. Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:⁷²

a) Jika nilai $\alpha < 0,200$ maka reliabel sangat rendah.

b) Jika nilai α 0,200-0,399 maka reliabel rendah.

c) Jika nilai α 0,400-0,599 maka cukup reliabel.

d) Jika nilai α 0,600-0,799 maka reliabel tinggi.

e) Jika nilai α 0,800-1,000 maka reliabel sangat tinggi

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memverifikasi bahwa persamaan regresi menghasilkan hasil yang konsisten.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel residual dalam model regresi menunjukkan distribusi normal atau tidak. Metode yang dipakai adalah *Kolmogorov-*

⁷² Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019) h.109, n.d.

Smirnov dengan kriteria data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk memastikan apakah terdapat hubungan yang sangat erat antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan yang kuat antar variabel independen. Jika variabel independen memiliki korelasi yang sangat tinggi, hal tersebut dapat menyebabkan kesulitan dalam memahami nilai koefisien regresi dan membuat hasil analisis menjadi tidak stabil. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) berdasarkan kriteria tertentu.⁷³

- a) Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka tidak ada indikasi multikolinearitas.
- b) Jika nilai Tolerance kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10, maka terdapat indikasi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah langkah pengujian yang digunakan untuk mengecek adanya ketidaksamaan dalam tingkat variasi residual pada model regresi, karena jika terdapat perbedaan signifikan dalam varians residual, maka hasil analisis regresi tidak

⁷³ Sahir, *Metodologi Penelitian*, 69–70., n.d.

dapat dianggap valid. Untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian antar residual, dapat dilihat dari pola yang terbentuk pada scatterplot. Jika titik-titik pada scatterplot tersebar secara acak di atas atau di sekitar angka nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Gejala autokorelasi muncul ketika terdapat korelasi antara pengamatan yang disusun dalam urutan deret waktu atau urutan penampang. Autokorelasi juga dapat terjadi jika variabel independen yang digunakan merupakan variabel lag dari variabel dependen. Autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Nilai DW yang berada pada rentang $dU < DW < 4 - dU$ menunjukkan bahwa model tidak mengalami autokorelasi.

3. Analisis Korelasi *Pearson Product Moment*

Analisis korelasi guna mengukur kuatnya hubungan antara variabel serta menilai sejauh mana variabel mempengaruhi satu sama lain. Analisis korelasi ini dilakukan dengan menggunakan metode Pearson Product Moment. Korelasi *Pearson Product Moment*, dilambangkan dengan r , memiliki rentang nilai -1 hingga +1 ($-1 \leq r \leq +1$). Nilai $r = -1$ menunjukkan korelasi negatif sempurna, sedangkan $r = 0$ berarti tidak

ada korelasi. Adapun arti nilai r berdasarkan koefisien interval adalah:⁷⁴

- a) 0,80–1,00 = Sangat kuat
- b) 0,60–0,799 = Kuat
- c) 0,40–0,599 = Cukup kuat
- d) 0,20–0,399 = Rendah
- e) 0,00–0,199 = Sangat rendah.

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan metode regresi yang mencakup dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk menghitungnya yaitu: Dalam penelitian ini, digunakan untuk menentukan bagaimana *Beauty Influencer* (X1), dan Fitur Keranjang Kuning TikTok (X2) memiliki pengaruh terhadap (Keputusan Pembelian (Y)). Persamaan analisis regresi berganda:⁷⁵

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

X1 = Variabel bebas (*beauty influencer*)

X2 = Variabel bebas (fitur keranjnag kuning TikTok)

a = Kostanta

b = Koefisien regresi

⁷⁴ Benny Pasaribu Dkk., *Statistika Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Jakarta Timur: Edu Pustaka, 2021), 306–307., n.d.

⁷⁵ Sugiyono, *Statiska Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2021), 275.

ε = Variabel Error

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (secara parsial)

Uji t adalah metode pengujian yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan memeriksa koefisien regresi secara parsial. Hasil uji t kemudian dibandingkan dengan nilai t-tabel berdasarkan aturan yang berlaku:⁷⁶

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji F (secara simultan)

Menurut Ghozali, uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05) dan keputusan hasil ditentukan berdasarkan kriteria berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

⁷⁶ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, cetakan I (Penerbit KBM Indonesia), 52-54.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai R^2 , yang menunjukkan proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel variabel independen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1, semakin baik model dalam menjelaskan variabel dependen. Jika nilai R^2 tinggi, berarti variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen.⁷⁷

⁷⁷ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, cetakan I (Penerbit KBM Indonesia) 2021, h.53.