

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode yang digunakan adalah kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) dan dalam penelitian ini akan melihat pengaruh kredibilitas endorser dan daya tarik konten terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi TikTok.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu pengguna aplikasi TikTok. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode *field research* dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada pengguna

aplikasi TikTok. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Poin	Keterangan	Kode
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Cukup Setuju	CS
4	Setuju	S
5	Sangat setuju	SS

Sumber: Sugiyono (2015)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi TikTok di Indonesia.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi, dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu sebagian pengguna aplikasi TikTok. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Berusia minimal 17 tahun baik untuk laki-laki maupun perempuan.
2.	Pengguna Aplikasi TikTok
3.	Followers TikTok Fadil Jaidi
4.	Memahami jenis konten di TikTok

Sumber : Data Diolah, 2022

Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi TikTok dan memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Karena jumlah populasi pengguna aplikasi TikTok tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, Hair dalam Ridwan (2019) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5-10. Jumlah indikator yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 12 indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut :
Jumlah Sampel = 12 X 10 = 120 responden.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah kredibilitas endorser dan daya tarik konten

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah minat beli konsumen di aplikasi TikTok

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Kredibilitas Endorser	Stafford dalam Pakpahan (2017) menyatakan bahwa kredibilitas endorser bisa diartikan sebagai suatu karakteristik positif komunikator yang berpengaruh terhadap penerimaan suatu pesan oleh receiver	Kecenderungan sebuah kepercayaan terhadap seseorang	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attractiveness</i> 2. <i>Expertise</i> 3. <i>Trustworthiness</i> <p>Sumber: Ohanian dalam Pakpahan (2017)</p>	Interval
Daya Tarik Konten	Joe Dalam Abdurrahim dang Sangen (2019) menyatakan bahwa daya tarik konten adalah pendekatan strategi pemasaran, berfokus pada membuat dan menyalurkan konten yang berharga, relevan, dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan konsumen yang jelas dan pada akhirnya mendorong tindakan pelanggan yang baik	Sesuatu yang disampaikan, dapat berupa teks, gambar, foto, musik melalui media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relevansi 2. Akurasi 3. Bernilai 4. Konsisten 5. Mudah dipahami <p>Sumber: Joe Dalam Abdurrahim dang Sangen (2019)</p>	Interval
Minat Beli	Wahyuni, Fourqoniah, dan Arsyad, (2019) menyatakan bahwa adalah merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu	tahap awal konsumen dalam menentukan keputusan pembelian dan konsumen akan mencari informasi lebih lanjut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Refrensial 3. Minat Prefensial 4. Minat Eksploratif <p>Sumber: Ferdinand Dalam Wahyuni, Fourqoniah, dan Arsyad, (2019)</p>	Interval

Sumber : Data Diolah, 2022

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen, dalam pengujian validitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Instrumen dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha = 0,05$.

1. Prosedur pengujian :

Ho : instrumen valid

Ha : instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Homogenitas Sampel

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.139) Uji homogenitas yaitu suatu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Uji homogenitas pada penelitian ini penulis dibantu dengan program SPSS versi 21.

Prosedur pengujian :

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Varians populasi adalah homogen.

H₁ : Varians populasi adalah tidak homogen.

2. Kriteria pengambilan keputusan

Jika probabilitas (Sig) < 0.05 maka (Alpha) Ho ditolak.

Jika probabilitas (Sig) > 0.05 maka (Alpha) Ho diterima.

3.8.2 Uji Normalitas Sampel

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS 21.

Prosedur Pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila $\text{Sig} < 0.05$ maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila $\text{Sig} > 0.05$ maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

3.8.3 Uji Lineritas Sampel

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS 21 dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*.

Prosedur Pengujian

1. Rumusan Hipotesis

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H₁ = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ maka Ho diterima.

Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ maka Ho ditolak

3.8.4 Uji Multikolinieritas

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.141) Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation faktor* (VIF). Batas dari

tolerance value > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas.
Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas.
2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.
Jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas.
Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS
3. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) > 0,1 maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel yang mempengaruhi yaitu variabel kredibilitas endorser dan daya tarik konten mempengaruhi minat beli konsumen maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 21. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

Keterangan :

- Y = Variabel Minat Beli Konsumen
a = Konstanta
e = Error
 b_1, b_2 , = Koefisien regresi parsial
X1 = Variabel Kredibilitas endorser
X2 = Variabel Daya Tarik Konten

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

1. Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Di Aplikasi TikTok

Ho: Kredibilitas endorser tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi TikTok

Ha: Kredibilitas endorser berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi TikTok

2. Pengaruh Daya Tarik Konten Terhadap Minat Beli Konsumen Di Aplikasi TikTok

Ho: Daya tarik konten tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi TikTok

Ha: Daya tarik konten berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi TikTok

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka Ho ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

Pengaruh Kredibilitas Endorser Dan Daya Tarik Konten Terhadap Minat Beli Konsumen Di Aplikasi TikTok

Ho: Kredibilitas endorser dan daya tarik konten tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi TikTok

Ho: Kredibilitas endorser dan daya tarik konten berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi TikTok

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $sig < 0,05$ maka Ho ditolak
2. Jika nilai $sig > 0,05$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis