

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1. Waktu Penelitian

Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian adalah dua bulan terhitung dari bulan Agustus 2022 sampai dengan bulan Januari 2023. Dalam jangka waktu tersebut adalah saat yang tepat untuk melakukan penelitian karena sudah tidak ada lagi jadwal perkuliahan sehingga memudahkan penulis untuk melakukan penelitian.

3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Jabodetabek karena sudah banyak yang menggunakan aplikasi Tiktok. Pemilihan wilayah memudahkan penulis dalam memaksimalkan proses penelitiannya dan mempermudah penulis untuk menemukan sampel penelitian, yaitu pengguna media sosial Tiktok selama tiga bulan dilihat dari durasi waktu penggunaan media sosial Tiktok selama lebih dari dua puluh tiga jam dalam sebulan dan dengan usia diatas tujuh belas tahun. Kriteria yang ditetapkan oleh penulis mempermudah penulis dalam memperoleh data yang dibutuhkan.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1. Metode Penelitian

Menurut Basuki (2021), metode penelitian adalah cara yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan dari suatu penelitian. Metode penelitian dibagi menjadi dua, yaitu melalui pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian melalui pendekatan kuantitatif. Metode penelitian melalui pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang berhubungan dengan pengumpulan data numerik untuk menjelaskan suatu hal tertentu (Duli, 2019).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan survei dengan menggunakan kuisioner *online* melalui *Google Form* yang dibagikan melalui media sosial seperti WhatsApps, Instagram, Telegram, dsb untuk mendapatkan data yang diinginkan dan juga melalui *Google Form* bisa menjangkau sampel yang lebih luas di daerah Jabodetabek. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan survei untuk memperoleh data dikarenakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *online consumer reviews* dan promosi menggunakan media sosial Tiktok terhadap keputusan pembelian.

3.3 Populasi dan Sampel

331. Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdapat subjek/objek yang mempunyai kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari agar bisa menarik kesimpulan (Duli, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna media sosial Tiktok se-Jabodetabek.

332. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dari populasi yang memiliki karakteristik. Dalam penelitian ini sampelnya yaitu para pengguna media sosial Tiktok dengan minimal penggunaan selama tiga bulan dilihat dari durasi waktu penggunaan media sosial selama lebih dari dua puluh tiga jam dalam sebulan dan dengan usia diatas tujuh belas tahun. Masyarakat Indonesia menghabiskan waktu dua puluh tiga jam lebih menggunakan media sosial Tiktok (DataReportal,2022).

Penelitian ini dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan yaitu pengguna media sosial Tiktok se-Jabodetabek dengan kriteria sebagai berikut.

1. Minimal penggunaan selama tigabulan
2. Durasi waktu penggunaan media sosial selama lebih dari dua puluh tiga jam dalamsebulan
3. Usia diatas tujuh belastahun.

Alasan mengambil sampel tersebut adalah untuk mengetahui seberapa aktif responden dalam menggunakan media sosial Tiktok dan juga menggunakan usia legal dalam menggunakan media sosial. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 200 responden. Menurut Hair *et al.* (2017) dengan menggunakan sampel sebanyak 200 dapat menghasilkan data normalitas yang baik.

3.4 Pengembangan Instrumen

Untuk mengambil data yang akan digunakan dalam penelitian, penulis melakukan survei dengan *Google Form* yang dibagikan kepada responden melalui WhatsApp dan Instagram dengan sampel yang sudah ditentukan sebelumnya. Ada tiga variabel yang diteliti dalam penelitian ini, di antaranya *online consumer reviews*, promosi menggunakan media sosial Tiktok, dan keputusan pembelian. Berikut adalah instrumen yang akan digunakan sebagai alat ukur keempat variabel.

3.4.1. Keputusan Pembelian

a) Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah tindakan atau perbuatan yang menentukan akan melakukan pembelian atau tidak pada suatu produk.

b) Definisi Operasional

Dalam mengukur variabel keputusan pembelian terdapat lima indikator, yaitu mengenali kebutuhan, pencarian informasi,

evaluasi terhadap alternatif, melakukan keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

c) Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen di bawah ini bertujuan untuk mengukur variabel keputusan pembelian dalam bentuk pernyataan yang ditujukan kepada responden.

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

No.	Indikator	Sumber	Butir Uji Coba		Drop	Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)
1.	Mengenali kebutuhan		1		-	1	
2.	Pencarian informasi	(Aliyah,	2, 3		-	2, 3	
3.	Evaluasi terhadap alternatif	2017; Dzulqarnain, 2019;	4, 5		-	4, 5	
4.	Melakukan keputusan pembelian	Ilmiah & Krishernawan, 2020)	6	7	-	6	7
5.	Perilaku setelah pembelian		8, 9		-	8, 9	
Total Item			8	1	-	8	1
			9			9	

Sumber : Diolah oleh Penulis

3.42. Online Consumer Reviews

a) Definisi Konseptual

Online consumer reviews adalah ulasan atau pendapat yang diberikan oleh pembeli sebelumnya berdasarkan pengalamannya melalui *online*.

b) Definisi Operasional

Dalam mengukur variabel *online consumer reviews* terdapat empat indikator, yaitu kredibilitas sumber, kualitas argumen, jumlah ulasan, dan perbandingan.

c) Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen di bawah ini bertujuan untuk mengukur variabel *online consumer reviews* dalam bentuk pernyataan yang ditujukan kepada responden.

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen *Online Consumer Reviews*

No.	Indikator	Sumber	Butir Uji Coba			Butir Final	
			(+)	(-)	Drop	(+)	(-)
1.	Kredibilitas sumber	(Dzulqarnain, 2019;	1, 2		-	1, 2	
2.	Kualitas argumen	Sudjatmika, 2017;	3, 4		-	3, 4	
3.	Jumlah ulasan	Widiyawati &	5, 6		-	5, 6	
4.	Perbandingan	Siswahyudianto, 2022)	7		-	7	
	Total Item		7			7	
				7			7

Sumber : Diolah oleh Penulis

343. Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok

a) Definisi Konseptual

Promosi adalah menyampaikan pesan berupa informasi terkait produk yang ditawarkan kepada calon konsumen untuk meningkatkan penjualan dengan berbagai media yang ada.

b) Definisi Operasional

Dalam mengukur variabel promosi menggunakan media sosial Tiktok terdapat tiga indikator, yaitu jangkauan promosi, kuantitas *updated* di media, dan kualitas pesan.

c) Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen di bawah ini bertujuan untuk mengukur variabel *online consumer reviews* dalam bentuk pernyataan yang ditujukan kepada responden.

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok

No.	Indikator	Sumber	Butir Uji Coba		Drop	Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)
1.	Jangkauan promosi	(Aliyah, 2017;	1		-	1	
2.	Kuantitas <i>updated</i> di media	Lukito, 2020; Rahmat, 2018)	2, 3		-	2, 3	
3.	Kualitas pesan		4, 5, 6		-	4, 5, 6	
	Total Item			6			6

Sumber : Diolah oleh Penulis

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui survei dengan menyebarkan kuisisioner *online* melalui WhatsApp dan Instagram menggunakan *Google Form*. Kuisisioner yang berisi pertanyaan dibagikan kepada responden di wilayah Jabodetabek yang menggunakan media sosial Tiktok minimal penggunaan selama tiga bulan dilihat dari durasi waktu penggunaan media sosial selama lebih dari sembilan jam dalam seminggu dengan usia di atas tujuh belas tahun. Penulis menggunakan

teknik ini karena dianggap bisa mendefinisikan secara detail pendapat, sikap, dan pengalaman seseorang tentang variabel yang akan diteliti.

Sumber jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Menurut Rukajat (2018), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti dan diolah oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui pihak kedua. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil survei, sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, dan sumber lainnya yang ada di internet terkait dengan penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah melakukan perhitungan terhadap data-data yang telah dikumpulkan atau diperoleh untuk membuat kesimpulan secara umum ke dalam bentuk sederhana agar mudah dipahami (Maswar, 2017). Analisis ini bisa membantulebih cepat untuk mengidentifikasi data yang diinput.

3.6.2. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Menurut Barlian (2018), validitas merupakan standar ukuran yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan atau kevalidan dari suatu instrumen penelitian. Alat ukur yang valid tidak hanya mampu menghasilkan data yang tepat tetapi juga akurat. Alat ukur yang dimaksud adalah pernyataan-pernyataan yang adadi

dalam kuisioner yang diberikan kepada responden. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pernyataan yang ada di dalam kuisioner dapat menerangkan sesuatu yang diukur oleh kuisioner (Janna & Herianto, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan rumus *pearson product moment* melalui aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 22 dengan rumus sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi

N : Jumlah subyek penelitian

$\sum x$: Jumlah skor item pernyataan

$\sum y$: Jumlah skor total pernyataan

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat skor item pernyataan

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat skor total pernyataan

$\sum xy$: Jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total

Dalam uji validitas apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir item dapat dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir item dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengetahui konsistensi dari alat ukur, sejauhmana konsistensi

alat ukur jika dilakukan tes berulang (Janna & Herianto, 2021). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu rumus *Cronbach's alpha* melalui aplikasi IBM SPSS Statistics versi 22, dengan rumus sebagai berikut.

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

Keterangan:

r : Reliabilitas instrumen

k : Jumlah butir pernyataan

$\sum si^2$: Jumlah varian butir

st^2 : Varian skor total

Menurut Ghozali (2016) dalam uji reliabilitas apabila nilai *cronbach's alpha* > 0.60 maka instrumen penelitian dapat diandalkan (*reliable*). Sebaliknya, jika nilai nilai *cronbach's alpha* < 0.60 maka instrumen penelitian tidak dapat diandalkan (*reliable*).

3.63. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak normal (Duli, 2019). Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut.

1. H_0 : Data terdistribusinormal
2. H_a : Data tidak terdistribusinormal

Pengambilan keputusan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* ditentukan dengan kriteria sebagai berikut.

1. Jika signifikansi > 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi < 0.05 maka data tersebut tidak berdistribusinormal.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara linear atau tidak secara signifikan (Yuandari & Rahman, 2017). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0.05. Kriteria pengujian menggunakan rumus sebagai berikut.

1. Jika signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima atau data tidak linear.
2. Jika signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak atau data linear.

3.64. Persamaan Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan linear antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

(Yuandari & Rahman, 2017). Analisis regresi linear sederhana menggunakan rumus sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y : Variabel dependen
 X : Variabelindependen
 a :Konstanta
 b : Koefisien regresi variabelindependen

3.61. Uji Hipotesis

a) Uji Signifikan Parsial(t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui tingkat suatu pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat (Rukajat, 2018). Pengambilan keputusan pada uji t menggunakan kriteria sebagai berikut.

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.65. Analisis Koefisien Korelasi Pearson

Korelasi *pearson* bertujuan untuk mengetahui seberapa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Yuandari &

Rahman, 2017). Analisis koefisien korelasi *pearson* dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 22.

Dasar pengambilan keputusan menggunakan korelasi *pearson* adalah sebagai berikut.

1. Jika nilai signifikansi < 0.05 maka data berkorelasi.
2. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka data tidak berkorelasi.

Berikut ini adalah ketentuan untuk menafsirkan hasil dari koefisien *pearson*.

Tabel 3. 4 Skala Likert

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2017)

3.6.6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat (Rukajat, 2018). Nilai koefisien determinasi dimulai dari nol sampai satu. Jika mendapat nilai R^2 kecil maka dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas dan begitupun sebaliknya. Penelitian ini menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 22 untuk menghitung koefisien determinasi.