

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Paradigma merupakan konstruksi manusia (*Human Construction*) yang berupa gagasan yang dipresentasikan melalui cara peneliti memahami dunia sebagai realitas. Paradigma yaitu cara melihat atau (*way of looking*) sebuah realitas, sehingga perlu dimengerti kegunaannya. Melalui paradigma, peneliti bisa menentukan pijakan teori serta metode penelitian yang digunakan. (Rahardjo, 2009).

Menurut Sarantakos pada tahun 1995 Paradigma adalah proposisi yang menjelaskan bagaimana dunia dihayati (*perceived*) serta mengandung pandangan dunia atau *Worldview*, dimana paradigma ini merupakan salah satu cara untuk memecah-mecah kompleksitas dunia nyata, serta menjelaskan apa yang penting, apa yang memiliki legitimasi, dan apa yang masuk akal. Sementara itu dalam Neuman (2006) Paradigma merupakan kerangka berpikir yang bicara terkait teori dan fenomena dari sebuah asumsi dasar, isu utama, desain penelitian dan serangkaian metode atau cara untuk menjawab suatu pernyataan-pernyataan dari penelitian yang sudah dibuat. (Manzilati, 2017).

Paradigma penelitian menurut (Muslim,2018) yaitu salah satunya merupakan paradigma positivis dimana paradigma ini berawal dari pemikiran August Comte (1798-1857). Paradigma ini lalu dikembangkan oleh filsuf asal Inggris yang bernama John Stuart Mill. Ia juga merupakan seorang yang ahli dalam bidang ekonomi, pemikiran dari John Stuart ini cukup berpengaruh terhadap tulisan-tulisannya yaitu *Cours De Philosophie* (Kursus filsafat positif) dan *Systeme de Politique positive* (Sistem politik positif). Jadi, paradigma positivis ini adalah paradigma yang bersifat deduktif dan spesifik yang didasarkan pada hukum kausal serta universal yang melibatkan sejumlah variabel. Dan pada akhirnya paradigma ini muncul dengan pendekatan kuantitatif. (Muslim, 2015).

Alasan penelitian ini menggunakan paradigma positivisme karena peneliti ingin melihat bagaimana pengaruh intensitas menonton konten promosi di TikTok terhadap minat beli (Studi Korelasi Pada Akun @natasha.surya di Kalangan *Followers*). Apakah ada pengaruh yang dihasilkan setelah menonton konten yang berada di akun @natasha.surya terhadap minat beli. Dalam hal ini, peneliti menggunakan paradigma positivisme sebab penelitian ini bersifat objektif, dapat diukur, diamati, dan diuji yang terkait dengan melihat bagaimana pengaruh intensitas menonton konten promosi di TikTok terhadap minat beli (Studi Korelasi Pada Akun @natasha.surya di Kalangan *Followers*).

3.2. Metode Penelitian

Menurut Silalahi 2009, metode penelitian adalah proses yang bersifat sistemis yang tertata untuk mengeksplorasi suatu masalah tertentu dengan makna agar mendapatkan informasi guna dengan alasan sebagai penyelesaian atas suatu masalah. Maka dari itu metode penelitian bisa disebut keseluruhan langkah-langkah ilmiah dengan tujuan untuk menemukan penyelesaian dari masalah yang muncul. (Soraya, 2019).

Menurut Vardiansyah (2005 : 64) Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif yang merupakan jenis penelitian untuk membangun pengetahuan serta memperoleh kebenaran dari data-data terukur dan mempunyai arti bahwa data yang sudah ada harus dikumpulkan, digaram, dianalisis dengan matematika dan statistika. (Utari, 2017).

Metode di dalam penelitian ini disebut dengan metode kuantitatif sebab berhubungan dengan data yang berupa angka-angka dan uraian menggunakan statistik. Maka peneliti memiliki tujuan untuk mengukur dan melihat bagaimana pengaruh intensitas menonton konten promosi di TikTok terhadap minat beli (Studi Korelasi Akun @natasha.surya di Kalangan *Followers* TikTok. Biasanya penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan metode survei karena untuk mengkaji suatu populasi (atau *univers*) yang besar maupun kecil dengan menyeleksi serta mengkaji sampel yang dipilih dari populasi untuk menemukan indensi, distribusi dan interelasi relatif dari variabel-variabel sosiologis dan psikologis. (Widodo, 2017).

Alasan peneliti menggunakan metode survei yaitu untuk meninjau informasi serta data dari berbagai orang yang telah ditetapkan sebagai responden, agar data menjadi tepat dan sesuai sasaran peneliti, maka peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari berbagai responden. Sedangkan, alasan peneliti menggunakan metode kuesioner yaitu karena responden memiliki cukup banyak waktu untuk memikirkan jawaban serta peneliti juga harus percaya bahwa yang diisikan oleh responden adalah keadaan yang sebenarnya, di mana kuesioner ini diberikan kepada *followers* akun TikTok @natasha.surya (Edi Suryadi, 2019).

3.2.1. Strategi Penelitian

Kemudian menurut (Vardiansyah 2005 : 67) Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu survei dan mengambil sampel dari seluruh populasi dengan menggunakan kuesioner menjadi cara untuk data yang esensial. Selain itu metode survei juga mengarah yang digunakan untuk meninjau hubungan antar variabel. Jenis survei yang dilakukan adalah *cross sectional* dimana mengambil data satu periode waktu. Hal ini sangat cocok dengan penelitian ini. Terlebih lagi yang harus dipahami dari jenis ini, memiliki kelebihan dalam mengambil data secara umum, dan juga jenis ini memiliki keuntungan dalam mengambil data dalam waktu yang lebih cepat (Creswell, 2014). Penelitian ini bermaksud mengukur dua variabel untuk mengetahui pengaruh variabel X (Intensitas Menonton) antara variabel Y (Minat Beli). (Utari, 2017).

3.3. Populasi dan Sampel

Menurut sugiyono (2010 : 87) **Populasi** merupakan kuantitas atau karakteristik yang sudah ditentukan sesuai zona generalisasi dan populasi ini juga sudah ditetapkan oleh peneliti dimana tujuannya yaitu untuk dipelajari dan menghasilkan kesimpulan. (Utari, 2017). Peneliti ingin meneliti pengaruh intensitas menonton konten promosi di TikTok terhadap minat beli (Studi Korelasi Pada Akun @natasha.surya di Kalangan *Followers*. Dalam penelitian ini, populasi yang akan

peneliti gunakan adalah pengguna aplikasi TikTok, berusia 18 – 35 Tahun dan *follow* akun TikTok @natasha.surya.

Menurut Sugiyono (2007 : 81) **Sampel** adalah faktor sejumlah karakteristik yang dimiliki suatu populasi. Apabila populasi besar, peneliti tidak harus mempelajari semuanya, maka dari itu peneliti mengaplikasikan sampel yang diambil dari populasi yang bisa mewakili. (Utari, 2017).

Penelitian ini menggunakan Teknik dengan pengambilan sampel *Non Probability Sampling* yaitu spesifik kepada sampel *purposive sampling*. *Non probability Sampling* itu sendiri adalah pengambilan sampel yang tidak menambah peluang yang sama untuk setiap elemen dalam populasi yang dipilih sebagai sampel (Dr. Fenti Hikmawati, 2018).

Sedangkan *purposive sampling* yaitu Teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti sehingga hanya anggota populasi yang memenuhi kriteria tersebut yang ditarik sebagai anggota sampel penelitian maka dari itu sampel purposif memiliki keyakinan peneliti bahwa anggota dari populasi bisa dijadikan sampel serta memberikan informasi yang diperlukan. (Edi Suryadi, 2019). Menurut Kriyantono (2012 : 154) *Purposive Sampling* merupakan Teknik penarikan sampel yang menyesuakannya dengan tujuan penelitian, dimana sampel yang digunakan sesuai dengan kriteria tertentu yang sudah ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. (Soraya, 2019).

Alasan peneliti menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* dengan *purposive sampling* yaitu karena peneliti ingin menemukan kriteria yang sudah ditentukan berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok yang berumur 18-35 Tahun. Dimana di dalam penelitian ini mengenai “Pengaruh intensitas menonton konten promosi di TikTok terhadap minat beli (Studi Korelasi Pada Akun @natasha.surya di Kalangan *Followers*”. Akhirnya, peneliti akan melakukan penelitian terhadap pengguna aplikasi TikTok di kalangan *followers* TikTok demi mencapai kebutuhan 100 Responden. Maka dari itu untuk menghitung jumlah sampel yang akan kami teliti dari populasi tersebut, peneliti menggunakan Rumus Slovin dengan rumus sebagai berikut :

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

dengan,

n : Sampel

N : Populasi

e : Taraf kesalahan atau nilai kritis

Gambar 3.1 Rumus Slovin
(Ir. Syofian Siregar, 2013).

Dalam hal ini, jumlah *followers* akun TikTok @natasha.surya yaitu 1,5 Juta, Maka apabila dimasukan kedalam sampel *margin error* 10% ialah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.500.000}{1 + 1.500.000 (0,10)^2} \\ &= \frac{1.500.000}{1 + 1.500.000 \times (0,01)} \\ &= \frac{1.500.000}{15.001} \\ &= 99,993 \\ &= 100 \text{ Sampel} \end{aligned}$$

Maka daripada itu peneliti menyimpulkan bahwa akan menyebarkan kuesioner sebanyak 100 kepada *followers* akun TikTok @natasha.surya. Peneliti memilih kalangan *followers* akun TikTok @natasha.surya sebagai pilihan responden yaitu dengan alasan dikarenakan peneliti sudah mempertimbangkannya demi mencapai kebutuhan 100 responden. Sebab terlihat pada judul peneliti bahwa konten dari akun @natasha.surya sendiri merupakan konten yang bisa sangat mempengaruhi untuk minat beli. Serta kebanyakan yang berumur 18 - 35 Tahun banyak kalangan dari generasi milenial hingga gen z berbelanja di *e-commerce*.

3.3.1. Operasionalisasi Konsep

Tabel 3.1 Tabel Operasional

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Kategori Skala Likert
1	Variabel X (Intensitas Menonton)	Frekuensi	a) Selalu menonton postingan	1. Saya selalu menonton postingan	SS, S, TS, STS

	terbaru akun TikTok @natasha. surya	terbaru akun TikTok @natasha.s urya	
	b) Selalu menonton siaran live akun TikTok @natasha. surya	2. Saya selalu menonton siaran live akun TikTok @natasha.s urya	SS, S, TS, STS
	c) Selalu menonton postingan akun TikTok @natasha. surya berulang kali	3. Saya selalu menonton postingan akun TikTok @natasha.s urya berulang kali	SS, S, TS, STS
Durasi	a) Menonton setiap postingan akun TikTok @natasha. surya sampai selesai	4. Saya menonton setiap postingan akun TikTok @natasha.s urya sampai selesai	SS, S, TS, STS
	b) Menonton siaran live akun TikTok @natasha. surya sampai selesai	5. Saya menonton siaran live akun TikTok @natasha.s urya sampai selesai	SS, S, TS, STS

			c) Selalu menonton setiap postingan akun TikTok @natasha.surya secara lengkap (Tidak di Skip)	6. Saya selalu menonton setiap postingan akun TikTok @natasha.surya secara lengkap (Tidak di Skip)	SS, S, TS, STS
			d) Selalu menonton siaran live akun TikTok @natasha.surya secara lengkap (Tanpa di Jeda)	7. Saya selalu menonton siaran live akun TikTok @natasha.surya secara lengkap (Tanpa di Jeda)	SS, S, TS, STS
			e) Menikmati setiap postingan dan siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok @natasha.surya	8. Saya menikmati setiap postingan dan siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok @natasha.surya	SS, S, TS, STS
2	Variabel Y (Minat Beli)	<i>Attention</i> (Perhatian)	a) Postingan akun TikTok @natasha.surya mampu menarik perhatian terhadap minat beli di kalangan followers TikTok	9. Menurut saya, postingan akun TikTok @natasha.surya mampu menarik perhatian terhadap minat beli di kalangan	SS, S, TS, STS

<i>Interest</i> (Ketertarikan)	a) Setelah melihat	13. Menurut saya,	SS, S, TS, STS
	d) Siaran live akun @natasha.s urya memberikan dampak yang positif terhadap pengetahuan di kalangan <i>followers</i> TikTok	12. Menurut saya, siaran live akun @natasha.s urya memberikan dampak yang positif terhadap pengetahuan di kalangan <i>followers</i> TikTok	SS, S, TS, STS
	c) Postingan akun @natasha.s urya memberikan dampak yang positif terhadap pengetahuan di kalangan <i>followers</i> TikTok	11. Menurut saya, postingan akun @natasha.s urya memberikan dampak yang positif terhadap pengetahuan di kalangan <i>followers</i> TikTok	SS, S, TS, STS
	b) Siaran live TikTok @natasha.s urya mampu menarik perhatian terhadap minat beli di kalangan <i>followers</i> TikTok	10. Menurut saya, siaran live TikTok @natasha.s urya mampu menarik perhatian terhadap minat beli di kalangan <i>followers</i> TikTok	SS, S, TS, STS
		<i>followers</i> TikTok	

	postingan akun TikTok @natasha.s urya orang tertarik untuk melakukan pembelian	setelah melihat postingan akun TikTok @natasha.s urya orang tertarik untuk melakukan pembelian	
b)	Setelah melihat siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok @natasha.s urya orang tertarik untuk melakukan pembelian	14. Menurut saya, setelah melihat siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok @natasha.s urya orang tertarik untuk melakukan pembelian	SS, S, TS, STS
c)	Akun TikTok @natasha.s urya memiliki daya tarik tersendiri di kalangan followers TikTok dalam minat beli	15. Menurut saya, akun TikTok @natasha.s urya memiliki daya tarik tersendiri di kalangan followers TikTok dalam minat beli	SS, S, TS, STS
d)	Postingan pada akun TikTok @natasha.s urya membuat kalangan followers di TikTok	16. Menurut saya, postingan pada akun TikTok @natasha.s urya membuat	SS, S, TS, STS

	teredukasi mengenai produk dan memiliki minat untuk membeli		kalangan followers di TikTok tereduksi mengenai produk dan memiliki minat untuk membeli
e)	Siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok @natasha.surya membuat kalangan followers di TikTok tereduksi mengenai produk dan memiliki minat untuk membeli	17.	Menurut saya, siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok @natasha.surya membuat kalangan followers di TikTok tereduksi mengenai produk dan memiliki minat untuk membeli
f)	Postingan pada akun TikTok @natasha.surya memiliki ciri khas yang menumbuhkan minat beli pada followersnya	18.	Menurut saya, postingan pada akun TikTok @natasha.surya memiliki ciri khas yang menumbuhkan minat beli pada followersnya
g)	Siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok @natasha.su	19.	Menurut saya, siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok
			SS, S, TS, STS
			SS, S, TS, STS
			SS, S, TS, STS

	rya memiliki ciri khas yang menumbuhkan minat beli pada followersnya	@natasha.s urya memiliki ciri khas yang menumbuhkan minat beli pada followersnya	
<i>Desire</i> (Keinginan)	a) Postingan pada akun TikTok @natasha.surya sudah mempromosikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen	20. Menurut saya, postingan pada akun TikTok @natasha.surya sudah mempromosikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen	SS, S, TS, STS
	b) Siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok @natasha.surya sudah mempromosikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen	21. Menurut saya, siaran live yang dilakukan oleh akun TikTok @natasha.surya sudah mempromosikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen	SS, S, TS, STS
	c) Postingan konten akun TikTok @natasha.surya memiliki pengaruh besar terhadap minat beli dalam produk yang	22. Menurut saya, postingan konten akun TikTok @natasha.surya memiliki pengaruh besar terhadap	SS, S, TS, STS

	dipromosikan	minat beli dalam produk yang dipromosikan	
	d) Siaran live yang dilakukan akun TikTok @natasha.surya memiliki pengaruh besar terhadap minat beli dalam produk yang dipromosikan	23. Menurut saya, siaran live yang dilakukan akun TikTok @natasha.surya memiliki pengaruh besar terhadap minat beli dalam produk yang dipromosikan	SS, S, TS, STS

3.3.2. Variabel Bebas (*Independent Variables*)

Variabel bebas (*independent variables*) yaitu variabel yang ditetapkan oleh peneliti sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Penelitian ini memiliki variabel (X) intensitas menonton yang memiliki dimensi frekuensi dan durasi.

3.3.3. Variabel Terikat (*Dependent Variables*)

Variabel terikat (*dependent variables*) yaitu variabel-variabel yang ditetapkan peneliti sebagai variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini variabel (Y) adalah minat beli yang memiliki beberapa dimensi yaitu, *attention, interest, dan desire*.

Dalam membuat Operasional Konsep peneliti ingin mengacu terhadap penelitian sebelumnya yang sudah ada dibagian Kajian Literatur yang terdiri dari

buku, jurnal serta skripsi kuantitatif komunikasi dan salah satu skripsi acuan dari peneliti ada yang menggunakan Pendekatan Kuantitatif yang membahas Intensitas menonton dan minat beli.

3.3.4. Hipotesa Penelitian

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif, hipotesis sangat diperlukan kecuali yang menggunakan variabel tunggal. Menurut Hadi, (2002) dalam Widodo, Hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara yang masih memerlukan pembuktian. Karena ia merupakan dugaan, maka hipotesis harus dinyatakan dalam bentuk “pernyataan” dan sinkron dengan rumusan masalah. Pembuktian yang ingin dicapai oleh hipotesis adalah sebagai upaya untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Hipotesis dapat berupa hipotesis *nihil/null* (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis *nihil* adalah dugaan yang menyatakan kesamaan atau tidak adanya perbedaan antara dua kelompok (atau lebih) tentang suatu perkara yang dipersoalkan. Sedangkan hipotesis alternatif yaitu terkait dengan dugaan yang menyatakan ketidaksamaan atau perbedaan. (Widodo, 2017).

Dengan ini hipotesis yang diajukan peneliti seperti di bawah :

1. Hipotesis Penelitian
Ada pengaruh/Tidak ada pengaruh
 2. Hipotesis Operasional
 H_a : Ada pengaruh intensitas menonton terhadap minat beli
 H_0 : Tidak ada pengaruh intensitas menonton terhadap minat beli
- Hipotesis Statistik
 H_a : $r \neq 0$ (berarti ada hubungan)
 H_0 : $r = 0$ (berarti tidak ada hubungan)

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang peneliti kumpulkan untuk menentukan kualitas penelitian yang dilakukan.

Berikut Teknik-teknik pengumpulan data penelitian :

1. Data Primer

Data primer ialah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama dari objek penelitian yang sudah ditetapkan.

- a. Penelitian Lapangan atau (*Field Research*) ini mengumpulkan data di lapangan dan melingkupi kegiatan survey secara langsung di lokasi penelitian dengan menyebarkan kuesioner (Soraya, 2019).
- b. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara.
- c. Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian.
- d. Kuesioner atau biasa dibidang (angket) merupakan suatu teknik pengumpulan informasi dengan beberapa karakteristik orang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolaannya.

- a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) Penelitian ini mengumpulkan data melalui literatur dan sumber bacaan yang mendukung penelitian dengan buku-buku, jurnal, media, online, serta internet. (Ir. Syofian Siregar, 2013).

Teknik pengumpulan data peneliti menggunakan Teknik penelitian kepustakaan atau *library research* dimana penelitiannya mengumpulkan data yang didukung dengan buku-buku, jurnal, kajian literatur, serta internet.

Serta peneliti juga mengumpulkan data terkait dengan penelitian yaitu dengan menggunakan data primer yaitu kuesioner secara *online*. Kuesioner sendiri biasa di bilang (angket) merupakan suatu teknik pengumpulan informasi dengan beberapa karakteristik orang.

Maka dari itu metode penyebaran yang akan dilakukan sampai saat ini yaitu yang berusia 18 -35 Tahun dan *follow* akun TikTok @natasha.surya dimana sesuai dengan ketentuan yang sudah dimiliki peneliti.

3.5. Metode Pengujian Data

3.5.1. Pilot Testing

Dalam melakukan analisis data peneliti sudah menguji dan *research* terlebih dahulu instrumen penelitian yang akan disebarakan ke banyak responden. Jumlah yang akan menguji instrumen adalah 30 orang dan selain diberikan pertanyaan, responden juga bisa memberikan masukan terhadap kuesioner yang diberikan. Tujuan utama dalam membuat pilot testing ini adalah untuk menguji validitas dan reabilitas yang dimiliki instrumen tersebut.

A. Uji Validitas

Validitas adalah pengujian untuk melihat apakah instrumen berakitan telah mengukur kebenaran konsep serta konstruk yang seharusnya diukur. Validitas instrumen dibedakan menjadi validitas isi, kriteria dan konstruk. Validitas isi (*content validity*) yaitu kemampuan instrumen untuk mengukur substansi yang harus diukur sedangkan Validitas kriteria (*criteria validity*) yaitu kemampuan instrumen untuk memprediksi, dan validitas konstruk (*construct validity*) yaitu kemampuan instrumen untuk diinterpretasikan ke dalam konstruk tertentu.

Peneliti akan menggunakan rumus validitas konstruk dimana peneliti juga menggunakan SPSS Amos 24 sebagai alat untuk menghitung *pilot testing*. Hal yang menjadi sebuah pengukuran yaitu :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi
 $\sum X$: jumlah skor item
 $\sum Y$: jumlah skor total item
n : jumlah responden

*Gambar 3.2 Rumus Validitas Konstruk
(Ir. Syofian Siregar, 2013).*

- a) Jika r Hitung $>$ r Tabel maka item pertanyaan valid.
- b) Jika r Hitung $<$ r Tabel maka item pertanyaan tidak valid

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 orang dengan 23 pernyataan yang sesuai dengan karakteristik target responden. Nilai r Hitung sesuai dengan jumlah 30 responden adalah 0,361. Sehingga berikut hasil penyebaran kuesioner dalam pengujian validitas yang sudah dihitung menggunakan program SPSS, maka dari itu berikut data dari 23 item pernyataan:

Tabel 3.2 Hasil 23 Item Pernyataan Validitas

No.	Item Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Status
1	Item1	0,361	0,672**	Valid
2	Item2	0,361	0,769**	Valid
3	Item3	0,361	0,712**	Valid
4	Item4	0,361	0,481**	Valid
5	Item5	0,361	0,802**	Valid
6	Item6	0,361	0,518**	Valid
7	Item7	0,361	0,801**	Valid
8	Item8	0,361	0,722**	Valid
9	Item9	0,361	0,506**	Valid
10	Item10	0,361	0,608**	Valid
11	Item11	0,361	0,631*	Valid
12	Item12	0,361	0,719**	Valid
13	Item13	0,361	0,682**	Valid
14	Item14	0,361	0,745**	Valid
15	Item15	0,361	0,601**	Valid
16	Item16	0,361	0,587**	Valid
17	Item17	0,361	0,638**	Valid
18	Item18	0,361	0,586**	Valid
19	Item19	0,361	0,635**	Valid
20	Item20	0,361	0,573**	Valid
21	Item21	0,361	0,605**	Valid
22	Item22	0,361	0,666**	Valid
23	Item23	0,361	0,729**	Valid

Dari hasil uji validitas perhitungan SPSS tampak bahwa dari 23 *item* pernyataan yang sudah disebarkan dan dinyatakan valid. Maka, pernyataan yang sudah diuji coba tersebut yang sudah bisa disebarkan hanya berjumlah 23 *item* pernyataan.

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat di mana alat ukur.

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

n = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total.¹⁹

Gambar 3.3 Rumus Reliabilitas Alpha Cronbach's
(Ir. Syofian Siregar, 2013).

Maka dari itu ada beberapa Teknik yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner yaitu :

1. Keajekan pengukuran (*Stability of measures*). Yaitu kemampuan pengukuran untuk memberikan hasil sama sepanjang waktu merupakan indikasi keajekan pengukuran dimana ada 2 teknik untuk menguji keajekan ini yaitu :
 - a. Reliabilitas Tes Berulang (*Test-retest Reliability*). Sebuah test diberikan dua kali pada waktu yang berbeda kepada sekelompok sampel yang sama. Jika memberikan hasil yang sama, test dikatakan reliabel.
 - b. Reliabilitas Bentuk Paralel (*Parallel-form Reliability*). Dua bentuk tes yang sama (Model A dan B) yang memberikannya kepada sekelompok sampel. Jika memberikan hasil yang sama, tes tersebut dinyatakan reliabel.
2. Konsistensi Internal (*Internal Consistency of measures*), yaitu pengukuran yang menunjukkan homogenitas item-item pengukuran yang menggambarkan suatu konstruk. Dua macam tes yang dapat dilakukan adalah konsistensi antara item dan metode belah dua yaitu :
 - a. Komunikasi antara item (*Inter item Consistency Reliability*). Menurut (Price, 2017) hal ini dilakukan dengan melihat korelasi antara suatu item dengan

total item. Tes yang paling populer untuk mengukur konsistensi antar item adalah koefisien Alfa dari Cronbach.

- b. Teknik Belah Dua (*Split-half Reliability*). Teknik belah dua menggambarkan korelasi antar dua bagian instrumen. (Edi Suryadi, 2019).

Hasil *output* reliabilitas yang sudah dilakukan menghasilkan angka serta data sebagai berikut :

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Rumus Alpha Cronbach's Variabel X

Reliability Statistics		
Cronbach's		
Alpha	N of Items	
.602	9	

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Rumus Alpha Cronbach's Variabel Y

Reliability Statistics		
Cronbach's		
Alpha	N of Items	
.762	16	

Dari hasil uji reliabilitas, angka yang dihasilkan dari 8 item pernyataan variabel X adalah 0,602 angka ini tergolong tinggi dan dapat dikatakan *reliable*.

Dari hasil uji reliabilitas, angka yang dihasilkan dari 15 item pernyataan variabel Y adalah 0,762 angka ini tergolong tinggi dan dapat dikatakan *reliable*.

3.6. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisis data penelitian. Analisis data berkaitan dengan pengolahan data untuk mendapatkan hasil seperti yang dinyatakan dalam tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui seberapa pengaruhnya intensitas menonton konten TikTok terhadap minat beli (Studi Korelasi Akun @natasha.surya di Kalangan *Followers* TikTok). Metode analisis data yang digunakan peneliti adalah metode analisis statistik dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 24.

Dalam metode analisis data, peneliti akan menggunakan skala Likert. Skala likert merupakan skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert pada tahun (1932) kemudian Skala Likert bisa diklasifikasikan kedalam Data Skala Nominal atau Interval. Maka, Creswell (2014) dalam bukunya menguji dua jenis data yang digunakan. Diantaranya ada nominal yang merupakan skala terhadap suatu objek maupun kategori label dengan kategori yang sudah peneliti tentukan yaitu Laki-Laki dengan kode 1 dan Perempuan dengan kode 2. Selain itu data dengan skala nominal ini memiliki data yang bersifat kategori dengan perbedaan yang sangat jelas antara satu data dengan lainnya. Perbedaannya tersebut bersifat dikotomis (*dichotomy*) serta data hanya berbeda secara kategori tetapi memiliki kedudukan yang sama. Tidak ada data yang lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan data lainnya. Data Skala yang kedua adalah interval, data interval berasal dari objek ataupun kategori yang diurutkan melalui besarnya interval dan bisa ditambah juga dikurang (Ir. Syofian Siregar, 2013).

Menurut Edi Suryadi (2019) Dalam Jamieson (2004) menyatakan kategori respon pada skala likert mempunyai tingkatan tetapi jarak diantara kategori tidak dianggap sama, sehingga Skala Likert mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk suatu nilai yang merepresentasikan sifat individu, yaitu bisa dari pengetahuan, sikap dan perilaku. (Weksi, 2013). Selain itu skala likert merupakan rancangan untuk mengetahui seberapa kuat atau lemah tingkat persetujuan responden terhadap suatu objek. Dalam penelitian ini, dibuat empat kategori nilai yaitu Sangat Setuju atau (SS),

Setuju atau (S), Tidak Setuju atau (TS), dan Sangat Tidak Setuju atau (STS). (Edi Suryadi, 2019).

Berikut Tabel 4 Skala Likert yang digunakan oleh peneliti :

Tabel 3.7 Kategori Penilaian Skala Likert

No.	Kategori	Bobot Positif	Bobot Negatif
1	Sangat Setuju	4	1
2	Setuju	3	2
3	Tidak Setuju	2	3
4	Sangat Tidak Setuju	1	4

(Ir. Syofian Siregar, 2013).

Hasil analisis akan ditunjukkan dalam bentuk tabel atau gambar yang bisa diinterpretasikan oleh peneliti, sehingga data tersebut disimpulkan berasal dari rumusan masalah. Oleh karena itu, jenis data yang digunakan seperti di bawah ini :

3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian dengan tujuan untuk menguji hasil penelitian berdasarkan sampel yang sudah ada dan menggunakan satu variabel atau bisa lebih tetapi sifatnya mandiri, sebab analisis deskriptif ini tidak berbentuk perbandingan maupun hubungan (Ir. Syofian Siregar, 2013).

3.6.2. Analisis Korelasional

Analisis korelasional ialah korelasi dengan bentuk analisis data yang dimana memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui kekuatan ataupun bentuk arah hubungan dari dua variabel atau lebih serta besarnya pengaruh yang diakibatkan oleh variabel bebas dan terikat. Dalam menganalisis hubungan itu ada beberapa jenis hubungan. Maka dari itu, peneliti ingin mengkaji hubungan intensitas menonton konten TikTok terhadap minat beli (Studi Korelasi Akun @natasha.surya di Kalangan *Followers* TikTok), sehingga peneliti memakai uji statistik atau analisis korelasional yang sesuai dengan variabel penelitian ini yaitu hubungan

kausal dimana hubungan kausal adalah hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat mempengaruhi antara variabel yang satu (variabel bebas) terhadap variabel lainnya (variabel tak bebas). Dalam bentuk ini hubungan diketahui dengan pasti atau dapat dibedakan variabel bebas (variabel yang mempengaruhi) dengan variabel terikat (variabel yang dipengaruhi). Analisis yang digunakan untuk hubungan variabel ini adalah :

A. Rumus Korelasi Pearson's *Product Moment*

Korelasi *pearson's product moment* untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) dan data berupa data interval. Adapun rumus menghitung korelasi antara dua variabel yang ada :

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}}$$

Gambar 3.4 menggambarkan rumus *pearson's product moment* (Ir. Syofian Siregar, 2013).

Keterangan:

r : *pearson correlation coefficient*

n : jumlah sampel

Peneliti juga sudah menghitung dengan alpha : 10% dan hasilnya akan terlihat apakah ada hubungan atau adakah korelasi yang kuat antara variabel X dan Variabel Y. oleh karena itu, peneliti akan menggunakan program SPSS dengan tujuan untuk melihat angka korelasi X dan Y. (Ir. Syofian Siregar, 2013).

B. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini adalah angka yang menyatakan suatu variabel atau lebih antara variabel bebas X dan variabel terikat Y, maka rumus yang dipakai oleh peneliti :

$$KD: (r).(r) \times 100\%$$

C. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi merupakan sebuah bilangan yang menghasilkan kekuatan antara dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y atau lebih, bilangan ini juga menentukan arah. Maka, nilai korelasi ($r = (-1 < 0 < 1)$) ini adalah kekuatan hubungan dan juga nilai koefisien korelasi berada tepat di antara -1 dan 1. Sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-). (Siregar, 2013).

Tabel 3.8 Nilai Korelasi

No.	Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat Kuat

(Ir. Syofian Siregar, 2013).

D. Analisis Regresi Linier Sederhana

Salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tidak bebas (*dependent*) adalah menggunakan regresi linier. Rumus yang digunakan untuk memprediksi pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b.X$$

Dimana

Y : Variabel Terikat

X : Variabel Bebas

a dan b : Konstanta

Gambar 3.5 Rumus Regresi Linier Sederhana

Semua perhitungan uji dan analisis ini akan dilakukan menggunakan *software* SPSS Amos versi 24, di mana hasil perhitungan juga akan dijelaskan. Hasil yang didapatkan lewat SPSS tersebut akan ditunjukkan dengan angka korelasi,

positif maka hubungan searah, tetapi apabila angka yang dihasilkan negatif memiliki arti hubungan tidak searah. Angka tersebut disebut dengan *correlation significant* (Coolican, 2013).

3.7. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terdapat keterbatasan pada margin error yang menjadi 10% sehingga jumlah responden hanya 100 orang.

