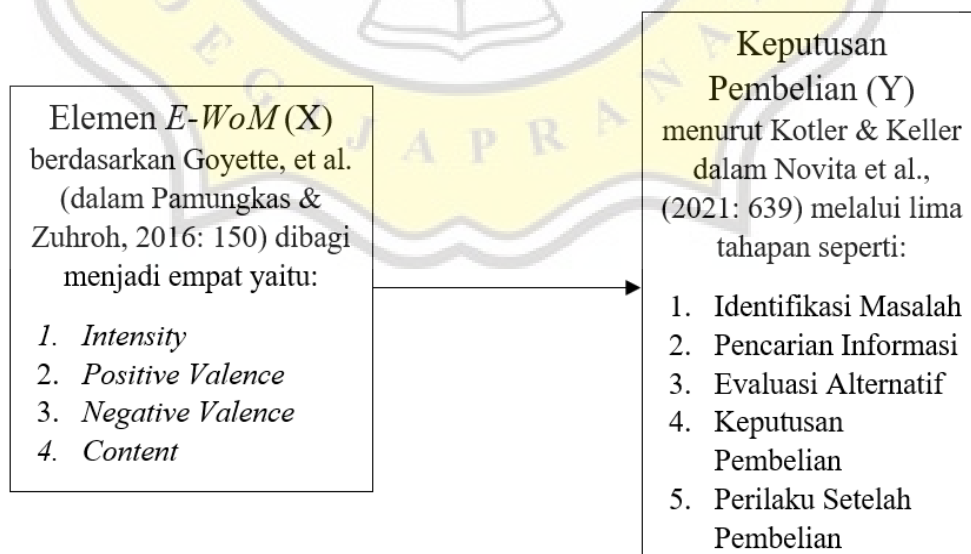


## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Kerangka Berpikir

Uma Sekaran (dalam Sugiyono, 2019: 72) mengatakan bahwa “kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Kerangka berpikir menjelaskan pola hubungan antara variabel yang ingin diteliti yaitu hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y). Dalam penelitian ini, variabel independen yang ingin diteliti yaitu empat elemen dalam *E-WoM* yang terdiri dari *intensity*, *positive valence*, *negative valence* dan *content*. Variabel dependen yang diteliti adalah keputusan pembelian (Y). Subjek penelitiannya adalah TikTok Shop.



**Gambar 3.1. Kerangka Berpikir**

*Sumber: Olahan Data Peneliti*

### **3.2 Metode dan Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan metode kuantitatif dalam pelaksanaan penelitiannya. Pengertian metode penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2019: 16) adalah metode penelitian tradisional yang berlandaskan filsafat positivisme pada realitas atau fenomena dan hubungan sebab akibat dalam meneliti populasi atau sampel tertentu dengan melakukan analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatif untuk menjelaskan hubungan sebab dan akibat antara variabel intensitas, penilaian positif, penilaian negatif dan konten dari *E-WoM* terhadap variabel keputusan pembelian.

### **3.3 Populasi**

Populasi dalam Sugiyono (2019: 126) adalah seluruh subjek yang akan diteliti termasuk karakteristik/sifatnya dalam wilayah generalisasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini yaitu remaja (usia 13-18 tahun) perempuan di Semarang. Berdasarkan data statistik remaja perempuan di Kota Semarang, usia remaja menurut Permenkes termasuk dalam kategori usia 10-14 tahun sebanyak 61.052 jiwa dan 15-19 tahun sebanyak 62.632 jiwa (Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2021). Maka jika dijumlahkan populasinya adalah sebanyak 123.684 jiwa.

### **3.4 Teknik Sampling**

Teknik sampling yaitu cara atau sistem pemilihan sampel dari populasi yang digunakan pada penelitian. Teknik sampling terbagi menjadi dua yaitu *probability* sampling dan *nonprobability* sampling (Sugiyono, 2019: 128). Diantara kedua teknik *nonprobability* sampling yang cocok dengan penelitian ini. Berdasarkan

(Sugiyono, 2019: 131), *Nonprobability* sampling merupakan teknik sampling yang memilih sampel dengan tidak memberikan kesempatan sama pada masing-masing anggota populasi.

*Nonprobability* sampling meliputi enam teknik yaitu sampling sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh, dan *snowball*. Pada penelitian ini sampling *purposive* yang digunakan. Sampling *purposive* dalam memilih sampelnya menggunakan pertimbangan atau kategori atau kriteria yang ditentukan (Sugiyono, 2019: 133). Penelitian ini memiliki pertimbangan atau kategori atau kriteria dalam memilih sampelnya yaitu:

- 1) Pengguna media sosial TikTok.
- 2) Pernah melakukan pembelian produk apa pun melalui TikTok Shop.

### **3.5 Sampel**

Sampel dalam Sugiyono (2019: 127) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut yang dapat mewakili atau representatif. Sampel yang sudah ditentukan menggunakan teknik sampling diukur untuk mengetahui ukuran atau banyaknya sampel dengan menggunakan *degree of variability*. *Degree of variability* merupakan derajat keberagaman populasi, semakin berbeda-beda/heterogen populasinya maka ukuran sampel pun semakin besar (Sugiyono, 2019: 136).

Populasi penelitian terbagi menjadi dua yaitu yang diketahui dan tidak diketahui. Populasi penelitian ini yaitu remaja perempuan di Semarang sebanyak 254.826 jiwa. Maka, seperti yang dinyatakan Sugiyono (2019: 137) untuk

mengukur sampel yang populasinya diketahui jumlahnya menggunakan rumus Yamane dengan tingkat kesalahan 10% sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel yaitu 10%

Berdasarkan rumus tersebut, peneliti mengambil sampel sebanyak:

$$n = \frac{123.684}{1 + 123.684(0,1)^2}$$

n = 99,91 dibulatkan menjadi 100 responden

### 3.6 Operasional Konsep

**Tabel 3.1. Operasional Variabel**

Variabel	Elemen	Indikator	Pernyataan
<i>E-WoM</i>	<i>Intensity</i>	Melakukan pembelian berdasarkan banyaknya ulasan	1) Saya melakukan pembelian suatu produk di TikTok Shop karena banyak yang membicarakan produk tersebut. 2) Banyaknya ulasan produk di TikTok Shop menjadi hal yang diutamakan untuk melakukan keputusan pembelian.
	<i>Positive valence</i>	Melakukan pembelian	3) Saya melakukan pembelian di TikTok Shop

		berdasarkan komentar positif	karena ada komentar positif tentang produk. 4) Komentar positif produk di TikTok Shop menjadi hal yang diutamakan untuk melakukan keputusan pembelian.
	<i>Negative valence</i>	Melakukan pembelian berdasarkan komentar negatif	5) Saya tidak melakukan pembelian di TikTok Shop karena ada komentar negatif tentang produk. 6) Komentar negatif produk di TikTok Shop menjadi hal yang diutamakan untuk melakukan keputusan pembelian.
	<i>Content</i>	Melakukan pembelian berdasarkan variasi, kualitas, bahan, dan harga	7) Saya mengutamakan informasi produk seperti variasi, kualitas, bahan, dan harga yang ditampilkan di TikTok Shop saat melakukan pembelian.
Keputusan Pembelian	Identifikasi masalah	Kebutuhan atau keinginan yang lebih diutamakan	8) Saya lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan dalam melakukan pembelian.
	Pencarian informasi	Sumber informasi	9) Sebelum melakukan pembelian, saya

			<p>mencari informasi produk dari orang-orang terdekat atau yang dikenal.</p> <p>10) Sebelum melakukan pembelian, saya mencari informasi produk dari iklan produk.</p> <p>11) Sebelum melakukan pembelian, saya mencari informasi produk dari berbagai media seperti televisi, radio, dan internet.</p> <p>12) Sebelum melakukan pembelian, saya mencari informasi produk dari pengalaman saya sendiri.</p>
	Evaluasi alternatif	Melakukan perbandingan dengan alternatif lain sebelum membeli	13) Sebelum melakukan pembelian, saya mencari pilihan-pilihan alternatif atau cadangan produk lainnya.
	Keputusan pembelian	Pengaruh orang lain dalam melakukan keputusan pembelian	14) Saya merasa dipengaruhi orang lain saat melakukan keputusan pembelian.
	Perilaku setelah pembelian	Tindakan konsumen setelah melakukan pembelian	15) Saya menuliskan komentar positif ketika produk yang dibeli

			sesuai dengan harapan. 16) Saya menuliskan komentar negatif jika produk yang dibeli tidak sesuai dengan harapan.
--	--	--	---

*Sumber: olahan data peneliti*

### 3.7 Hipotesis Riset

Berdasarkan Sugiyono (2019: 99), “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif karena menanyakan hubungan. Hipotesis penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *Electronic Word of Mouth (E-WoM)* terhadap keputusan pembelian produk di TikTok Shop pada kalangan remaja perempuan di Semarang. Adapun hipotesis statistik penelitian ini yaitu:

$H_0 : \rho = 0$  (tidak ada hubungan)

$H_a : \rho \neq 0$  (ada hubungan)

$\rho$  = nilai korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan

Hipotesis akan diuji dengan taraf kepercayaan atau signifikansi 5% ( $\alpha = 5\%$ ).  $\rho$ -values dikatakan signifikan apabila kurang dari 5% atau 0,05. Maka, jika kurang dari 5%  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sedangkan jika lebih dari 5% maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### **3.8 Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti memperoleh data dengan menggunakan data primer atau data dari lapangan dan data sekunder atau data dokumentasi. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk Google Form secara *random* atau acak pada remaja perempuan yang ditemui dan sesuai dengan kriteria peneliti di Semarang. Sampel sebagai sumber data diseleksi sesuai kriteria menggunakan fitur dalam Google Form. Data sekunder yang digunakan untuk penelitian ini yaitu jurnal, buku, artikel situs, dan dokumentasi tangkapan layar media sosial TikTok dan *e-commerce* TikTok Shop.

Setiap variabel penelitian diukur menggunakan Skala *Likert*. Berdasarkan Sugiyono (2019: 146), “Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Variabel yang diukur sudah dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Jawaban pada kuesioner dalam penelitian ini berupa:

- 1) Sangat setuju (diberi skor 4)
- 2) Setuju (diberi skor 3)
- 3) Tidak setuju (diberi skor 2)
- 4) Sangat tidak setuju (diberi skor 1)

### **3.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas Data**

#### **3.9.1 Uji Validitas**

Berdasarkan Ghazali (2018: 51), “uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner” Kuesioner akan valid apabila pertanyaannya dapat menjelaskan hal yang diukur dari kuesioner tersebut. Validitas



diuji dengan menggunakan rumus koefisien korelasi *product moment* dari Karl Pearson, seperti berikut ini:

$$r = \frac{n \sum X_1 Y_1 - \sum X_1 \sum Y_1}{\sqrt{\{n \sum X_1 Y_1 - (\sum X_1)^2\} \{n \sum Y_1^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Keterangan:

$r$  = nilai korelasi *product moment*

$N$  = jumlah responden

$X$  = indikator setiap variabel

$Y$  = variabel (total skor)

### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Ghozali (2018: 45) yaitu pengukur kuesioner agar reliabel untuk dijadikan indikator suatu variabel. Kuesioner dianggap reliabel apabila jawaban responden konsisten atau tidak berubah kapan pun. SPSS memfasilitasi pengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) (Ghozali, 2018: 46). Variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$  (Supranto dan Limakrisna, 2016: 100). Berikut adalah rumus perhitungannya:

$$\alpha = \frac{k - 1}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas

$k$  = jumlah *item* per variabel  $x$

$r$  = *mean* korelasi antara *item*

### 3.10 Teknik Analisis Data

Analisis data ialah beberapa aktivitas yang dilakukan untuk memproses data yang terkumpul dari seluruh responden atau sumber data lainnya (Sugiyono, 2019: 206). Aktivitas analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS. Teknik analisis data meliputi analisis regresi dan korelasi.

#### 3.10.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan menyelidiki arah pengaruh variabel *E-WoM* terhadap keputusan pembelian di TikTok.

“analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel *dependent* (terikat) dengan satu atau lebih variabel *independent* (variabel penjelas atau bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel *independent* yang diketahui” Gujarati dalam Ghozali (2018: 95).

Berikut adalah rumus persamaan analisis regresi linear sederhana:

$$Y = \alpha + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

$\alpha$  = Konstanta

b = Koefisien

X = *E-WoM*

Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka variabel independen (X) memberikan pengaruh terhadap variabel dependen (Y). Sebaliknya jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka variabel independen (X) memberikan pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

