

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Konsep

1. Live Streaming

Menurut Song & Liu (2021) *Live streaming* didefinisikan sebagai suatu bentuk penyiaran konten secara langsung melalui internet yang memungkinkan penyiar dan audiens berinteraksi secara *real time*.

2. Online Customer Review

Menurut Lackermair, dkk. (2013) *Online customer review* adalah fitur dalam *electronic commerce* untuk menjelaskan kelebihan dan kekurangan suatu produk.

3. Security

Menurut Raman & Annamalai (2011) *Security* adalah kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data.

4. Minat Beli

Menurut Kotler, dkk. (2021) Minat beli adalah sesuatu rasa yang muncul akibat rangsangan dari produk tertentu yang dilihatnya, kemudian akan muncul rasa ingin membeli dan memilikinya.

B. Definisi Operasional

1. *Live Streaming*

Menurut Song & Liu (2021) terdapat tiga indikator *live streaming* sebagai berikut:

- 1) *Credibility*: Kepercayaan yang diberikan konsumen kepada penyiar dalam live streaming, yang memengaruhi persepsi risiko dan minat pembelian mereka.
- 2) *Interactivity*: Tingkat keterlibatan dan interaksi antara konsumen dan penyiar selama sesi live streaming, yang dapat meningkatkan niat pembelian konsumen.
- 3) *Media richness*: Kemampuan media untuk menyampaikan informasi yang kaya dan mendalam, yang dapat memengaruhi interaktivitas dan pemahaman konsumen terhadap produk.

2. *Online Customer Review*

Menurut Lackermair, dkk. (2013) terdapat empat indikator *online customer review* sebagai berikut:

- 1) *Awareness*: Kesadaran konsumen terhadap merek, melibatkan penilaian dan pencarian informasi dalam memilih produk yang sesuai.
- 2) *Frequency*: Intensitas penggunaan sarana oleh konsumen dalam pembelian.
- 3) *Comparison*: Perbandingan ulasan utama dengan ulasan lain secara cermat untuk menentukan pilihan.

- 4) *Effect:* Kebiasaan konsumen mencari informasi melalui ulasan *online* sebagai patokan dan penentu minat beli.

3. *Security*

Menurut Raman & Annamalai (2011) terdapat dua indikator *security* sebagai berikut:

- 1) Jaminan keamanan: berupa perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi di toko *online* dari ancaman pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.
- 2) Kerahasiaan data: dijamin oleh toko *online* agar tidak tersebar kepada pihak lain.

4. Minat Beli

Menurut Kotler, dkk. (2021) terdapat empat indikator minat beli sebagai berikut:

- 1) Minat Transaksional: merupakan sebuah perilaku konsumen yang cenderung untuk membeli suatu barang ataupun jasa. Pada minat ini, konsumen sudah memiliki minat untuk membeli suatu produk.
- 2) Minat Referensial: merupakan sebuah perilaku seseorang yang cenderung suka mereferensikan suatu produk atau jasa kepada orang lain ketika produk berkesan kepada konsumen tersebut.
- 3) Minat Preferensial: merupakan sebuah perilaku seseorang yang telah memiliki preferensi atau pilihan utama pada suatu produk,

preferensi ini dapat diganti ketika terjadi sesuatu pada produk tersebut.

- 4) Minat Eksploratif: merupakan perilaku seseorang yang gemar untuk mencari informasi dari suatu produk yang menurut seseorang tersebut menarik untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

C. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2024) metode penelitian kuantitatif ini bersifat ilmiah karena telah memenuhi kaidah sistem ilmiah yaitu empiris atau konkret, terukur, objektif, rasional dan sistematis. Data penelitian berbentuk numerik dengan analisisnya menggunakan statistik sehingga dinamakan penelitian kuantitatif.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung tanpa perantara. Data ini bertujuan agar peneliti dapat mengamati dan mencatat jawaban responden secara langsung. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan

diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen yang tertarik ingin melakukan pembelian di TikTok Shop.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2024). Penelitian ini dalam teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Sugiyono (2024) menjelaskan teknik *non probability sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sampel, dan tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi yang menjadi sampel pada penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sugiyono (2024) juga menjelaskan *purposive sampling* ini adalah penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu atau memiliki kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang terjadi. Adapun kriteria pada penelitian ini adalah:

- 1) Responden minimal berusia 18 tahun.
- 2) Responden belum pernah melakukan pembelian di TikTok Shop.

- 3) Memiliki ketertarikan untuk membeli di TikTok Shop.
- 4) Memiliki pengalaman belanja online.

Dalam penelitian ini ukuran sampel diambil berdasarkan rumus Hair, dkk. (2018) yaitu jumlah indikator dikali 5 hingga 10, dikarenakan jumlah populasi belum diketahui dengan pasti. Indikator dalam penelitian ini berjumlah 13 indikator, maka jumlah sampel minimal adalah $8 \times 13 = 104$ responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner, yakni dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2024). Kuesioner penelitian ini berbentuk Google Form yang disebar secara online dan menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi responden terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2024). Skala Likert mengubah variabel menjadi indikator untuk menyusun pernyataan atau pertanyaan dengan jawaban bergradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, dengan skor 1 berarti sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju, dan 5 sangat setuju.

G. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner valid atau tidak (Ghozali, 2021). Artinya, kuesioner

dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengukur sesuatu yang akan diukur oleh pertanyaan tersebut (Ghozali, 2021). Pengujian ini menggunakan taraf signifikansi 0,5 atau 5% berarti item tersebut valid jika korelasi signifikan pada skor keseluruhannya (Ghozali, 2021), kriterianya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka item kuesioner dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka item kuesioner dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner dari sebuah indikator dari suatu variabel yang diteliti (Ghozali, 2021). Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan SPSS, yaitu uji *Cronbach's Alpha*. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2021).

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah data memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021). Menurut Ghozali (2021) model regresi dikatakan baik apabila model regresi normal atau mendekati normal. Penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Ghozali (2021) mengatakan bahwa untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak, jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan

terdistribusi normal. Sebaliknya jika signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki hubungan antar variabel bebas (Ghozali, 2021). Model regresi dapat dikatakan baik jika antar variabel bebas tidak saling berhubungan. Uji multikolinearitas menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*), jika *Tolerance Value* $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2021). Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Spearman Rho.

Kriteria pengujinya sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji F

Menurut Ghozali (2021) uji F dilakukan untuk mengukur kelayakan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual secara statistik. Kriterianya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka model regresi tidak layak digunakan untuk analisis selanjutnya.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi liner berganda (*multiple linear regression*), yaitu regresi linear yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

Analisis ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas yaitu *live streaming*, *online customer review*, dan *security* terhadap variabel terikat yaitu minat beli.

Persamaan model regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Minat beli

a = Nilai Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X_1 = *Live streaming*

X_2 = *Online customer review*,

X_3 = *Security*

e = Standard Error

6. Uji Hipotesis (Uji t)

Hipotesis diuji menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen (Ghozali, 2021). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *live streaming*, *online customer review*, dan *security*. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli. Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.

7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model (variabel independen) dalam memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Nilai R^2 berada pada angka 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Variabel-variabel independen mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat apabila nilai R^2 mendekati angka 1.