

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang di gunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Menurut Creswell dalam buku Nikolaus Duli, penelitian kuantitatif ialah jenis penelitian yang dipakai untuk mengumpulkan data-data yang berbentuk numerik atau angka dari satu fenomena tertentu dan akan dianalisis menggunakan metode berbasis perhitungan atau statistik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *content marketing*, *live streaming* dan *endorsement* terhadap keputusan pembelian suatu produk dalam perspektif Islam.¹

B. Desain Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif kausal yaitu metode untuk mendapatkan data secara alamiah dari tempat tertentu, didalam penelitiannya peneliti melakukan perlakuan untuk mengumpulkan data, contohnya seperti menyebarkan kuisisioner, melakukan *test*, atau wawancara terstruktur dan lain sebagainya. Menurut Sugiyono

¹ Nikolaus Duli, Metodologi Penelitian Kuantitatif: “*Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisa Data Dengan SPSS*”, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019, hlm. 4.

hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya menanyakan sebab dan akibat, asosiatif kausal merupakan rumusan 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.² Dimana asosiatif kausal digunakan untuk mencari tahu sejauh mana hubungan sebab akibat dari pengaruh *content marketing*, *live streaming* dan *endorsement* terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini. Dimana *content marketing* sebagai variabel X1, *live streaming* sebagai variabel X2, dan *endorsement* sebagai X3 sedangkan Keputusan Pembelian sebagai variabel Y. Dengan demikian maka dalam penelitian ini dapat diterapkan dengan rumus persamaan regresi linier berganda untuk menghitung sejauh mana hubungan antara variable dependen dan variabel independen, yaitu dengan cara sebagai berikut:

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

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian kuantitatif sangat berkaitan dengan populasi dan sampel serta teknik sampling. Sehingga dapat ditentukan siapa yang menjadi subjek penelitian dan jumlah subjek penelitian.

² Alyasinta Viela Tusanputri, (2021), “*Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tiktok Shop*”, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro, hal. 634

1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono populasi penelitian adalah keseluruhan elemen yang ada di daerah penelitian seperti subjek/objek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu dan kemudian di ambil kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi TikTok.

2. Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah sebagian jumlah yang dimiliki populasi.

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang mungkin dapat diteliti. Faktanya, tidak semua informasi atau data yang diperoleh akan diolah, dan tidak semua manusia atau benda dilakukan penelitian, namun hanya cukup dengan memakai sampel saja yang dapat mewakili populasi dengan syarat sampel tersebut harus benar-benar *representative*.⁴

Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Teknik *Simple Random Sampling*, Teknik *Simple Random Sampling* menurut pendapat Sugiyono merupakan metode penarikan dari sebuah populasi atau semesta dengan cara tertentu sehingga setiap anggota

³ Salsabila Mudzakir, (2022), “*Pengaruh Content Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Tiktok Shop*”, Ekonomi Syariah, Skripsi, Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. Kh. Saifuddin Zuhri, hal. 44.

⁴ Niken Nanincova, (2019), “*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro*”, AGORA Vol. 7, No. 2, Hal. 2.

populasi atau semesta tadi memiliki peluang yang sama untuk terpilih atau terambil.⁵ Jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

n = Jumlah sampel.

$Z_{2(1-\alpha/2)}$ = derajat kepercayaan (95%, $Z = 1,96$).

P = maksimal estimasi (50% = 0,5).

d = alpha/ besar tolenrasi kelasalahan (10% = 0,1)

Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah:

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

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

n = 96,04, dibulatkan menjadi 100 orang.

Jumlah sampel berdasarkan hasil rumus di atas sebanyak 96,04 orang dan dibulatkan menjadi 100 responden, akan tetapi melihat pengguna TikTok yang sangat banyak maka peneliti menambahkan menjadi 105 responden untuk memperkuat hasil penelitian.

⁵ Nurdin, Defry Hamdhana, Dkk., (2018), ”Aplikasi *Quick Count Pilkada Dengan Menggunakan Metode Random Sampling Berbasis Android*”, Techsi: Vol. 10 (1), Hal. 144.

Alasan peneliti memilih Teknik tersebut dikarenakan jumlah populasi yang besar dan tidak diketahui secara pasti, sebagaimana syarat pengambilan sampel bagi responden ialah berdasarkan kriteria tertentu dibawah ini:

- a) Pernah melihat konten pemasaran (*marketing*) di aplikasi TikTok
- b) Pernah melihat *live streaming* di aplikasi TikTok
- c) Pernah melihat periklanan dengan metode *endorsement* di aplikasi TikTok
- d) karakteristik minimal berusia 17 tahun
- e) Memiliki daya tarik untuk membeli produk di TikTok *Shop* yaitu diketahui dengan cara konsumen tersebut memiliki pemahaman tentang TikTok *Shop*.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 orang pengguna TikTok.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber yang digunakan di dalam penelitian ini yakni data primer yang didapat dari Pengguna aplikasi TikTok.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti dengan cara memberikan pertanyaan pada responden untuk dijawab oleh pengguna TikTok *Shop*. Kemudian data yang diperoleh peneliti dikategorikan sebagai data faktual dan akan dicatat untuk diolah dan di analisis. Untuk

memberikan penilaian atas responden, peneliti menggunakan skala *Likert* sehingga menghasilkan pengukuran variabel dalam skala interval berikut ini:

SS (sangat setuju)	: 5
S (setuju)	: 4
N (netral)	: 3
TS (tidak setuju)	: 2
STS (sangat tidak setuju)	: 1

E. Teknik Analisis Data

Setelah data kuesioner terkumpul, teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Uji Validitas

Sugiyono menyatakan bahwa validitas merupakan instrument penelitian yang bisa dipakai untuk mengukur apa saja yang ingin diukur. Alat ukur dikatakan valid apabila instrumen yang dimaksud dapat mengukur sesuatu yang harus diukur dengan tepat. Uji validitas memiliki tujuan untuk mrngukur sah atau tidaknya kuesioner atau angket. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan r tabel dengan taraf 0,05. Apabila R hitung > R tabel, maka dinyatakan valid. Sebaliknya

jika $R \text{ hitung} < R \text{ tabel}$, maka item pertanyaan dalam kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.⁶

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Reliabel artinya konsisten, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Selain itu uji reliabilitas adalah uji kehandalan yang dilakukan untuk membuktikan seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya. Maksud dari kehandalan dalam uji ini adalah sejauh mana alat ukur dapat konsisten dalam pengukuran, apabila pengukuran yang dilakukan berulang hasilnya relative konsisten, maka alat ukur tersebut dianggap handal atau reliabel, begitupun sebaliknya. Penelitian ini mempergunakan uji reliabilitas melalui bantuan program SPSS 25. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat signifikan sebesar 0,60. Jika nilai $R \text{ hitung}$ atau $\alpha > 0,6$ maka suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel. Sedangkan sebaliknya

⁶ Muhammad Syaiful Anwar, (2022), “*Pengaruh Diskon Harga, Endorsement, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop*”, Ekonomi Syari’ah, Skripsi, Semarang: UIN Wasongo, Hal. 41.

jika nilai R hitung atau $alpha < 0,6$ maka konstruk variable dikatakan tidal reliabel.⁷

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah data yang terdistribusi normal artinya data tersebut didapatkan dari beberapa sampel yang berasal dari populasi yang sama metode yang digunakan adalah dengan uji Kolmogorov Smirnov dengan kriteria kenormalan jika hasil melebihi angka 0,05 maka bisa dikatakan distribusi data adalah normal.

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui linear atau tidaknya hubungan antar masing-masing variabel penelitian. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dinyatakan terdapat hubungan yang linier antar masing-masing variabel.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji ini digunakan untuk menguji sebuah model regresi terjadi kesamaan variasi residual dari

⁷ Ce Gunawan (2020), "*Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*", Yogyakarta: CV Budi Utama, hal. 103-104.

pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas. Apabila variasi residual dari pengamatan satu, dengan pengamatan lainnya tetap, maka uji tersebut tidak heteroskedastisitas, tetapi jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berubah, maka termasuk heteroskedastisitas.

- Nilai signifikan $> 0,05$, maka tidak heteroskedastisitas.
- Nilai signifikan $< 0,05$, maka heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi

multikolinieritas, jika nilai VIF lebih dari 10 maka hal ini menunjukkan adanya multikolinieritas.⁸

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi ialah sebuah metode dalam ilmu statistik yang menunjukkan keterkaitan atau hubungan sebab akibat antar dua variabel atau lebih. Dalam analisis regresi, variabel terbagi menjadi dua macam, yaitu variabel bebas (independen) sebagai variabel prediksi yang jumlahnya lebih dari satu yang dilambangkan dengan (X1, X2, X3 dan seterusnya) dan variabel terikat (dependen) sebagai variabel respon biasanya dilambangkan dengan (Y). Tujuan dari analisis regresi linier berganda ialah guna mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga dapat meramalkan nilai variabel terikat apabila seluruh variabel bebas sudah diketahui nilainya. Dalam penelitian ini, persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

⁸ Muh Asbar, (2022), “*Pengaruh Sosial Media Marketing Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Esana Store*”, Manajemen, Skripsi, Makasar: Universitas Muhammadiyah Makassar, Hal. 22

Keterangan:

Y = Variabel terikat, yaitu keputusan pembelian mahasiswa

a = Konstanta

b1-b3 = Koefisien regresi

X1 = Variabel bebas 1, yaitu *content marketing*

X2 = Variabel bebas 2, yaitu *live streaming*

X3 = Variabel bebas 3, yaitu *endorsement*

e = Standard error

b. Uji t

Uji t digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial (individu) terhadap variabel terikat, dengan memperhatikan tingkat signifikansi yaitu 0,05. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, begitupun sebaliknya.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, begitupun sebaliknya.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat dapat ditunjukkan dalam SPSS, koefisien determinasi terletak pada *Model Summary* dan tertulis R Square. Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas.⁹

⁹ Lenggang Kurnia Intan Devi, (2019), “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*”, Manajemen, Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, hal. 58

F. Kerangka Pemikiran

