

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini, dilakukan mulai dari bulan September 2024, melalui beberapa tahap yang mencakup observasi, pengajuan proposal, uji *instrument*, distribusi kuesioner melalui *Google Form* kepada pengguna *live streaming* Shopee khususnya kelompok usia Generasi Z kelahiran (1997-2012) yang tinggal di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek), serta mengelola dan analisis data.

B. Desain Penelitian

Menurut Purwohedhi (2022), desain penelitian adalah serangkaian langkah yang dilakukan peneliti setelah merumuskan masalah dan tujuan penelitian. Desain ini, akan membantu pembaca memahami alur kerja secara sistematis untuk menjawab pertanyaan penelitian. Desain penelitian mencakup *methode* yang dilakukan, sehingga penting dalam memilih metode yang tepat agar data yang diperoleh valid. Dalam penelitian ini, metode yang diterapkan adalah kuantitatif.

Menurut Abdullah et al(2022), Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang mana data yang diperoleh berupa angka (skor dan nilai) dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi sehingga

menghasilkan interpretasi yang lebih terukur. Penelitian ini, termasuk penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis variabel independen terhadap objek kemudian mendeskripsikan hasilnya. Penelitian deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan generasi Z di Jabodetabek terhadap Shopee *live streaming* pada produk Skincare.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Purwohedi (2022), populasi merupakan kumpulan semua data yang tersedia untuk sebuah penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, populasi mencakup seluruh individu atau kelompok yang menjadi *focus* penelitian.

Populasi dalam penelitian ini merupakan generasi Z pernah menyaksikan *live streaming* Skintific di Shopee, telah melakukan pembelian produk *skincare* Skintific melalui Shopee, dan berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek).

2. Sampel

Menurut Amin et al dalam Rasya (2024), sampel menjadi bagian dari populasi yang akan digunakan sebagai data pada penelitian. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi, maka peneliti dapat mengambil sampel yang representatif dari populasi tersebut. Hasil penelitian sampel ini akan berlaku untuk populasi, dengan catatan bahwa sampel tersebut harus benar-benar representatif.

Penelitian ini menggunakan *non-probability* sampel yang akan diambil secara *purposive sampling* dengan menetapkan kriteria tertentu. Menurut Purwohedi (2020) *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel pada setiap elemen populasi yang memiliki probabilitas berbeda untuk dipilih menjadi sampel pada penelitian tersebut. Sedangkan *purposive sampling* menurut Sugiyono dalam Anastasya (2024), merupakan teknik menentukan sampel dengan sebuah pertimbangan tertentu. Teknik ini digunakan ketika peneliti memiliki pertimbangan khusus dalam memilih individu yang menjadi subjek penelitian, seperti memiliki pengalaman atau karakteristik yang relevan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menentukan beberapa kriteria responden sebagai berikut:

- a. Kelompok usia Generasi Z (kelahiran 1997-2012)
- b. Berdomisili di Jabodetabek
- c. Pernah menyaksikan live streaming Skintific di platform Shopee
- d. Telah melakukan pembelian produk Skintific melalui live streaming Shopee

Dalam menentukan *sample* pada penelitian ini menggunakan rumus *lemeshow*. Menurut Sugiyono (2022), mengatakan bahwa rumus *lemeshow* digunakan dalam menentukan jumlah sampel karena populasi yang tidak diketahui dan terlalu besar. sebagai berikut ini merupakan rumus tersebut.

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal Estimasi 50% = 0,5

d = Tingkat kesalahan 10% = 0,01

Dari rumus diatas, maka ukuran sampel dapat dihitung dengan perhitungan berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (1 - 0,5)}{0,01^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = \frac{9604}{0,1}$$

$$n = 96,04$$

Dari perhitungan sampel diatas diperoleh hasil sebesar 96,04 sampel untuk jumlah minimum yang dibutuhkan. Adapun alasan peneliti menggunakan rumus *lemeshow* yaitu populasi yang dituju terlalu besar dan tidak konsisten. Pada penelitian ini untuk mengumpulkan kuesioner yang berisi kumpulan pertanyaan terkait *topic* penelitian yang sesuai peneliti menggunakan *Google Form* berupa angket sebagai media yang akan digunakan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik *survey* berupa *questioner* yang disebar secara luring dengan menggunakan *Google Form*. Teknik penyebaran kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan yang relevan dengan topik penelitian.

Menurut Kurniawati & Judisseno (2020), mengatakan skala *likert* merupakan skala yang berguna untuk mengukur sikap, sudut pandang orang, persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena. Pada penelitian ini, pengukuran dilakukan menggunakan skala *Likert*, dimana responden memberikan penilaian terhadap setiap pernyataan dengan skala poin terendah adalah sangat tidak setuju(1) hingga poin tertinggi adalah sangat setuju(5). Skala ini memungkinkan evaluasi terhadap tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap berbagai aspek yang diteliti. Adapun skala *likert* tersebut yaitu:

Tabel 3. 1 Tabel Skor Skala Type

Skor Pengukuran	Pengukuran	Kode
Sangat Tidak Setuju	1	STS
Tidak Setuju	2	TS
Cukup Setuju	3	CS
Setuju	4	S
Sangat Setuju	5	SS

Sumber: Data dikelola oleh Peneliti (2024)

Intelligentia - Dignitas

E. Pengembangan Instrumen

1. Variabel *Live Streaming (E-commerce Shopee)*

a. Definisi Konseptual

Live streaming e-commerce Shopee adalah fitur interaktif yang memungkinkan penjual atau merek untuk berkomunikasi secara *real-time* dengan calon pembeli melalui video *live streaming* di *platform* Shopee. Fitur ini menggabungkan elemen belanja dan hiburan (*shoppertainment*) dan penjual dapat melakukan demonstrasi, menjawab pertanyaan penonton, dan menawarkan promosi atau diskon eksklusif selama *live streaming* berlangsung.

Pengalaman belanja khususnya produk *skincare* akan lebih personal, efektif, dan interaktif dengan *live streaming* ini memungkinkan calon pembeli berinteraksi langsung melalui kolom *chat*, menanyakan detail produk, dan melakukan pembelian secara instan melalui fitur yang tersedia.

b. Definisi Operasional

Secara operasional, siaran langsung *e-commerce* Shopee adalah tindakan yang dilakukan oleh penjual atau merek untuk melakukan *streaming* video langsung melalui fitur "*Shopee Live*" pada *platform* Shopee. Beberapa faktor operasional yang dapat diukur dalam pelaksanaan siaran langsung ini seperti visualisasi atau tampilan *live streaming*, demonstrasi produk, promo eksklusif saat *live*, serta interaksi penjual dan penonton *live streaming*.

2. Instrumen Penelitian

a. Operasional Konsep

Variabel pada penelitian ini adalah *live streaming*. Pada variabel ini akan diuraikan menjadi beberapa dimensi dan *indicator* yang diperoleh dari studi sebelumnya. Berikut ini merupakan operasional konsep dari penelitian ini:

Tabel 3. 2 Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Live Streaming</i>	Kredibilitas	1. daya tarik <i>streamer</i> 2. keahlian <i>streamer</i> 3. kepercayaan <i>audiens</i>
	Interaktivitas	1. Keterlibatan aktivitas 2. <i>real-time feedback</i> 3. Sosial lingkungan <i>live</i>
	Kekayaan media	1. kualitas video serta fitur 2. kelengkapan informasi 3. ketepatan waktu <i>live Streaming</i>

Sumber: Data dikelola oleh Peneliti (2024)

F. Uji Instrumen Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan data primer dalam menganalisis data yang diperoleh melalui *quesioner* daring (dalam jaringan) kepada responden yang sesuai kriteria. Data tersebut akan diolah menggunakan *software* SPSS (*Statistical Program for Social Science*) sebagai alat yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas dan reabilitas *instrument* yang telah diperoleh dari responden. Berikut ini merupakan alat analisis tersebut:

1. Pengujian Validitas

Menurut Rosita et al. (2021), validitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengukur ketetapan dan ketepatan suatu alat ukur

dengan akurat sebagai pengukur suatu yang akan diukur. Semakin tinggi nilai validitas suatu instrumen, maka semakin baik instrumen tersebut dalam mengukur variabel yang dimaksud. Uji validitas digunakan pada penelitian adalah untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Pearson's* atau korelasi *Pearson Product Moment* Echdar (2017). Di bawah ini merupakan rumus *Person's* yang dimaksud:

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

Keterangan:

r = r hitung

x = skor pada *item* ke- i

y = jumlah skor yang diperoleh pada responden

n = jumlah responden

Sebuah butir angket dapat dinyatakan valid jika nilai *r* hitung > *r* tabel dengan ketentuan signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) (Aprili et al., 2023).

2. Pengujian Reliabilitas

Menurut Arsi & Herianto (2021), Reliabilitas merupakan *method* untuk menilai seberapa baik kuesioner dapat diandalkan sebagai *indicator* variabel yang diukur. Suatu instrumen kuesioner yang reliabel adalah instrumen yang menghasilkan hasil pengukuran yang sama atau stabil setiap kali diukur ulang dari waktu ke waktu.

Uji reabilitas pada penelitian ini akan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* pada *software* SPSS. Menurut (Purwohedi, 2022) koefisien *Cronbach Alpha* didapatkan dengan menghitung nilai rata-rata korelasi dari semua kemungkinan kombinasi pasangan apabila suatu instrumen dibagi menjadi dua bagian. Berikut ini adalah rumus menghitung *Cronbach Alpha* tersebut:

$$r_x = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_x^2} \right]$$

Diketahui:

r_x = reabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah variasi skor tiap item

σ_x^2 = variabel keseluruhan

Koefisien *Cronbach Alpha* dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 dan jika nilai *cronbach alpha* < 0,60 maka dikatakan tidak *reliabel*.

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Menurut Sentana (2023), Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan mengenai tanggapan dari setiap responden pada kuesioner yang dibuat dan didistribusikan oleh peneliti. Dari jawaban responden selanjutnya akan dideskripsikan menggunakan nilai rata-rata (*mean*).

Selanjutnya hasil responden dari kuesioner akan menggunakan pembagian skor menjadi tingkat kriteria. Setiap tingkat kriteria ini akan mempermudah dalam interpretasikan hasil kuesioner tersebut dengan mengacu pada bobot skor kriteria. Skor kriteria yang dimaksud ada pada tabel 3.3 dibawah ini.

Tabel 3. 3 Bobot Skor Kriteria Variabel

No	Skor Kriteria	<i>Live Streaming (CS+S+SS)</i>
1	0 – 20%	Sangat Tidak Baik
2	21 – 40%	Tidak Baik
3	41 – 60%	Cukup Baik
4	61 – 80%	Baik
5	81% - 100%	Sangat Baik

Sumber : Data dikelola oleh Peneliti

Angka responden pada penelitian ini akan menggunakan skala poin 1 hingga 5 sehingga responden akan dihitung rata-ratanya (*mean*) untuk dikategorikan dan ditarik kesimpulan dari data. Berikut ini merupakan rumus perhitungan tersebut:

$$X = \frac{\sum f_i . x_i}{n}$$

Keterangan:

X = Rata-rata xi = Bobot Data

fi = Frekuensi n = Jumlah Data

Setelah skor rata-rata dihitung, peneliti dapat menginterpretasikannya berdasarkan rentang (*range*) menggunakan skala kriteria yang telah ditetapkan. Rentang (*range*) pada penelitian ini diambil dari nilai tertinggi yaitu skala bobot lima (5) pada jawaban “Sangat Setuju”, dan rentang nilai

terendah diambil dari skala bobot satu (1) untuk jawaban “Sangat Tidak Setuju”. Berikut ini merupakan perhitungan rentang dari penelitian ini.

$$R = \frac{(\text{Bobot tertinggi} - \text{bobot terendah})}{\text{Banyaknya kategori bobot}}$$

$$R = \frac{(5 - 1)}{5} = 0,80$$

Tabel 3. 4 Bobot Skor Rata-rata Variabel

Rentang Skala	Live Streaming (S+SE)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Efektif
1,81 – 2,60	Tidak Efektif
2,61 - 3,40	Cukup Efektif
3-41 - 4,20	Efektif
4,21 – 5,00	Sangat Efektif

Sumber : Data dikelola oleh Peneliti

Intelligentia - Dignitas