

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan mengambil referensi dari jurnal-jurnal serta penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Selain itu juga digunakan untuk mengumpulkan data-data dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data kuantitatif ataupun statistik serta memiliki tujuan untuk melakukan uji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini memiliki sifat penelitian yang dilakukan dengan metode kuantitatif. Metode ini adalah salah satu metode ilmiah dikarenakan memiliki prinsip-prinsip ilmiah yang spesifik, empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga dinamakan dengan metode penemuan karena telah banyak ilmu pengetahuan serta ilmu teknologi baru yang dapat ditemukan serta dikembangkan dengan menggunakan metode ini.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di sebagian besar wilayah Kota Batam dengan menargetkan sebagian pengguna aplikasi TikTok yang menggunakan fitur TikTok Shop yang ada di wilayah Kota Batam. Lokasi penelitian dipusatkan di Kota Batam terutama di Kecamatan Batu Aji dengan cara melalui penyebaran angket berupa

kuesioner melalui aplikasi *google form*.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian yang dilakukan mulai dari pengajuan judul hingga proses akhir yaitu penyampaian hasil penelitian adalah terhitung mulai sejak bulan September 2023 sampai bulan Desember 2023 hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *online*.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah semua hal yang ada pada alam ini, baik itu subjek maupun objek, serta merupakan keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh subjek dan objek tersebut. Kelompok target untuk penelitian ini adalah para pengguna TikTok Shop yang ada di wilayah Kota Batam. Untuk ukuran populasi pada penelitian kali ini tidak pasti ataupun tidak memiliki jumlah yang tetap (populasi *infinite*). Pada suatu penelitian, jika populasi tidak diketahui dan sulit dijangkau maka peneliti bisa menggunakan sampel. Untuk itu sampel harus 385 responden untuk benar-benar mewakili populasi.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel sampel merupakan cerminan dari keseluruhan populasi dan kekhususan yang ada pada populasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Pada penelitian ini menetapkan kriteria pengguna yang menggunakan

fitur TikTok Shop di Kota Batam terutama di Kecamatan Batu Aji. Penelitian ini mengambil responden sebanyak 385 responden. Peneliti menggunakan rumus Lemeshow yang memudahkan penelitian.

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2} \text{ Rumus 3.1 Rumus Lemeshow}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2019) merupakan sebuah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan metode pengambilan Accidental sampling. Accidental sampling merupakan teknik pengumpulan data dengan penentuan sampel dari populasi yang tidak direncanakan terlebih dahulu sebelumnya. Melainkan secara kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat melakukan penelitian dianggap cocok dengan karakteristik sampel atau sebagai sumber data yang dibutuhkannya dapat dijadikan sebagai sampel.

3.5 Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono (2019), sumber data primer merupakan sumber data

langsung. Peneliti mendapatkan sumber data primer dengan menggunakan strategi. Sumber data yang digunakan didapat dari kuesioner yang disebar dan melakukan survey kepada para pengguna TikTok Shop yang ada di wilayah Kota Batam terutama di Kecamatan Batu Aji.

2. Sumber Data Sekunder

Untuk data sekunder, peneliti mendapatkan dari mengumpulkan referensi dari berbagai jurnal yang membahas sesuai dengan topik penelitian. Sumber data sekunder yang didapat dalam penelitian ini adalah dengan melakukan beberapa survey atau riset studi kepustakaan yang dimana referensi yang didapat diambil dari jurnal atau artikel terkait dengan penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner yang berguna untuk mengambil informasi secara langsung dari lokasi penelitian. Metode ini dilakukan dengan menghadirkan rangkaian pertanyaan atau kalimat jawaban kepada responden (Sugiyono, 2019). Peneliti menggunakan skala likert berikut ini untuk menyebarkan kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan.

Tabel 3.1 Skala Likert

No.	Tahap	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019) variabel penelitian diartikan sebagai atribut atau fitur, nilai dari seseorang, objek atau tindakan dengan ragam tertentu bagi peneliti untuk menelitinya dan menarik kesimpulan.

3.7.1 Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2019), mengemukakan bahwa variabel dependen dapat dilihat sebagai variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan dari faktor-faktor independen. Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya akan tetapi variabel ini tidak dapat memberikan pengaruh pada variabel yang lainnya. Variabel dependen pada penelitian ini adalah minat beli.

3.7.2 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2019) pengertian dari variabel independen yaitu variabel yang menyebabkan variabel terikat berubah atau muncul. Variabel ini dapat mempengaruhi atau menjelaskan variabel lainnya. Variabel ini ditandai dengan simbol huruf X. Variabel independent yang terdapat pada penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek dan *electronic word of mouth*.

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah salah satu pernyataan dalam diri seorang konsumen yang menunjukkan kecenderungan ataupun ketertarikan seorang konsumen dalam membeli suatu produk dalam jumlah tertentu serta dalam periode waktu yang tertentu pula. (Edwin Japarianto 2020)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Skala Likert
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah salah satu hal yang sangat perlu untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan jika menginginkan kualitas produk yang dihasilkan mampu bersaing di pasaran (E-issn, Nurchasanah, and Lukitaningsih 2023)	1. Kinerja 2. Fitur produk 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Daya tahan	Skala Likert
Citra Merek (X2)	Citra merek adalah suatu representasi yang dapat berupa gambaran umum mengenai suatu merek yang didasarkan atas baik atau buruknya suatu merek yang diingat oleh konsumen berdasarkan pengalaman dan informasi yang telah diketahuinya (Ramadani 2023)	1. <i>Reputation</i> 2. <i>Recignition</i> 3. <i>Affinity</i>	Skala Likert
Electronic Word of Mouth (X3)	<i>Electronic Word of Mouth</i> merupakan suatu kegiatan dalam pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, merekomendasikan ataupun menjual suatu produk maupun jasa kepada pelanggan lain dan konsumen selalu berusaha untuk terus mencari informasi yang disebar oleh konsumen sebelumnya di sosial media seperti di blog, forum diskusi <i>online</i> , <i>online review</i> , dan lain-lain (Rizal 2023).	1. Frekuensi mengakses informasi dari sosial media TikTok Shop 2. Frekuensi interaksi dengan pengguna sosial media TikTok Shop 3. Banyaknya ulasan yang ditulis pengguna sosial media TikTok Shop	Skala Likert

Sumber: Data Penelitian (2023)

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data menurut (Sugiyono, 2019) adalah tindakan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau informasi dari berbagai sumber telah terkumpul. Data kemudian diproses hingga dapat disimpulkan kebenarannya dan digunakan sebagai solusi dari permasalahan-permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Peneliti menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan ataupun menggambarkan data-data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa adanya maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Deskripsi data pada penelitian ini digunakan untuk menjelaskan masing-masing variabel yaitu Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), *Electronic Word of Mouth* (X3) terhadap Minat Beli (Y). Tahapan di dalam analisis deskriptif ini adalah dengan mengumpulkan data, melakukan pencatatan, peringkasan, penyusunan serta penyajian data. Data yang akan diolah juga dapat berbentuk tabel, grafik ataupun diagram.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas instrumen merupakan pengujian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui validitas, ketepatan, serta kecermatan dari suatu pertanyaan dengan cara mengukur variabel lainnya yang akan diteliti. Menurut Nurhasanah (2016), suatu instrumen dapat dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan

dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Setelah data diuji validitasnya menggunakan program SPSS akan muncul output berupa kolom correlations yang didalamnya berisi informasi nilai signifikan.

Metode yang digunakan adalah dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh dari setiap item pertanyaan dengan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi yang terkandung dalam kuesioner. Teknik yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Kriteria pengujian validitas yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti hasil uji r memiliki harga nilai taraf signifikan lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka variabel yang digunakan dianggap valid.

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} + \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad \text{Rumus 3.2 Uji Validitas}$$

Keterangan:

r_{hitung} : Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n : Banyaknya responden (*sample*)

X : Skor yang diperoleh subyek dari setiap item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019) mengemukakan jika uji reabilitas dipakai guna mengukur seberapa dekat hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung koefisien alpha atau *Cronbach's alpha*. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya koefisien korelasi digunakan table r (distribusi) untuk alpha 0,05 dengan derajat kebebasan ($dk=n-2$). Kemudian membandingkan r_{11} dengan r-tabel. Jika $r_{11} > r$

tabel berarti reliabel namun jika $r_{11} < r$ tabel maka tidak reliabel. Adapun penilaian uji reliabilitas yaitu data penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* untuk pengukuran reliabilitas > 0.70 .

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \text{ Rumus 3.3 Uji Reliabilitas}$$

Keterangan :

r = Reliabilitas koefisien

k = Volume pertanyaan yang dites

$\sum \sigma_b^2$ = Varian skor

σ_t^2 = Varian skor total,

Ada beberapa faktor yang menentukan apakah data dapat diandalkan, termasuk: Hasil $\alpha > 0,60$ = dapat dipercaya Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak dapat diandalkan atau tidak menentu.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu persyaratan dari variabel yang wajib dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik ini memiliki tujuan yaitu untuk memberi kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan di dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Pengujian data-data ini diolah menggunakan bantuan dari aplikasi SPSS 25.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah suatu distribusi variabel cocok dan distribusinya normal (Sugiyono, 2019). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui berdistribusi residual. Model yang baik mempunyai residual

berdistribusi normal. Metode yang digunakan untuk menguji Hipotesis normalitas, yaitu:

1. Membuat hipotesis dalam uraian kalimat

H_0 : Data berdistribusi normal

H_a : Data tidak berdistribusi normal

2. Menentukan risiko kesalahan

Pada tahap ini menentukan seberapa besar peluang membuat risiko kesalahan dalam mengambil keputusan menolak hipotesis yang benar.

Biasanya dilambangkan dengan α yang dikenal istilah taraf signifikan.

3. Kaidah pengujian

Jika $D_{hitung} < D_{tabel}$ maka H_0 diterima

4. Menghitung D_{hitung} .

5. Membandingkan D_{tabel} dan D_{hitung}

6. Membuat keputusan

Adapun ketentuan residual dikatakan berdistribusi normal dengan melihat nilai residual, bila nilai signifikansinya $> 0,05$ atau lebih dari 5% maka data tersebut dinyatakan residual berdistribusi dengan normal, begitupun sebaliknya.

3.8.3.2 Uji Multikolienaritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi mendeteksi adanya keterkaitan antara variabel independen (Ghozali, 2018). Uji multikolienaritas sendiri juga dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Melihat nilai *tolerance*

Jika nilai *tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi Multikolinearitas, jika nilai

tolerance < 0.10 maka terjadi Multikolinearitas

2. Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

Jika nilai VIF yaitu < 10.00 maka tidak terjadi Multikolinearitas. Jika nilai VIF yaitu > 10.00 maka terjadi Multikolinearitas

3.8.3.3 Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas merupakan salah satu uji yang bertujuan untuk menguji ke dalam model regresi yang terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang normal atau baik seharusnya tidak terjadi heteroskedasitas. Metode ini mengkorelasikan variabel independen dengan nilai *unstandardized residual*. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05. Bila korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikan > 0,05 maka tidak terjadi Heteroskedasitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih terkait variabel bebas atau variabel independent terhadap variabel terikat. Pengujian tersebut dibantu menggunakan aplikasi SPSS 25. Dalam menghitung besaran pengaruh Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), *Electronic Word of Mouth* (X3) terhadap Minat Beli (Y) maka dapat disimpulkan pengujiannya dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstanta

B_1, β_2, β_3 = Koefisiensi garis regresi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Citra Merek

X3 = *Electronic Word of Mouth*

e = *Error* atau Kesalahan regresi

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) merupakan angka ataupun indeks yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan dari sebuah variabel atau lebih (variabel bebas) terhadap variasi naik atau turunnya variabel yang lainnya (variabel terikat). Pengujian ini dapat dilihat dengan nilai *R Square*. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 sampai dengan 1. Semakin besar nilai dari koefisien determinasi, maka akan semakin baik pula kemampuan X menerangkan variabel Y.

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji Statistik (T-Test)

Uji statistik atau uji T juga dapat disebut dengan uji parsial. Uji statistik ini mencakup dengan tingkatan pengaruh dari setiap variabel independennya secara parsial terhadap variabel dependennya. Jika diperoleh probabilitasnya (sig) $< 0,05$ maka dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan diantara setiap variabel bebasnya terhadap variabel terikatnya. Namun jika nilai signifikan

profitabilitasnya ($\text{sig} > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau tidak signifikan.

Uji statistik ini akan dilakukan diuji dengan bantuan aplikasi SPSS 25.

3.8.5.2 Uji Statistik F (F-Test)

Uji simultan dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah variabel independennya secara keseluruhan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji F juga digunakan pada penelitian yang memiliki dua variabel atau lebih. Jika didapat nilai probabilitasnya ($\text{sig} < 0,05$) maka variabel bebasnya berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, H_0 akan ditolak sedangkan H_a akan diterima (signifikan). Akan tetapi, jika didapat nilai probabilitasnya ($\text{sig} > 0,05$) maka tidak terdapat variabel yang terikat. H_0 akan diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan). Untuk melakukan pengujian pada penelitian ini menggunakan aplikasi bantuan SPSS 25.