

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif pendekatan kausalitas. Menurut Amruddin (2022) penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur, biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik, analisis data kuantitatif/statistik memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, sedangkan kausalitas adalah jenis penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel-variabelnya. Penelitian ini akan melihat pengaruh citra merek, pengalaman belanja online, kepercayaan dan keputusan pembelian produk Jiniso.id di Tiktokshop Live

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Menurut Amruddin (2022) menyatakan bahwa data primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian atau responden, baik individu maupun kelompok. Data primer diperoleh dari jawaban pengisian kuesioner responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Jiniso.id

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*). Studi lapangan (*field research*) adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. 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 melalui dari formulir google kepada responden, yaitu konsumen Jiniso.id 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: Amruddin (2022)

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Amruddin (2022) menyatakan bahwa populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Populasi tersebut akan menjadi sumber data penelitian. Populasi penelitian dapat dibedakan menjadi populasi dengan jumlah anggota yang sudah diketahui (finit) maupun yang jumlah anggota belum diketahui (infinite). Populasi dalam penelitian ini adalah data yang terdapat di tiktok Jiniso.id dengan asumsi konsumen 2.900.000 pengikut namun dalam penelitian ini populasi yang digunakan belum dapat diketahui dengan pasti jumlahnya.

3.4.2 Sampel

Amruddin (2022) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih menjadi sasaran penelitian. Dalam penelitian ini, menggunakan 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:

1. Menegal atau mengetahui produk Jiniso.id
2. Pernah membeli produk Jiniso.id secara online di platform Tiktokshop Live

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan G Power dengan effect size sebesar 0,15, alpha eror probability sebesar 0,05 dengan power sebesar 0,95 dan number of predictors sebanyak 3, sehingga menghasilkan sampel minimal sebanyak 119 responden konsumen Jiniso.id di Tiktokshop Live.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen adalah Citra Merek, Pengalaman belanja online dan Kepercayaan

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Keputusan Pembelian

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Citra Merek (X1)	Citra merek yaitu kesan yang tertanam dipikiran konsumen terhadap sebuah merek yang telah terbentuk dari pesan yang diperoleh dari pengalaman konsumen dan menimbulkan citra didalam benak konsumen. (Daya et al., 2022)	Pesepsi konsumen mengenai baik atau buruknya citra mereka produk Jiniso.id di Tiktokshop Live	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesan profesional dari produk dan merek 2. Kesan modern dari produk atau merek 3. Kemampuan merek untuk melayani semua segmen, 4. Perhatian produk dan merek kepada konsumen. 	Interval
Pengalaman Belanja Online (X2)	Pengalaman merupakan hal-hal yang bersifat pribadi dan berlangsung di benak konsumen secara individual dan bersifat tidak terlupakan (Dewi, 2019)	Persepsi konsumen mengenai pengalaman berbelanja produk Jiniso.id di Tiktokshop Live sebelumnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shop extensively 2. Have benn shop 3. Accessibility 4. Experience involvement 	Interval
Kepercayaan (X3)	Menyatakan sebagai berikut: “kepercayaan pelanggan sebagai harapan positif konsumen terhadap produsen atas kemampuannya menghasilkan produk yang memuaskan pelanggan (Mutiara & Wibowo, 2020)	Tingkat kepoercaya konsumen mengani produk Jiniso.id di Tiktokshop Live	<ol style="list-style-type: none"> 1. Benevolence (kesungguhan atau ketulusan) 2. Ability (kemampuan) 3. Integrity (integritas) 4. Willingness to depend 	Interval
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.(Daya et al., 2022)	Tingkat kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian produk Jiniso.id di Tiktokshop Live	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek 3. Kemantapan pada sebuah produk 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 5. Melakukan pembelian ulang 	

Sumber: Data Diolah, 2024

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen. Fungsi dari uji validitas adalah untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument (kuesioner), sebagai alat ukur variabel penelitian. Dalam pengujian validitas *product moment pearson correlation* instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21.

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

Uji reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interprestasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,800 – 1,000	Sangat Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,400 – 0,599	Sedang
0,200 – 0,399	Lemah
0,000 – 0,199	Sangat Lemah

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

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, Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik *kolmogorov smirnov* (K-S) dan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini 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 Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Linieritas

Uji linieritas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Model regresi berbentuk linear.

Ha : Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

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

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

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan regresi linear. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai VIF ≤ 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

3.8.4 Uji Heteroskedastisitas Sampel

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang digunakan uji koefisien korelasi Spearman.

Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis
Ho : Tidak ada gejala heteroskedastisitas
Ha : Ada gejala heteroskedastisitas

2. Kriteria Pengujian

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

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

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independent, yaitu citra merek, pengalaman dan kepercayaan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b₁,b₂,b₃ : Koefisien Regresi Parsial

X₁ : Citra Merek

X₂ : Pengalaman

X₃ : Kepercayaan

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 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jiniso.id di Tiktokshop Live

Ha: citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jiniso.id di Tiktokshop Live

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

2. Pengaruh Pengalaman Belanja Online Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: pengalaman belanja online tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jiniso.id di Tiktokshop Live

Ha: pengalaman belanja online berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jiniso.id di Tiktokshop Live

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. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jiniso.id di Tiktokshop Live

Ha: kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Jiniso.id di Tiktokshop Live

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