

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian kausal (sebab-akibat) adalah *research* bersifat menanyakan hubungan antara variabel independen dan variable dependen (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, asosiatif kausal digunakan untuk memahami hubungan antara pengaruh Bauran Pemasaran (live video streaming Tiktok, *discount*, dan pengiriman *free*) dengan ketetapan Belian. Metode ini juga membantu peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variable.

Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk memperoleh informasi dengan menyebarkan kuesioner, tes, terstruktur, dll (Sugiyono, 2019). Penelitian yang dilakukan disini adalah penelitian kuantitatif, artinya peneliti berupaya untuk mengetahui bagaimana live video streaming di Tiktok mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan menawarkan diskon dan gratis.

Pengumpulan data primer merupakan database konsumen yang secara langsung diberikan kepada peneliti (Sugiyono, 2019). Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data menggunakan metode primer dengan metode survei melalui Kuesioner *online* menggunakan *Google form* dengan penyetingan skala 1-5 yang memberikan respon setuju sampai tidak.

3.2. Objek Penelitian

Suatu sarana merupakan suatu objek dalam penelitian untuk membantu para peneliti mengkaji topik problem yang dilakuka telaah (Mukhtazar, 2020). Dimana dalam analisis ini terdapat lebih dari satu objek yang terbagi menjadi variable independent dan dependen. X1 dalam penelitian ini yakni *live video streaming* Tiktok, potongan harga sebagai variabel X2, gratis ongkir sebagai variable X3, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel Y.

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen dari Skintific Di DKI Jakarta dimana melakukan pembelian dalam *live video streaming* Tiktok. Alasan peneliti memilih aplikasi tiktok sebagai aplikasi yang akan diteliti, karena tiktok saat ini sedang menjadi aplikasi paling populer no.1 di dunia (Fikri Kurniawan, 2021).

Asumsinya dengan begitu banyak pengguna yang menonton *live video streaming* Tiktok, dengan banyak user yang menonton *live video streaming* produk Skintific akan memiliki banyak peminat untuk membeli. Menurut cnnindonesia.com, (2023), Produk Skintific menjadi produk terbaik di Indonesia terlihat dari sejak awal peluncurannya Skintific sudah menyabet banyak penghargaan. Pemilihan lokasi bukan tanpa sebab melainkan karena DKI merupakan daerah yang Sebagian besar menggunakan jaringan internet di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2022b).

3.3. Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah suatu jenis generalisasi yang terdiri dari jumlah benda dan ciri-cirinya yang ditentukan oleh peneliti yang mempelajari subjek yang bersangkutan dan kemudian mengumpulkan data (Sugiyono, 2019). Menurut Handayani (2020), populasi adalah subjek tunggal yang akan dievaluasi dari totalitas suatu elemen yang akan dihilangkan, bisa berupa individu dari suatu kelompok, partai politik atau barang serupa lainnya. Fokus utama penelitian ini adalah pengguna dan konsumen platform yang pernah menggunakan produk Skintific .

2. Sampel Penelitian

Menurut Siyoto & Sodik (2015), sampel merupakan bagian kriteria populasi, atau bahkan hanya sebagian kecil dari populasi yang memenuhi prosedur. Pengambilan sample juga didasarkan pada kriteria penelitian, untuk memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan data. Sampel ini diharuskan menjadi perwakilan dalam populasi suatu sampel yang terhadap anggota populasi, meskipun, tidak dapat mengeneralisasi penjelasan sifat populasi dan sampel (Sugiyono, 2019).

Teknik pengambilan sampel merupakan proses pemilihan cakupan kecil dari populasi yang dianggap representatif, dan memenuhi karakteristik subjek untuk mengantisipasi kemungkinan generalisasi dari sampel (Handayani, 2020). Purposive sampling, juga dikenal sebagai

teknik augmentasi sampel, adalah metode yang digunakan peneliti untuk memanipulasi sampel. Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* adalah teknik transformasi data dengan menerapkan kriteria yang ada. Kriteria berikut digunakan dalam studi penelitian:

1. Penduduk berdomisili DKI Jakarta
2. Aktif aplikasi Tiktok dan pernah membeli produk Skintific di Tiktok Shop
3. Pengguna Produk Skintific
4. Usia lebih dari 17 tahun
5. Memiliki penghasilan perbulan/uang jajan bulanan

Pemilihan seleksi satu sampai tiga disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, Namun saat ini masyarakat di Indonesia hanya memiliki waktu lima jam sehari untuk bermain game komputer dan memenuhi segala kebutuhannya secara online (Gultom, 2021). Masyarakat Indonesia tepatnya DKI Jakarta yang termasuk aktif dalam menggunakan sosial media seperti tiktok, karena dapat membuka tiktok aplikasi tiktok tanpa sebab dan hanya untuk hiburan semata. Dengan demikian peneliti mempunyai populasi dan kriteria di atas. Dengan populasi yang demikian, maka tidak dapat lagi dianalisis sehingga peneliti perlu mengumpulkan sampel.

Sampling minimum harus lebih dari 100 responden/data, sebab jumlah sampel tidak dapat dianalisis/diolah jika jumlahnya kurang dari 100 responden/data sebagai aturan umum (Hair et al., 2020). Menurut Hair et al (2020), ukuran sampel yang baik berkisar 100 hingga 200. Sedangkan sampel yang didapatkan oleh peneliti ada sebanyak 119 responden. Didasari dari jumlah indikator terdapat 17 indikator sehingga dapat dihitung oleh peneliti adalah ;

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 7 \\ &= 17 \times 7 \\ &= 119\end{aligned}$$

Dengan begitu maka data penelitian ini dapat diolah/dianalisis sama dengan keputusan yang saat itu dilakukan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Mustika (2020), Teknik pengumpulan merupakan metode mengumpulkan dan menghitung data sampel yang telah ditentukan valid. Metode yang termasuk pada saat perolehan data diperoleh di berbagai aspek yang saat ini memiliki kaitannya dengan penulisan. Metode paling strategis dalam penelitian adalah mengumpulkan data untuk analisis jangka panjang karena itulah tujuan utama penelitian (Sugiyono, 2019).

Peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner (penyebaran angket). Kuisisioner akan diberikan kepada konsumen Skintific yang membeli produk Skintific melalui *live video streaming* Tiktok. Hal untuk mendapatkan informasi mengenai hubungan antara tanggapan responden dan hipotesis peneliti terhadap variable yang diteliti. Penyampaian kuisisioner secara digital dengan mengirimkan pertanyaan terkait dengan bagaimana respon dari pembeli pada social media seperti Instagram dan WhatsApp. Menurut Sugiyono (2019) kuisisioner merupakan tanggapan dari sampel yang memiliki hubungan dengan item yang dipilih dalam Metode pengumpulan data yang melibatkan pengajuan pertanyaan spesifik tentang item yang diperiksa.

Skala *likert* digunakan untuk mengurangi bias responden dalam survei (Sugiyono, 2019).. Dari pengetahuan, pemahaman, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena. Variabel yang akan diubah akan menjadi indikator variable, indikator kemudian ditunjuk sebagai pemicu tolak ukur pertanyaan. Menurut Sugiyono (2019), skala *likert* dibagi menjadi 4 (empat) point penjelasan, yakni:

Tabel 3.1 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (ST)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Pada penelitian ini peneliti digunakan skala *likert* genap dikarenakan agar responden dapat membuat pilihan yang mendorong responden membuat keputusan yang jelas dan memberikan tanggapan yang lebih spesifik. Selain itu, Opsi skala *likert* ganjil dengan penambahan opsi netral dapat menyebabkan ambiguitas dalam tanggapan responden, sehingga menghilangkannya akan membantu peneliti mengumpulkan data yang lebih akurat. Serta, berfokus pada pengumpulan preferensi yang kuat dari responden.

3.5. Operasional Variable Penelitian

Operasionalisasi variabel berfungsi untuk mempermudah proses pengumpulan data analisis yang berasal dari responden. Selain itu, operasionalisasi variabel memiliki program yang bertujuan untuk membuat variabel menjadi bagian yang lebih kecil agar dapat dipahami maknanya. Metode ini untuk menjelaskan secara sistematis beberapa masalah termasuk variabel, konsep, indikator, dan skala. Empat variable (3 variable independent dan 1 variable dependen) diidentifikasi dalam penelitian ini yakni, Keputusan pembelian; *Live video streaming* Tiktok; Potongan Harga; dan Gratis Ongkir. Dimana nantinya akan menjadi indikator yang akan diskalakan. Data *Skala likert* digunakan untuk mengurangi bias responden dalam survei (Sugiyono, 2019). Data yang diproses menggunakan metode klasifikasi, namun didalam data tersebut terdapat koneksi operasionalisasi suatu variabel yang dimaksudkan untuk mengukur akurasi klasifikasi. Pada table dibawah merupakan operasionalisasi variabel yang diteliti, sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Variable Penelitian

No	Variable	Definisi	Indikator
1	Keputusan pembelian (Y)	Motivasi untuk melakukan pembelian yang didasari oleh pengalaman (Faradiba & Syarifuddin, 2021a)	Menurut (Faradiba & Syarifuddin, 2021a), Sebagai berikut: 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi 4. Keputusan pembelian 5. Melakukan pembelian ulang
2	Live video streaming Tiktok (X1)	Menurut Faradiba & Syarifuddin (2021) Upaya penyebaran informasi melalui audio dan video ke pejabat publik umum pejabat	Menurut Faradiba & Syarifuddin (2021), Sebagai berikut: 1. Frekuensi 2. Duras 3. Atensi 4. Daya Tarik
3	Potongan Harga (X2)	Pengurangan harga secara langsung terhadap harga suatu produk (Lestari & Parjono, 2018)	Menurut (Lestari & Parjono, 2018), Sebagai berikut: 1. Kemenarikan Program potongan harga 2. Besarnya potongan harga 3. Frekuensi program potongan harga 4. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga
4	Gratis ongkir (X3)	Layanan gratis biaya pengiriman produk yang dibebankan kepada pembeli produk (Mira & Marlana, 2020)	Menurut (Mira & Marlana, 2020), Sebagai berikut: 1. Perhatian 2. Ketertarikan 3. Keinginan 4. Tindakan

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik penelitian penganalisan data dengan Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu model regresi yang terdiri lebih dari satu variable dependen (Ghozali, 2018) yang berfungsi

mengetahui nilai terhadap pengaruh variable bebas dengan variable tidak bebas dan dapat melakukan perhitungan secara paralel maka proses dapat lebih singkat. Menurut Sugiyono (2019) Untuk mengetahui arah hubungan kedua variabel dependen dilakukan analisis regresi linier berganda berpengaruh positif atau negatif juga memprediksi nilai dari suatu variable. Dalam analisis regresi linier berganda terdapat beberapa pengujian di dalamnya yang harus dilakukan oleh peneliti, berikut adalah beberapa pengujian dalam analisis regresi linier berganda:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Jika seorang peneliti mengajukan pertanyaan untuk memperjelas apa yang kita bingungkan, maka hipotesis peneliti tersebut dapat dianggap valid. Uji validitas digunakan peneliti untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kumpulan data. Oleh karena itu, sebelum melakukan latihan validasi, kita harus dapat memverifikasi bahwa pernyataan dari kuesioner kita secara akurat mencerminkan apa yang akan kita uji (Ghozali, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2018) Memiliki alat yang dapat digunakan untuk mengevaluasi data tertentu, seperti indikator atau variabel, disebut reliabilitas. Jawaban suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban tersebut konstan atau stabil pada seluruh pernyataan. Uji Reliabilitas dapat kita uji dengan melihat banyaknya nilai Cronbach's Alpha yang harus dipenuhi 0,06.

2. Uji Asumsi Klasik

Regresi linier berganda dianalisis menggunakan pengujian asumsi klasik. Tes ini dirancang untuk memberikan pedoman agar koefisien

determinasi regresi akurat, konsisten, dan memiliki kisaran target pendugaan (Ghozali, 2018). Ada beberapa jenis asumsi klasik yakni, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas. Berikut pembahasan macam-macam 1. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penyelidikan dengan cara berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk mempercepat sebaran data dari penelitian tersebut (Ghozali, 2018). Jika sig kurang dari 0,05 maka data akan berdistribusi normal, dan ukuran sampel minimal 100 dapat digunakan dalam uji normalitas. Karena penelitian ini memuat lebih dari 100 titik data, maka normalitas data dapat ditentukan dengan menggunakan uji normalitas data. Hal ini dikarenakan sigma uji • Kolmogorov-Smirnov harus lebih besar dari 0,05 untuk menunjukkan distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Dalam hal Guna memahami korelasi antar variabel yang ada digunakan uji multikolinearitas. Tujuan dari proyek penelitian ini adalah Untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antara variabel independen. Toleransi didefinisikan sebagai jumlah varians maksimum yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya(Ghozali, 2018). Akibatnya, tingkat toleransi yang tinggi sesuai dengan nilai VIF yang tinggi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10, tidak terjadi multikolinearitas

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas merupakan suatu pengujian variable berbeda pada dalam model regresi berbeda di pengamatan ini (Ghozali, 2018). Salah satu cara untuk melakukan uji Heterokedasis dapat dicapai dengan menggunakan model Glimmer yang diterapkan dengan mempertimbangkan nilai residu absolut dan variabel independenTidak akan terjadi heteroskedastisitas jika Variabel independen signifikan ketika

residu absolut lebih kecil dari 0,05. Mengapa sisa observasi Salah satu yang mencakup pengamatan yang tersisa dalam model regresi. Hal inilah yang menjadi tujuan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3. Uji Hipotesis Penelitian Menggunakan Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk menganalisis penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Uji regresi linier berganda biasanya digunakan untuk lebih memahami hubungan antara variabel independen dan dependen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa prakiraan dan estimasi yang digunakan peneliti untuk penyelidikan ini (Ghozali, 2018). Misalnya saja dalam penelitian ini peneliti menggunakan R Square, Uji f, dan Uji t sebagai tiga metode analisis utama.

a. Nilai R Square

R square adalah ukuran perkiraan kinerja model dalam suatu penelitian yang menerapkan variabel terikat pada nilai korelasi nol dan satu (Ghozali, 2018). R square dapat digunakan untuk mengetahui validitas model penelitian. Kutipan di atas menunjukkan bahwa variabel dependen serta dampaknya terhadap aspek lainnya selain dari yang diteliti dijelaskan pada siaran langsung Tiktok, *price*, dan pengiriman gratis.

b. Uji Statistik F (ANOVA)

Dalam model penelitian empiris, Uji statistik F merupakan alat yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen lebih berkorelasi daripada variabel dependen (Ghozali, 2018). Tujuan Uji-F berfungsi untuk menjelaskan pengaruh uji kelayakan regresi berganda linier secara simultan dari variabel independen (Pengaruh faktor independen (seperti streaming video langsung di Tiktok, harga, dan pengiriman gratis) pada variabel dependen (seperti

Keputusan Pembelian) dianggap signifikan jika p-value kurang dari 0,05. Jika nilainya kurang dari 0,05, uji-F dianggap signifikan mempunyai pengaruh yang berarti.

c. Uji Statistik T

Uji statistic t dilakukan untuk menggambarkan apakah variable independent satu dengan lainnya memiliki keterkaitan dengan mengumampamakan variable-variable independent lain konstan (Ghozali, 2018). Uji-t dilaksanakan dengan tujuan guna mengevaluasi setiap variabel independen dalam hubungannya dengan masing-masing variabel dependen secara terpisah. Jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05 maka uji t mampu dideskripsikan mempunyai pengaruh yang signifikan.