

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif kausal yaitu metode untuk mendapatkan data secara alamiah dari tempat tertentu, didalam penelitiannya peneliti melakukan perlakuan untuk mengumpulkan data, contohnya seperti menyebarkan kuisioner, melakukan test, atau wawancara terstruktur dan lain sebagainya (Sugiyono, 2019, hlm. 15). Menurut Sugiyono (2019, hlm. 65). Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya menanyakan sebab dan akibat, asosiatif kausal merupakan rumusah masalah yang sifatnya menanyakan hubungan antar variabel, bisa 2 atau lebih variabel. Terdapat variabel yang dipengaruhi (dependen) dan variabel yang mempengaruhi (independen) pada penelitian ini. Dimana asosiatif kausal digunakan untuk mencari tahu sejauh mana hubungan sebab akibat dari Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, *Live streaming*, dan *Cash on Delivery* terhadap Keputusan Pembelian pada penelitian ini. Dimana gratis ongkos kirim sebagai variabel X1, *live streaming* sebagai variabel X2, dan *cash on delivery* sebagai variabel X3, sedangkan Keputusan Pembelian sebagai variabel Y. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antarvariabel seberapa besar pengaruh gratis ongkos kirim, *live streaming*, dan *cash on delivery* terhadap keputusan pembelian mahasiswa beberapa perguruan tinggi di Kota Banjarmasin.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa/i di beberapa perguruan tinggi di Kota Banjarmasin. Disini saya mengambil kampus UIN Antasari Banjarmasin, ULM Banjarmasin, UM Banjarmasin, dan UNISKA Banjarmasin, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dalam melakukan keputusan pembelian mahasiswa/i pada aplikasi TikTok dengan fitur TikTok Shop.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian yaitu memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti (Azwar, 2005, hlm. 34). Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa/i UIN Antasari Banjarmasin, ULM Banjarmasin, UM Banjarmasin, dan UNISKA Banjarmasin yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi TikTok.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah sasaran atau tujuan utama penelitian. Objek penelitian ini adalah “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, *Live Streaming*, dan *Cash On Delivery* terhadap Keputusan Mahasiswa Beberapa Perguruan Tinggi di Kota Banjarmasin Berbelanja di TikTok Shop.”

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2013, hlm. 115) Berdasarkan uraian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/I beberapa perguruan tinggi di Kota Banjarmasin yang pernah melakukan transaksi pembelian di Tiktok Shop pada periode 6 bulan terakhir. Populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan dengan pasti berapa jumlahnya untuk dijadikan sampel, maka populasi ini tergolong populasi tidak terhingga (*Infinite Population*) sehingga penentuan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Infinite Population*.

2. Sampel

Sampel ialah sebagian dari populasi yang diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan demikian, sampel dapat dijadikan menjadi elemen dari populasi yang diambil dengan teknik atau cara tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi. (Sugiyono, 2018, hlm. 80). Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*, yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Ulfah, 2021. hlm. 40), bahkan kemungkinan terpilihnya beberapa anggota tidak diketahui. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *snowball sampling*. Menurut sugiyono *snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2016. hlm 85). Peneliti memilih *snowball sampling* karena dalam menentukan sampel, peneliti terlebih dahulu menentukan hanya satu atau dua orang saja tetapi

karena data yang diperoleh dirasakan belum lengkap, peneliti mencari orang lain untuk melengkapi data.

Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Responden yang pernah melakukan pembelian produk di TikTok Shop selama 6 bulan terakhir.
- b. Responden merupakan Mahasiswa aktif UIN, ULM, UMB, dan UNISKA.

Untuk menentukan jumlah sampel atau ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (Silalahi, 2015, hlm. 390), yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel atau besaran sampel

P = Peluang benar 50 % = 0,5

q = Peluang salah 50 % = 0,5

d^2 = Presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 95%) = 0,1

z = Tingkat Kepercayaan 95% = 1,96

Jadi perhitungan sampelnya :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

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

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 96.

Berdasarkan perhitungan rumus di atas, maka dalam penelitian ini yang menjadi sampel minimal 96 responden dan peneliti akan mengambil sampel 100 responden. Karena dalam penelitian ini yang menjadi fokus peneliti adalah mahasiswa dari empat perguruan tinggi di kota Banjarmasin yaitu UIN Antasari Banjarmasin, UM Banjarmasin, ULM Banjarmasin, dan UNISKA Banjarmasin, maka sampel yang akan diteliti per universitas akan disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.1 Jumlah sampel per Universitas

UIN Antasari Banjarmasin	25
UM Banjarmasin	25
ULM Banjarmasin	25
UNISKA Banjarmasin	25

E. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung dari subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2005, hlm. 91). Data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket yang telah diisi oleh responden yang terlibat langsung selama penelitian ini, yaitu Mahasiswa/I UIN Antasari Banjarmasin, ULM Banjarmasin, UM Banjarmasin, dan UNISKA Banjarmasin yang pernah melakukan pembelian di TikTok Shop.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya (Azwar, 2005, hlm. 91). Data sekunder dapat kita peroleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku yang ada di perpustakaan maupun sumber yang diperoleh melalui internet dan sumber lainnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk penelitian ini teknik yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan/ Pernyataan yang dibuat berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian yang diberikan kepada responden (Widodo, 2017, hlm. 72). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan atau pernyataan tertulis secara langsung kepada Mahasiswa/I UIN Antasari Banjarmasin, ULM Banjarmasin, UM Banjarmasin, dan UNISKA Banjarmasin yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi TikTok untuk dijawabnya dengan memberikan data objektif. Penyebaran daftar angket dilakukan kepada respon yang menjadi sampel penelitian, kemudian jawaban tersebut diklasifikasikan menurut skala *likert*. Skala *likert* digunakan mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert* maka dapat dijabarkan melalui setiap indikator. (Sugiyono, 2019 Hal 146)

Indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun

item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan-pernyataan. Setelah pernyataan atau pertanyaan dibuat, maka dilanjutkan dengan pemberian skor atau bobot untuk setiap alternatif jawaban.

G. Skala Pengukuran

Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya :

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Dalam menjawab pertanyaan yang tersedia, subjek diminta untuk menyatakan kesetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap isi pernyataan. Pada pernyataan favourabel penilaian bergerak dari angka 5 sampai 1.

Sedangkan untuk nonfavourabel bergerak dari angka 1 sampai 5. Skor untuk setiap jawaban sebagai berikut :

Tabel 3.2 Tabel penilaian jawaban pertanyaan

No.	Respon	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4

3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda (Sugiyono, 2013, hlm. 133) skala *likert* yang penulis gunakan adalah dalam bentuk *checklist*.

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Widodo, 2017, hlm. 146). Instrumen dalam penelitian merupakan suatu yang amat penting dan strategis dengan permasalahan, tujuan dan hipotesis penelitian. Instrument kuesioner ini dikembangkan dari variabel penelitian antara lain.

Tabel 3.3 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Gratis Ongkos Kirim (X1)	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan perhatian • Memiliki daya tarik • Membangkitkan keinginan membeli • Mendorong melakukan pembelian 	<i>Likert</i>
2.	Live Streaming (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • Rasa interaksi komunikasi yang real • Memudahkan untuk proses 	<i>Likert</i>

		negosiasi <ul style="list-style-type: none"> • Melihat produk secara real time • Memudahkan pembeli untuk membeli • Efektif untuk berbelanja secara real time 	
3.	Cash On Delivery (X3)	<ul style="list-style-type: none"> • Keamanan • Privasi • Kepercayaan 	<i>Likert</i>
4.	Keputusan Pembelian (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Prioritas pembelian • Kemudahan mendapat/memperoleh • Pertimbangan manfaat • Keyakinan dalam membeli 	<i>Likert</i>

I. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas data merupakan sejauh mana alat pengukur mengukur apa yang diukur. Tujuan dan pengukuran validitas ini adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuesionar, apakah isi dan butir pertanyaan sudah valid jika sudah berarti butir-butir pertanyaan tersebut sudah bisa untuk mengukur faktornya. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini adalah jumlah sampel. (Ghozali, 2001, hlm. 52).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur

kekonsistenan suatu pertanyaan yang apabila nantinya digunakan lagi dikemudian hari dengan gejala yang sama.

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan koefisien responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang variabel tersebut akan dikatakan reliabel jika *Cronbach's alpha*-nya memiliki nilai lebih besar dari $> 0,60$ maka bisa dikatakan reliabel, adapun perhitungannya menggunakan *SPSS 25 for windows*.

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukan analisis regresi dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu sebagai syarat. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan antara lain :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah data untuk menguji apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, karena data yang baik dan layak itu adalah data yang berdistribusi normal, dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan menggunakan *SPSS 25 for windows*. Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi sebaran skor variabel. Variabel yang diuji adalah variabel dependen (*Gratis Ongkos Kirim*, *Live Streaming*, dan *Cash On Delivery*) variabel independen (*Keputusan Pembelian*). Jika nilai signifikansi dari hasil *Kolmogorov-Smirnov* $e^{> 0,05}$, maka terdistribusi

normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal. (Asnawi & Mansyur, 2011, hlm. 178)

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya) uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin Waston* (DW test). Adapun dalam pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi yaitu:

- 1) Jika angka D-W dibawah -2 maka autokorelasi positif
- 2) Jika angka D-W dibawah +2 maka autokorelasi negatif
- 3) Jika angka D-W diantara -2 sampai +2 maka tidak autokorelasi. (Asnawi & Mansyur, 2011, hlm. 177).

c. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas artinya antara variabel independent yang terdapat dalam model memiliki hubungan sempurna atau mendekati sempurna. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen.

Untuk mengetahui adanya multikolinieritas antar variabel, dapat dilihat dari *variance inflation factor* (VIF) faktor pertambahan ragam. Data memenuhi syarat jika nilai $VIF < 5$. (Priyanto, 2010, hlm. 91).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola

gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka nol.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis statistiknya menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel eksogen (X) dengan satu variabel tergantung (Y) yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for windows ver. 25*.

Analisis ini bertujuan untuk memprediksikan nilai dari variabel tergantung apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan. Berikut adalah rumus regresi linier berganda : (Priyanto, 2011, hlm. 45).

$$Y = \alpha + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian di TikTok Shop

α = Konstanta

b_2, b_1 = Koefisien regresi

x_1 = Gratis Ongkos Kirim

x_2 = *Live Streaming*

x_3 = *Cash On Delivery*

3. Uji Hipotesis

a. Uji f Simultan (Uji f)

Uji ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) secara bersama-sama. Dalam penelitian ini, tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau dengan *level of significany* (α) sebesar 5% dengan *degree of freedom* (df) = $(k - 1) (n - k)$. Hasil uji F dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA, H_0 ditolak dan H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan sebaliknya H_0 diterima dan H_a ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$. (Priyanto, 2011, hlm. 52).

b. Uji t Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada *output coefficient* dari hasil analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,005 ($\alpha=5\%$). Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.