

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Tipe pendekatan yang digunakan pada riset ini adalah riset kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ialah hubungan antar variabel yang dianalisis secara objektif, kemudian hasil dari penelitian kuantitatif dipakai untuk menentukan generalisasi informasi secara umum dan tidak dipengaruhi hal yang bersifat kasuistik pada obyek tersebut (Harys, 2020). Tujuan pendekatan kuantitatif yakni untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti dan menguji hipotesis yang ditetapkan, secara umum pendekatan kuantitatif menggunakan data berupa data, angka, tabel, dan grafik (Pratama, 2019).

3.2 Objek Penelitian

Pada dasarnya yang menjadi fokus peneliti dalam mengkaji adalah objek penelitian secara lebih jauh, karena objek penelitian menjadi titik arah tujuan peneliti untuk menemukan jawaban serta solusi saat penelitian dilaksanakan. Menurut Pratama (2019), objek penelitian adalah titik tujuan ilmiah untuk kegunaan tertentu dalam mendapatkan hasil data secara spesifik dan mempunyai nilai berbeda. Penelitian ini yang menjadi objek utama ialah minat untuk pembelian pada produk makanan Eatsambel.

3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sekitar bulan mei sampai juni 2023. Lokasi penelitian dilakukan pada wilayah Jabodetabek.

3.4 Populasi dan Sampel

A. Populasi

Karakteristik hasil pengukuran secara keseluruhan yang menjadi objek penelitian sebagai sumber data dan wilayah generalisasi objek yang menjadi kuantitas tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan menarik kesimpulannya oleh peneliti (Brier & Jayanti, 2020). Pemilihan populasi oleh peneliti ialah masyarakat yang bertempat tinggal pada wilayah Jabodetabek dan memiliki

rasa minat untuk pembelian produk Eatsambel. Karakteristik responden pada penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Pengguna aktif media sosial TikTok.
- b. Pernah membeli atau memiliki ketertarikan pada produk Eatsambel.

B. Sampel

Sampel adalah sebagian data dari populasi yang menjadi objek untuk diambil sebagai sumber data (Brier & Jayanti, 2020). Apabila sebuah populasi pada penelitian terdapat keterbatasan dalam menghalangi peneliti mengambil seluruh populasi, nantinya peneliti dapat mengambil sebagian data populasi sebagai sampel penelitian. *Purposive Sampling* merupakan teknik untuk penentuan sampel dengan tolak ukur tertentu (Muslimin, 2021). Dalam penelitian ini terdapat karakteristik responden yaitu responden yang mengetahui dan memiliki ketertarikan pada produk Eatsambel dan responden yang bertempat tinggal pada wilayah Jabodetabek.

Jumlah pasti dari populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti oleh peneliti. Karena tidak adanya ketersediaan data mengenai jumlah individu yang memiliki pengetahuan terhadap produk makanan Eatsambel pada wilayah Jabodetabek. Berdasarkan hal tersebut, penggunaan rumus pengambilan sampel menurut Hair *et al.* (2014) menyebutkan besaran sampel yang sesuai dalam penelitian yakni minimum 100 sampel, ukuran tersebut didapatkan dari 5-10 kemudian dilakukan pengkalian dengan jumlah indikator yang ada pada penelitian. Penelitian ini memiliki 16 indikator. Maka, jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebesar 16 lalu dikalikan 6 yaitu 96, tetapi karena peneliti mendapatkan 110 sampel yang berarti semua sampel digunakan dan dianalisis.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Fokus utama dalam sebuah penelitian adalah untuk mencari dan menemukan data yang akan digunakan dalam penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, penting bagi peneliti untuk memperhatikan bagaimana teknik pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, dan angket. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuesioner sebagai bentuk data primer untuk mengumpulkan data yang telah

terkumpul. Menurut Sugiyono (2019), data primer adalah jenis data yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data dari sumbernya.

Pada proses penelitian ini nantinya kuisisioner akan disebarakan melalui sarana media secara digital, yaitu *google form*. Target penyebaran kuisisioner tertujukan pada responden yang memiliki pengalaman ketertarikan untuk pembelian produk Eatsambel dan bertempat tinggal pada wilayah Jabodetabek. Penggunaan sumber informasi lain yang digunakan disebut sebagai data sekunder, menurut Sugiyono (2019) data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh melalui perantara atau tidak langsung, seperti dari perpustakaan atau pemerintahan. Penelitian ini menggunakan buku, jurnal, website, artikel sebagai sumber Data Sekunder.

A. Skala Pengukuran

Penggunaan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner membutuhkan skala pengukuran sebagai jawaban dari responden. Skala pengukuran merupakan ukuran untuk menunjukkan nilai objek yang akan diukur dengan menetapkan angka (Muslimin, 2021). Pada penelitian ini, digunakan *skala likert* sebagai metode pengukuran dalam kuisisioner. Menurut Sugiyono (2019) *skala likert* digunakan untuk mengukur persepsi, pendapat, perilaku, dan penafsiran seseorang atau sekelompok terhadap fenomena sosial. Indikator setiap variabel akan menjadi sebuah landasan dalam memberikan pertanyaan dan pernyataan kepada responden, setiap jawaban yang sesuai dengan penetapan responden akan bernilai positif atau negatif tergantung jawaban responden itu sendiri.

Tabel 3. 1 *Skala Likert*

No	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Cukup Setuju	CS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2019)

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional sangat diperlukan guna kepentingan memberikan petunjuk informasi pada proses kegiatan pengukuran penggunaan variabel. Memiliki tujuan untuk menghindari kesalahpahaman dalam mendeskripsikan variabel-variabel yang tersedia. Definisi operasional adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konten TikTok (X)

Konten TikTok adalah platform yang menyediakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek dengan tambahan musik, filter, dan berbagai fitur lainnya. (Azizah et al., 2021).

Konten TikTok memiliki 4 indikator meliputi *Relevansi* yaitu pemasar menyediakan konten dengan informasi yang berguna. *Akurasi* yaitu pemasar menyediakan konten dengan sumber informasi yang akurat dan valid. *Bernilai* yakni pemasar menghadirkan konten yang memberikan informasi yang berharga dan bermanfaat bagi konsumen. *Konsisten* yaitu pemasar mempertahankan kualitas konten agar selalu *update*, tepat waktu, dan memperbaharui informasi.

2. Definisi Citra Merek (Z)

Citra Merek merupakan aspek yang sangat penting bagi suatu produk, agar merek tersebut memiliki kekuatan yang baik bagi perusahaan (Wahyoedi et al . 2022). Citra merek terdiri dari tiga indikator, yaitu *corporate image* yang mencerminkan citra perusahaan dari perspektif konsumen, *user image* yang mencerminkan persepsi perusahaan terhadap perilaku konsumen, dan *product image* yang mencerminkan citra produk dari perspektif konsumen.

3. Definisi Minat Beli (Y)

Minat beli merupakan rangsangan atau kecenderungan dalam diri individu terhadap suatu produk (Aries et al ., 2018). Terdapat 4 indikator yang meliputi, (1) *Minat Transaksional* yakni kecenderungan individu dalam keinginan untuk membeli dan memiliki suatu produk. (2) *Minat Prefensial* yakni minat dalam penggambaran sikap seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk. (3) *Minat Refensial* yakni tindakan individu untuk memberikan saran atau referensi kepada orang lain tentang suatu

produk. (4) *Minat Eksploratif* yakni minat berdasarkan sikap individu terhadap pencarian informasi mengenai produk tersebut.

Tabel 3. 2 *Definisi Operasional Variabel*

Variabel	Indikator	Sumber
Konten TikTok (X)	Relevansi	(Milhinhos, 2015)
	Akurasi	
	Bernilai	
	Konsisten	
Citra Merek (Z)	<i>Corporate Image</i>	(Firmansyah, 2019)
	<i>User Image</i>	
	<i>Product Image</i>	
Minat Beli (Y)	Minat Transaksional	(Raheni, 2018)
	Minat Preferensial	
	Minat Referensial	
	Minat Eksploratif	

Sumber : Hasil Olahan Peneliti dan beberapa penelitian, 2023

3.7 Instrumen Penelitian

Pada penelitian dibutuhkan instrumen untuk mendapatkan sampel dan mencari responden, dalam hal ini instrumen penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form*. Penelitian ini menggunakan 3 variabel dengan masing-masing melalui adaptasi jurnal untuk menemukan butir pertanyaan atau pernyataan yang relevan. Instrumen variabel Konten TikTok diadaptasi oleh jurnal Zhou *et al.* (2023) & Gesmundo *et al.* (2022). Instrumen variabel Citra Merek diadaptasi oleh jurnal Anwar & Andrean (2021) & Salhab *et al.* (2023). Dan instrumen variabel Minat Beli diadaptasi oleh jurnal Salhab *et al.* (2023) dan Cattapan & Pongsakornrunsilp (2022).

3.8 Teknik Analisis Data

Sebuah penelitian ketika menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif akan melakukan teknik analisis data menggunakan metode statistik. Metode statistik adalah serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan, merangkum, dan mengorganisir data dengan tujuan

untuk menafsirkan data. Metode tersebut melibatkan pembuatan hipotesis, pengujian hipotesis, dan penarikan kesimpulan (Kristina *et al.* , 2017). Penelitian ini akan menggunakan metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang menggunakan *Partial Least Square* (PLS) sebagai dasar analisisnya. Penggunaan perangkat lunak SmartPLS 4.0 dipilih berdasarkan beberapa alasan, termasuk kelebihan dan kemudahan yang ditawarkan oleh perangkat lunak tersebut. Menurut Muhson (2022), terdapat beberapa kelebihan dari *software* SmartPLS sebagai berikut:

1. SmartPLS merupakan software statistik yang persis dengan Amos dan Lisrel untuk menguji hubungan antar variabel dalam segi tujuan.
2. SmartPLS dianggap sebagai perangkat lunak yang kuat karena tidak bergantung pada berbagai asumsi tertentu.
3. SmartPLS direkomendasikan ketika jumlah sampel terbatas, meskipun model yang digunakan kompleks. Perangkat lunak ini membutuhkan sampel yang relatif kecil untuk proses analisis.
4. SmartPLS tidak mensyaratkan bahwa data harus memiliki distribusi normal. Ini karena metode *bootstrapping* atau penggandaan acak yang digunakan dalam analisis data, yang memungkinkan sampel diolah tanpa ada batasan minimum tertentu.
5. SmartPLS mampu menguji model SEM baik yang bersifat reflektif maupun formatif, serta mampu menggabungkan berbagai skala pengukuran dalam satu model.

SEM merupakan metode analisis statistik multivariat pengembangan dari regresi dan analisis jalur untuk hubungan kausal (Muhson, 2022). Analisis PLS (*Partial Least Square*) adalah suatu teknik analisis statistik prediktif yang mampu menangani banyak variabel independen maupun dependen (Hamid & Anwar, 2019). Pada penelitian ini akan menggunakan statistik deskriptif, yaitu melakukan deskripsi data untuk menganalisis data tersebut dengan tujuan agar tidak menarik kesimpulan secara generalisasi (Kristina *et al.* 2017).

3.9 Uji *Measurement Model* (Outer Model)

1. Uji Validitas

Pengujian validitas adalah uji yang dipakai untuk melihat hasil valid suatu instrumen (Sugiyono, 2017). Uji validitas ini dilakukan pada semua pertanyaan berdasarkan indikator, dan memiliki dua tahapan dalam melakukan pengujian ini, yaitu antara lain:

a. *Convergent Validity*

Pengujian ini untuk melihat hubungan antar item berdasarkan besar kecilnya pada tiap indikator, dengan tujuan memperlihatkan variabel-variabel atau indikator pengukur memiliki hubungan yang tinggi dengan konstruksya. Uji ini dilakukan dengan memeriksa *Outer Loadings* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. *Outer Loadings* merupakan tabel yang berisi faktor beban nilai, dan indikator yang dianggap valid jika memiliki faktor beban lebih besar dari 0.6-0.7 Untuk nilai AVE dapat terbilang valid jika memiliki nilai >0.5 (Janna & Herianto, 2021).

b. *Discriminant Validity*

Pengujian ini digunakan dengan cara mengukut indikator reflektif yang mampu dilihat melalui nilai *crossloading* dan nilai latennya. Apabila nilai *crossloading* memiliki nilai besar berdasarkan tiap indikator dengan variabel latennya dibandingkan dengan nilai *crossloading* kepada variabel lain, secara sah uji dikatakan valid (Janna & Herianto, 2021).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017), uji reabilitas adalah suatu metode pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana konsistensi atau keandalan hasil data dari objek yang diukur. Kuisisioner dapat terbilang handal atau reliabel apabila responden menjawab pada pernyataan cenderung konsisten. Indikator yang digunakan dalam mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha* yang harus memiliki nilai 0.7 dan *Composite*

Reliability harus memiliki nilai 0.7 untuk mendapatkan hasil dari kuisioner yang bisa dikatakan reliabel (Ghozali & Latan, 2015).

3.10 Uji Structural Model (*Inner Model*)

a. Uji *R-Square*

Pengujian berguna memaparkan besaran proporsi dari variasi terhadap variabel dependen dan dipengaruhi oleh variabel independen. Selain itu, hal ini juga digunakan untuk mengukur sejauh mana garis regresi yang digunakan oleh peneliti dapat memprediksi dengan akurat. Nilai dari uji *R-Square* sebesar 0.75, 0.5, dan 0,25. Nilai tersebut memberikan petunjuk untuk model lemah, sedang, dan kuat secara berurut (Ghozali, 2016).

b. Uji *Q-Square*

Pengujian dengan tujuan menjelaskan nilai observasi berdasarkan seberapa baik yang dihasilkan oleh model beserta estimasi parameter melalui prosedur *blindfolding*. Apabila hasil adalah >0 dari nilai *Q-Square* maka model tersebut mempunyai nilai *predictive relevance* (Ghozali, 2016).

3.11 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan uji yang bertujuan untuk menghasilkan kesimpulan bahwa hipotesis yang telah dilakukan dan dibuat kemungkinan akan ditolak atau diterima dengan memperhitungkan parameter dari populasi yang berasal dari sampel (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Uji hipotesis dilakukan dengan nilai t-statistik dan nilai probabilitas, untuk statistik untuk alpha memiliki nilai sebesar 5% atau (p-values $<0,05$), dan untuk t-statistik memiliki nilai digunakan sebesar 1,96. Serta kriteria yang akan dinyatakan diterima jika nilai t-statistik $>1,96$ (Ghozali, 2021).