

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian ialah langkah sistematis yang dipergunakan untuk mendapatkan pengetahuan ilmiah secara objektif. Langkah tersebut dilakukan melalui pengumpulan data dan analisis data guna menjawab rumusan masalah penelitian. Tujuan utama melakukan penelitian ialah guna menambah pengetahuan baik secara teoritis maupun praktis. Sedangkan kegunaan penelitian dapat berupa penelitian murni, terapan, aksi, kebijakan, maupun evaluasi.

Ada dua kategori utama metodologi penelitian: kualitatif serta kuantitatif. Penelitian yang mempergunakan pendekatan penelitian kausal guna menyelidiki hubungan antar variabel secara kuantitatif dikenal sebagai penelitian kuantitatif. (Yam & Taufik, 2021). Pada penelitian ini variabel independen dalam penelitian adalah Live Streaming (X1), Content Marketing (X2), serta Promosi (X3) yang berdampak kepada variabel dependen yakni Keputusan Pembelian (Y). Langkah-langkah dalam metode penelitian kuantitatif antara lain merumuskan masalah penelitian, menentukan variabel, membuat landasan teori dan hipotesis, mengumpulkan serta menganalisis data secara kuantitatif, dan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis. Analisis data yang digunakan di antaranya regresi, uji hipotesis, dan lain sebagainya. Dengan demikian, metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk menjawab rumusan masalah secara sistematis melalui analisis statistik (Candra Susanto et al., 2024)

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini berbasis di Indonesia serta memfokuskan kepada pengguna produk kosmetik Pixy dengan maksud untuk mengukur dampak *live streaming*, konten marketing, serta promosi kepada keputusan pembelian. Kosmetik Pixy yang memproduksi berbagai produk perawatan kulit dan kosmetik cukup dikenal masyarakat khususnya para pemula yang ingin mencoba produk perawatan wajah dan kosmetik. Dapat dilihat pada gambar 3.1 produk terbaru luncuran dari kosmetik pixy yaitu *liquid foundation*, dari produk baru ini dapat disimpulkan kosmetik pixy

berusaha untuk mengikuti tren produk terbaru dimana merk-merk lokal lain sudah memiliki produk *liquid foundation*.

Adapun penelitian ini akan mengambil sampel khususnya pada wilayah Jakarta dengan alasan banyaknya pengguna media sosial terutama aplikasi ecommerce dan kemudahan akses pada wilayah Jakarta dapat memberikan pandangan secara umum tentang bagaimana masyarakat setempat melakukan keputusan pembelian melalui media sosial.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Berlandaskan Candra Susanto et al., (2024) Populasi dalam penelitian mencakup semua unit analisis yang memiliki ciri-ciri serupa atau relevansi yang signifikan terhadap masalah yang sedang diteliti. Ini bisa meliputi individu, kelompok, organisasi, atau fenomena tertentu yang dijadikan fokus penelitian tersebut. Pada penelitian ini populasi yang dipilih ialah seluruh konsumen yang menggunakan produk dari Kosmetik Pixy di wilayah Jakarta. Wilayah ini dipilih karena mewakili pusat populasi urban yang memiliki akses dan pengetahuan terhadap teknologi terbaru paling banyak di Indonesia sebagai contoh misalnya, *live streaming social media* maupun *e-commerce*.

3.3.2. Sampel

Sampel ialah bagian dari populasi yang akan diteliti dalam suatu penelitian. Sampel dipilih secara sistematis berdasarkan kriteria tertentu agar dapat mewakili karakteristik populasi secara umum. Penentuan sampel yang tepat sangat penting karena akan mempengaruhi validitas dan representatifitas data penelitian. Besar sampel bergantung pada jumlah populasi, tingkat ketepatan, dan anggaran yang tersedia. Pengambilan sampel acak, pengambilan sampel acak bertingkat, atau pengambilan sampel kluster adalah metode pengambilan sampel yang valid, tetapi harus disesuaikan dengan spesifikasi populasi yang bersangkutan. Sampel yang sempurna adalah sampel yang acak, tidak bias, dan mencerminkan populasi pada umumnya. Penelitian ini mempergunakan pendekatan Non-Probability Sampling memanfaatkan strategi Purposive sampling. Pada non-probability sampling, tidak seluruh bagian dari populasi mempunyai peluang yang sama guna dipilih menjadi sampel. Peneliti memilih sampel dengan menggunakan kriteria yang sesuai dengan

tujuan penelitian, oleh karena itu dipilihlah pendekatan Purposive Sampling. Peneliti dapat memilih responden dengan keahlian atau pengalaman yang relevan dengan menggunakan pendekatan Purposive Sampling.

Kriteria sampel yang dipergunakan di penelitian ini yaitu:

1. Penduduk yang berdomisili di Jakarta
2. Pengguna produk kosmetik Pixy
3. Berusia 18 tahun ke atas
4. Familiar dengan produk perawatan dan kecantikan khususnya produk dari Kosmetik Pixy

Mengacu pada buku "A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)" oleh Hair et al. (2022), ukuran sampel minimal untuk analisis mempergunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dapat didasarkan pada jumlah indikator yang digunakan di penelitian. Hair et al. (2022) mengemukakan bahwasannya ukuran sampel dapat ditentukan dengan mempertimbangkan jumlah indikator, di mana pendekatan aturan praktis yang umum digunakan adalah 5-10 kali jumlah indikator. Dengan demikian, penelitian yang melibatkan 14 indikator akan memerlukan minimal 70 hingga 140 sampel untuk mencapai validitas dan representasi yang memadai.

Berikutnya, aturan praktis lain yang disarankan adalah untuk mengumpulkan data dari sampel yang lima kali lebih besar dari total jumlah indikator yang digunakan, sehingga memperkuat keandalan analisis yang dilakukan. Dalam konteks penelitian ini, jumlah sampel sebesar 126 ($14 \text{ indikator} \times 9$) dianggap mencukupi untuk memberikan hasil yang representatif terhadap populasi pengguna produk kosmetik di wilayah Jakarta.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner adalah alat yang biasa dimanfaatkan guna mengakumulasikan informasi di penelitian, serta kami melihat aplikasinya di penelitian ini. Kuesioner dipergunakan dalam mengakumulasikan data primer secara tertulis secara langsung dari responden penelitian. Isi kuesioner berupa serangkaian pertanyaan yang harus dijawab yang dapat mengidentifikasi hubungan antara variabel yang digunakan. Untuk mempermudah pengumpulan data dari responden di wilayah Jakarta,

kuesioner akan dikirimkan melalui online mempergunakan Google Form serta disusun menggunakan skala sikap.

Penyusunan kuesioner meliputi beberapa tahap, yaitu menentukan tujuan pengumpulan data, merumuskan pertanyaan, serta menyusun skema dan format pertanyaan. Kuesioner disusun secara sistematis dan mudah dimengerti agar dapat diisi dengan benar oleh responden. Serangkaian pernyataan yang mengukur pandangan responden terhadap faktor-faktor tersebut melalui penggunaan skala Likert membentuk kuesioner yang dipergunakan.

Skala Likert adalah metode untuk mengukur perasaan, pikiran, dan preferensi orang dalam kaitannya dengan suatu hal. Ada sejumlah pernyataan dalam skala ini, dan responden dapat memperlihatkan tingkat persetujuan ataupun ketidaksetujuan mereka kepada tiap-tiap pernyataan melalui penggunaan skala Likert empat poin. Biasanya menggunakan skala 5 poin. Pernyataan dalam skala Likert dibuat secara positif dan negatif agar tidak bias. Skala Likert relatif mudah dibuat dan diolah serta mampu mengukur intensitas sikap seseorang. Oleh karena itu, skala Likert sering digunakan sebagai salah satu alternatif penyusunan pertanyaan dalam kuesioner.

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Jawaban	Skore
1	Setuju/selalu/sangat positif	5
2	Setuju/sering/positif	4
3	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
4	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
5	Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

3.5. Definisi Operasional Sumber: Hikmawati F, 2017

Definisi operasional adalah definisi yang mengacu pada fitur-fitur yang sudah ada dalam definisi-definisi yang sudah ada. (Hafni Sahir, 2022) Definisi Operasional bertujuan untuk memberikan peneliti lain kesempatan mengidentifikasi apa yang telah di definisikan oleh peneliti sebelumnya. Definisi Operasional dari penelitian ini ialah :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
----------	---------	-----------	-------

Keputusan pembelian suatu tindakan memilih Produk (Prasetyono et al., 2021) dengan pilihan-pilihan, yang mungkin terdiri dari dua atau lebih dari dua pilihan, yang harus dipilih.	Pemilihan Produk	Saya selalu melakukan research tentang merk dan asal usul produk pixy	Likert 1-5
	Rekomendasi dari pelanggan lain	Saya membeli produk pixy karena direkomendasi oleh teman/kerabat/saudara	
	Cara Pembayaran	Produk pixy memiliki kemudahan dalam bertransaksi	
Live Streaming (Zhang, 2022) merupakan strategi dimana host (streamer) melakukan presentasi produk dan menawarkan produk melalui siaran live video.	Persepsi Kualitas Produk	Saya tertarik untuk membeli produk pixy karena <i>host/streamer</i> menunjukkan kualitas produk di live streaming	Likert 1-5
	Kredibilitas Host	Saya tertarik untuk membeli produk pixy karena <i>host/streamer</i> memiliki kemampuan menjual yang bagus dan menarik	
	Diskon/Potongan Harga	Saya tertarik untuk membeli produk pixy saat live streaming karena terdapat potongan harga	
Konten Marketing (Mahendra, 2021) adalah pendekatan yang digunakan untuk	Kognisi Pembaca	Saya tertarik pada produk pixy karena memiliki visual konten pemasaran yang unik dan	Likert 1-5

membuat dan mendistribusikan konten melalui situs web atau media sosial.		menarik	
	Motivasi Berbagi	Saya tertarik pada konten marketing pixy yang memiliki informasi/pengetahuan tentang produk	
	Persuasi	Saya suka produk pixy karena memiliki konten yang menunjukkan keunggulan produknya dibanding produk lain	
	Pengambilan Keputusan	Saya memilih produk pixy berdasarkan trik pemasaran penjualannya pada media sosial	
	Faktor Kehidupan	Saya membeli produk pixy karena teman dan kerabat saya menggunakan produk yang sama	
Promosi (Syahputra et al., 2023) adalah kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan guna	Diskon/Potongan Harga	Saya lebih suka membeli produk pixy dengan potongan harga daripada gratis ongkir	Likert 1-5
	Cashback	Saya suka jika membeli produk pixy mendapatkan <i>cashback</i>	

membeli suatu produk. Tampilan Digital	Saya suka membeli produk pixy di e-commerce tiktok/shopee karena tampilan digital yang mudah dipahami
--	---

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Tujuan analisis statistik deskriptif bukan untuk menarik kesimpulan atau generalisasi yang luas dari data, tetapi lebih kepada memberikan gambaran yang rinci mengenai data mentah yang diperoleh sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Teknik analisis statistik deskriptif hanya berfokus pada penjabaran karakteristik data semata tanpa bermaksud melakukan generalisasi atau kesimpulan yang bersifat umum (Hafni Sahir, 2022). Analisis statistik deskriptif merupakan tahap pertama dalam melakukan analisis terhadap suatu himpunan data yang melibatkan proses membuat ringkasan dan memberikan penjelasan mengenai karakteristik dasar dari set data tersebut. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai pola, tren, serta sifat-sifat pokok yang melekat pada data, sehingga dapat menggambarkan data secara umum. Dengan kata lain, analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan data secara ringkas dan mudah dipahami berdasarkan ciri-ciri pokok yang terkandung di dalamnya. Penelitian ini akan mempergunakan metode analisis data statistik deskriptif guna mencari tahu dampak dari variabel live streaming, konten marketing, promosi.

3.6.2 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Bagian penting dari penelitian adalah menentukan validitas konstruk instrumen, yaitu sejauh mana instrumen tersebut secara akurat mewakili topik yang sedang dinilai.(Hikmawati, 2017). Untuk menguji validitas konstruk, peneliti dapat melakukan analisis faktor eksploratif atau konfirmatori menggunakan perangkat lunak SPSS. Untuk menemukan struktur atau pola yang sebelumnya tidak terlihat dalam data, analisis faktor digunakan untuk

mengekstrak faktor laten dari variabel empiris. Hasil analisis faktor akan memberikan gambaran seberapa jauh variabel-variabel yang diamati dapat mencerminkan konstruk yang diukur melalui instrumen. Untuk memastikan alat ukur penelitian cukup valid untuk menghasilkan temuan yang akurat dari analisis, prosedur ini diikuti. Kriteria berikut digunakan untuk membandingkan r hitung dengan r tabel untuk melakukan uji validitas tersebut:

- a. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maknanya kuesioner dinyatakan valid
- b. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maknanya kuesioner dinyatakan tidaklah valid

2. Uji Reliabilitas

Mengetahui seberapa baik alat pengukur mempertahankan akurasi dan presisi di banyak pengukuran adalah tujuan dari uji reliabilitas. Melalui uji reliabilitas, kita dapat mengetahui seberapa handal atau dapat diandalkannya suatu instrumen tersebut. Terdapat beberapa cara untuk menguji reliabilitas, di antaranya adalah uji reliabilitas *alfa Cronbach*, *re-test reliability*, dan *parallel/alternative form reliability*.

Uji reliabilitas *alfa Cronbach* digunakan untuk mengukur konsistensi butir-butir item dalam satu skala atau instrumen pengukuran. Secara umum, nilai Cronbach's alpha 0,6-0,7 bisa diandalkan, sementara nilai lebih dari 0,8 sangat dapat diandalkan. Untuk memeriksa reliabilitas tes ulang, merupakan praktik umum untuk mengukur ulang subjek yang sama dalam jangka waktu tertentu. Semakin dekat skor antara uji awal dan ulang, maka semakin tinggi tingkat reliabilitasnya. Sedangkan *parallel/alternative form reliability* melibatkan pengukuran dengan dua bentuk alternatif instrumen yang sepadan dan melihat korelasinya, dimana semakin tinggi korelasi yang diperoleh akan semakin menunjukkan tingginya reliabilitas instrumen. (Sumber: (Field, 2022). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage.)

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah guna memastikan apakah residual, yang merupakan hasil akhir dari pengurangan nilai yang diproyeksikan dengan nilai aktual, mengikuti distribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov adalah salah satu dari sekian banyak uji normalitas yang tersedia; uji ini menentukan apakah

distribusi data sesuai dengan distribusi normal ataupun tidak; distribusi residual dianggap normal bila tingkat signifikansinya $> 0,05$. Uji Shapiro-Wilk mengukur sejauh mana data aktual berbeda dengan data yang seharusnya didistribusikan secara normal jika signifikansi $> 0,05$, maka residual berasal dari populasi normal. Lalu ada Uji Liliefors yang menggunakan nilai kritis untuk setiap nilai jumlah observasi, jika statistik hitung $<$ nilai kritis, maka distribusi residual sama dengan normal.

Untuk memeriksa secara visual apakah residual tersebar normal ataupun tidak, bisa menggunakan P-P plot atau grafik histogram.

2. Uji Multikolinearitas

Memeriksa hubungan atau keterkaitan antara variabel independen model adalah tujuan dari uji ini. Jika variance inflation factor (VIF) < 10 serta nilai tolerance $> 0,1$, maknanya hal ini mengindikasikan tidaklah terjadi multikolinieritas. Uji toleransi (tol) digunakan untuk menguji multikolinearitas. Bila ditemukan hubungan yang kuat diantara variabel ($> 0,8$), maknanya hal ini menunjukkan adanya multikolinieritas. (Candra Susanto et al., 2024)

3. Uji Heteroskedastisitas

Satu diantara uji asumsi klasik yang dikerjakan ialah uji homogenitas varians untuk memastikan bahwa varians residual pada semua observasi adalah sama atau konstan. Uji ini dimulai dengan memvisualisasikan pola distribusi residual melalui scatterplot. Heteroskedastisitas tidaklah terjadi jika titik-titik residual tidaklah mengikuti pola tertentu. Tetapi, heteroskedastisitas ditunjukkan dengan adanya pola tertentu.

Selanjutnya dilakukan Uji Glejser yang menguji hubungan logaritma residual kuadrat terhadap variabel independen. Heteroskedastisitas didefinisikan dengan adanya hasil yang signifikan secara statistik. Jika hasilnya signifikan, berarti terdapat heteroskedastisitas. Terakhir, uji korelasi Spearman mengukur hubungan antara residual absolut dan variabel independen, dimana korelasi yang signifikan menyiratkan terjadinya masalah heteroskedastisitas.

Uji yang lain adalah uji autokorelasi guna memeriksa apakah ada hubungan diantara residual satu periode ke periode berikutnya. Analisis regresi dipergunakan guna mencari tahu bagaimana setiap variabel independen

mempengaruhi variabel dependen jika semua pemeriksaan asumsi klasik terpenuhi. (Hafni Sahir, 2022).

3.6.4 Uji Kelayakan Model

1. Uji F

Penelitian ini mempergunakan uji F guna mencari tahu apakah faktor-faktor independen berdampak kepada variabel dependen ketika secara bersama-sama. Memeriksa F-statistik temuan pengujian terhadap F-statistik tabel adalah urutan pertama. Untuk menolak hipotesis nol serta menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwasannya variabel independen mempengaruhi variabel dependen, nilai statistik F harus lebih besar dari nilai tabel F.

Salah satu pendekatan alternatif untuk melakukan uji F ialah melalui cara membandingkan nilai p-value ataupun tingkat signifikansi dari uji F dengan tingkat signifikansi 5%. Hipotesis alternatif diterima bila nilai p-value $< 0,05$, yang berarti hipotesis nol ditolak. Kami menolak hipotesis nol jika, secara ringkas, F-statistik $>$ nilai kritis F-tabel ataupun nilai p-value $< 0,05$. Kebalikannya, bila kedua syarat ini tidaklah terpenuhi, maknanya hipotesis nol diterima. (Yam & Taufik, 2021)

2. Uji Koefisien Determinasi

Salah satu cara guna mengetahui seberapa besar variasi variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat adalah dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R-square/R²). Terdapat rentang 0-1 untuk nilai R-squared. Keakuratan prediksi variabel dependen oleh model regresi meningkat ketika nilainya mendekati 1. Berikut adalah beberapa aspek penting mengenai uji R-squared untuk koefisien determinasi:

1. Varians didalam variabel dependen bisa diuraikan oleh variabel independen pangkat dari nilai R-squared. Ketika nilai R-squared naik, ini menunjukkan bahwa proporsi yang lebih besar dari variasi yang diamati pada variabel dependen bisa diuraikan oleh variabel independen.
2. Terdapat rentang 0-1 untuk nilai R-squared. Dengan tidak adanya nilai R-squared, model tidak dapat menjelaskan varians yang diamati dalam variabel dependen. Ketika nilai R-squared model adalah 1, hal tersebut

memperlihatkan bahwasannya model sepenuhnya menguraikan fluktuasi variabel dependen.

Signifikansi dari nilai R-squared diuji dengan menggunakan uji F. Memprediksi variabel dependen dengan menggunakan keseluruhan model dimungkinkan bila nilai signifikansi $< 0,05$. Makin besar nilai R-square berarti makin baik kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen. Namun nilai R-square hanya memberikan gambaran besaran penjelasan variabel independen terhadap dependen, bukan ukuran keakuratan prediksi individu. R-square harus selalu diperhatikan bersamaan dengan signifikansi masing-masing koefisien regresi untuk menilai sumbangan setiap variabel independen dalam model. (Candra Susanto et al., 2024)

3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Dengan menggabungkan nilai dari banyak variabel independen, analisis statistik regresi linier berganda dapat memprediksi nilai dari sebuah variabel dependen. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dipengaruhi oleh setiap variabel independen, baik secara terpisah maupun sekaligus. Untuk memastikan data bersifat normal, tidak terjadi multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta autokorelasi, sehingga dikerjakan pengujian asumsi klasik sebelum dilakukan analisis. Dengan menggunakan uji F serta koefisien determinasi, penelitian ini mengungkapkan bahwasannya faktor-faktor independen secara parsial dan simultan mempengaruhi variabel dependen. Model yang dihasilkan berguna untuk memprediksi dan meramal nilai variabel terikat baru berdasarkan kombinasi nilai variabel bebas. (Sudariana & Yoedani, 2020)

3.7 Uji Hipotesis

Untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya, pengujian hipotesis adalah bagian penting dari penelitian kuantitatif. Dua jenis hipotesis yang paling umum adalah hipotesis alternatif (H_a) serta hipotesis nol (H_0). Hipotesis nol (H_0) merupakan pernyataan yang akan ditolak jika terdapat bukti yang cukup untuk menolaknya, biasanya berupa pernyataan tidak ada pengaruh atau hubungan. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) merupakan pernyataan yang berlawanan dengan hipotesis nol, biasanya berupa pernyataan ada pengaruh atau hubungan.

Statistik uji yang digunakan tergantung pada jenis data dan masalah penelitian, di antaranya adalah uji-t dan uji F tingkat signifikansi (α) digunakan untuk menentukan besarnya resiko menolak H_0 padahal sebenarnya H_0 benar, biasanya menggunakan $\alpha = 5\%$ atau 1% . Perbandingan nilai probabilitas dengan α digunakan untuk menentukan pilihan. H_0 ditolak, menunjukkan bahwa ada bukti untuk menerima H_a , jika nilai probabilitas lebih kecil dari α . Namun, jika lebih besar, H_0 ditolak. Jadi, guna mencari tahu apakah hipotesis nol diterima ataupun ditolak, pengujian hipotesis sangat membantu. (Hafni Sahir, 2022).