

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian hubungan sebab akibat dengan alat penelitian memakai survei, yaitu pengumpulan informasi secara sistematis dari para responden dengan maksud untuk memahami dan atau meramalkan beberapa aspek perilaku dari populasi yang diamati. Survei pada umumnya digunakan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam (Aisah, 2023).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah kuantitatif dan eksplanatif. Penelitian kuantitatif digunakan karena data yang dikumpulkan berupa angka dan dianalisis menggunakan statistik. Sedangkan sifat eksplanatif menunjukkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel bebas (kualitas produk, kepercayaan, dan keamanan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan melalui aplikasi TikTok sebagai platform *online* shop di bidang jasa bertujuan untuk memahami dinamika perilaku konsumen dalam konteks *e-commerce* yang berkembang pesat. TikTok, yang awalnya dikenal sebagai platform media sosial berbasis video, telah bertransformasi menjadi saluran

e-commerce yang efektif, terutama di kalangan generasi muda.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel dibawah ini menunjukkan periode penelitian :

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Pertemuan													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Identifikasi Masalah	■													
Studi Pustaka		■	■											
Metode Penelitian				■	■	■								
Pengambilan Data							■	■	■	■				
Pengolahan Data									■	■				
Penyusunan Laporan											■	■		
Kesimpulan													■	■

Sumber: Peneliti, 2025

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2021)

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu, ketika populasi terlalu besar untuk dipelajari sepenuhnya, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling karena jumlah anggota populasi tidak diketahui, dan *purposive* sampling

sebagai metode penentuan sampel. (Sugiyono, 2021)

Purposive sampling digunakan karena seringkali terdapat banyak kendala yang menghalangi peneliti untuk mengambil sampel secara acak. Dengan menggunakan *purposive* sampling, diharapkan kriteria sampel yang diperoleh sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. (Sugiyono, 2021). Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Jacob cohen yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{L}{F^2} + u + 1$$

Rumus 3.1 Sampel Jacob Cohen

Sumber :

Keterangan:

n= Jumlah sampel

F^2 = Efek ukuran (10%)

U= Banyaknya perubahan yang terkait dalam penelitian

L= Nilai dari tabel power untuk tingkat signifikansi 5%, power 95%, dan jumlah prediktor (u) = 5, yaitu sebesar 19,76.

Sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{19,76}{0,10} + 6 = 197,6 + 6 = 203,6 \text{ dan dibulatkan menjadi } 204 \text{ Responden.}$$

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive* sampling. Teknik *purposive* sampling adalah metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menetapkan kriteria tertentu terhadap elemen-elemen populasi yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian

(Sugiyono, 2021).

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan responden adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok.
2. Pernah melakukan pembelian minimal satu kali melalui TikTok Shop dalam enam bulan terakhir.
3. Berusia minimal 17 tahun pada saat pengisian kuesioner.
4. Berdomisili di Indonesia.

Dengan menggunakan teknik ini, diharapkan data yang diperoleh benar-benar menggambarkan persepsi dan pengalaman dari pengguna TikTok Shop dalam konteks keputusan pembelian.

3.5 Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer : Data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, yaitu responden, melalui pengisian kuesioner online yang disebarakan kepada pengguna TikTok Shop.
2. Data sekunder : Data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti jurnal ilmiah, artikel, buku, dan sumber literatur lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29, yang digunakan untuk mengolah data kuantitatif hasil kuesioner.

Penggunaan SPSS mempermudah peneliti dalam melakukan analisis statistik, seperti uji validitas, reliabilitas, statistik deskriptif, hingga pengujian regresi linier berganda guna menguji hipotesis. Adapun data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disusun dalam bentuk Google Form. Berikut ini tabel skala likert yang akan dipakai oleh peneliti dalam kuesioner yang disebar sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala *Likert*

Kode	Skala Likert	Skor
SS	Sangat Setuju	5
SS	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2021)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional disusun agar variabel-variabel dalam penelitian dapat diukur secara objektif dan sistematis sesuai kebutuhan analisis. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen) yang dirumuskan berdasarkan teori dan indikator dari berbagai literatur yang relevan. Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi: Kualitas Produk (X1), Keamanan (X2), dan Kepercayaan (X3). Sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.3 Variabel Independen

	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
X ₁	Kualitas Produk	Kualitas Produk merupakan kemampuan yang paling mendasar, di mana konsumen memiliki harapan akan pemenuhan kebutuhan dan keinginan melalui suatu produk. (Hadya Rizka, Sutardjo Agus, 2021)	1. Kinerja 2. Realibilitas 3. Daya Tahan	Skala Likert
X ₂	Keamanan	Keamanan transaksi online adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (cheating) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. (Kudin et al., 2021)	1. Kerahasiaan 2. Ketersediaan 3. Penggunaan Legitimasi	Skala Likert
X ₃	Kepercayaan	Kepercayaan sebagai kesediaan seseorang untuk sensitif terhadap tindakan orang lain berdasarkan harapan bahwa orang tersebut akan melakukan tindakan tertentu, tanpa bergantung pada kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan. (Atmaja & Achsa, 2022)	1. Kemampuan 2. Kebajikan Hati 3. Integritas	Skala Likert
Y	Keputusan pembelian	Keputusan pembelian sebagai langkah-langkah yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh dan menggunakan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. (Horijah et al., 2023)	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur	Skala Likert

Sumber : (Hadya Rizka, Sutardjo Agus, 2021) & (Kudin et al., 2021) & (Atmaja & Achsa, 2022) & (Horijah et al., 2023)

3.8 Metode Analisis Data

Untuk mengetahui hasil suatu penelitian diterima atau ditolak suatu hipotesis, makadilakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh. Adapun alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagi berikut:

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data penelitian secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan hubungan antar variabel yang diteliti (Sugiyono, 2021). Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden serta tanggapan mereka terhadap pernyataan dalam kuesioner berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Metode deskriptif ini berupa uraian tentang masalah yang berhubungan dengan kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, kualitas pelayanan, persepsi resiko dan keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, untuk menginterpretasikan hasil jawaban responden, digunakan perhitungan rentang skala berdasarkan jumlah responden dan jumlah pilihan jawaban dalam skala Likert.

Rentang skala dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rumus Rentang Skala

Sumber : (Sugiyono, 2021)

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah opsi jawaban (5 Skala)

Maka perhitungannya sebagai berikut :

$$RS = \frac{204(5-1)}{5} = \frac{204 \times 4}{5} = 163,2$$

Rentang skala tersebut antara lain sebagai berikut :

Tabel 3.4 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kriteria
1.	204 – 367,2	Sangat Tidak Setuju
2.	367,3 – 530,4	Tidak Setuju
3.	530,5 – 693,6	Netral
4.	693,7 – 856,8	Setuju
5.	856,9 – 1020	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2025

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Proses evaluasi terhadap kecocokan atau kesesuaian suatu butir instrumen umumnya dilakukan melalui uji signifikansi terhadap koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05. Dengan kata lain, suatu item dinyatakan memiliki validitas yang layak apabila menunjukkan korelasi yang signifikan dengan skor total keseluruhan item. Adapun hasil uji validitas untuk masing-masing variabel disajikan sebagai berikut:

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Aisah, 2023). Perhitungan reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid. Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir-butir pernyataan yang telah lolos uji validitas, dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* melalui SPSS versi 26.

Kriteria pengambilan keputusan:

Dengan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

1. Jika koefisien alpha *Cronbach* positif $\geq 0,6$ maka faktor tersebut reliabel.
2. Jika koefisien alpha *Cronbach* negatif $\leq 0,6$ maka faktor tersebut tidak reliabel.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi secara normal. Distribusi normal merupakan salah satu syarat dalam analisis regresi linier. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test pada SPSS versi 29. Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data residual terdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka data residual tidak normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada SPSS versi 29. Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai tolerance $\leq 0,1$ atau VIF ≥ 10 , maka terjadi multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan

menggunakan metode **Glejser Test** dengan melihat nilai signifikansi pada hasil regresi absolut residual terhadap variabel independen di SPSS versi 29. Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika nilai **signifikansi** $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai **signifikansi** $\leq 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, kualitas pelayanan, persepsi resiko dan keputusan pembelian. Adapun bentuk persamaannya sebagai berikut (Harto, 2021):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.3 Uji Linier Berganda

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian online

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi X₁, X₂, X₃

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Kepercayaan

X₃ = Keamanan

e = Error

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinan (R²)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel

dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari kualitas produk (X_1), keamanan (X_2), dan kepercayaan (X_3), sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square (R^2) yang diperoleh dari hasil output uji linear berganda menggunakan SPSS versi 29.

Interpretasi nilai R^2 adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai R^2 mendekati 1, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas memberikan kontribusi besar dalam menjelaskan variabel terikat.
2. Jika nilai R^2 mendekati 0, maka variabel bebas hanya memberikan kontribusi kecil dalam menjelaskan variabel terikat.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Pengujian Secara Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Ulasan Produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara terpisah.

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika signifikansi $< 0,05$ dan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel berpengaruh signifikan secara parsial.
2. Jika signifikansi $> 0,05$ atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel tidak berpengaruh signifikan.

3.9.2 Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Persepsi Keamanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika signifikansi $< 0,05$, maka semua variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan.
2. Jika signifikansi $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh simultan yang signifikan.