

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dengan metode kuantitatif digunakan untuk meneliti sampel serta populasi tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak atau melalui random sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian yang telah ditentukan, dan analisis datanya bersifat kuantitatif atau dapat diukur, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya menurut Sugiyono di dalam (Imron, 2019).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono dalam Rukajat (2018) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari juga ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini merupakan seluruh konsumen produk Nigoo.

3.2.2 Sampel

Pengertian sampel adalah sebagian populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi (Sugiyono, 2015). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling melalui teknik *purposive sampling*. Peneliti memilih *Purposive sampling* berdasarkan populasi mana yang dianggap paling

sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti (Malhotra, 2012). Peneliti menggunakan teknik penelitian ini karena tidak memakan banyak waktu dan lebih efisien.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus hair. Menurut Hair et al (2019) rumus Hair pada penelitian yang memiliki jumlah populasi tidak diketahui secara pasti siapa saja konsumen yang menggunakan produk Nigoo. Sampel diperoleh dengan penghitungan menggunakan rumus hair (Hair et al., 2019) dan diperoleh hasil sebanyak 65 sampel. Maka ditetapkan jumlah responden sebesar 65 sampel. Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan tiga kriteria, yakni:

1. Responden merupakan konsumen aktif yang sempat melakukan aktivitas transaksi pada produk fashion merek Nigoo.
2. Responden mengikuti akun media sosial Nigoo.
3. Responden pernah menyaksikan content marketing atau live streaming yang disajikan oleh Nigoo.

3.3 Obyek dan Sumber Data Penelitian

Jenis dan sumber data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Dalam penelitian ini data utama yang peneliti gunakan adalah metode survey terhadap responden melalui kuesioner untuk mendapatkan data mentah. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen produk Nigoo. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen melalui *google form*. Data ini berupa hasil dari pengisian kuesioner mengenai pengaruh *content marketing* dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Nigoo.

2. Data sekunder

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa buku, jurnal penelitian untuk mendapatkan teori-teori yang dibutuhkan. Data sekunder sifatnya melengkapi atau mendukung data primer.

3.4 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

3.4.1 Operasionalisasi

Definisi operasional merupakan suatu konsep yang bersifat abstrak guna memudahkan pengukuran suatu variable. Menurut Sugiyono (2015) definisi operasional dalam variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.4.2 Variabel

Tabel 3. 1 - Data Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	<i>Content Marketing</i>	<i>Content marketing</i> didefinisikan sebagai strategi marketing dalam membuat dan menyebarkan <i>content</i> yang berharga, relevan, dan juga konsisten untuk menarik perhatian para audiens yang dituju (Winasis et al., 2022).	Menurut Milhinhos 1. Relevansi 2. Akurasi 3. Bernilai 4. Mudah dipahami 5. Mudah ditemukan 6. Konsisten
2	<i>Live Streaming</i>	<i>Live streaming</i> merupakan kegiatan penjualan dimana penjual menawarkan produk secara langsung melalui platform digital, berkomunikasi langsung dengan pembeli (Hulu & Christiarini, 2023).	Menurut (Netrawati et al., 2022) yaitu: (1) Persepsi kualitas produk; (2) Kredibilitas host; (3) Diskon.

3	Keputusan Pembelian	Menurut Kotler & Amstrong (2018) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut: Consumer behavior is the study of how individual, group, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideals, or experience to satisfy their needs and wants. Yang artinya keputusan pembelian merupakan bagian perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.	Indikator keputusan pembelian dalam (Winasis et al., 2022) terdiri dari 1.Sesuai dengan kebutuhan 2.Memiliki manfaat 3.Pencocokan harga dan kualitas 4.Pembelian ulang.
---	---------------------	--	---

3.4.3 Pengukuran

Skala pengukuran variabel yang diteliti dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala Likert merupakan skala digunakan dalam mengukur sikap, pendapat dan persepsi dari seseorang (Janti, 2014) Skala ini dapat diimplementasikan ke dalam survey untuk melakukan pembuatan pertafnyaan. Menurut (sugiyono, 2016) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen

yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Tabel 3. 2 - Skala Likert

Pertanyaan	Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Metode Analisis dan Pengumpulan Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Digunakan untuk memberikan deskripsi atau gambar mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan pengujian nilai rata-rata, nilai minimum dan maksimum, serta standar deviasi (Ghozali, 2016).

3.5.2 Pengujian Instrumen Penelitian

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji yang digunakan yang mengukur suatu ketepatan suatu instrument (Ghozali, 2016). Terdapat dua macam validitas yaitu validitas item dan faktor. Dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor dari item dan faktor. Dapat digunakan uji koefisien Bivariate Pearson. Jika pada skor total menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ maka instrument valid (Tanamal, 2017).

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan serangkaian pengukuran memiliki konsistensi bila pengukuran dilakukan dengan alat ukur itu secara berulang (Tileng, 2015). Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan pertanyaan yang tujuan yang sama. Uji ini dapat diukur menggunakan Alpha Cronbach. Dalam melakukan uji ini harus dilakukan uji validitas sebelumnya. Untuk melakukan hal tersebut yaitu menemukan nilai batas dari koefisien Alpha Cronbach terlebih dahulu. Instrument memiliki Reliabilitas dengan nilai Alpha Cronbach 0,5 – 0,7 termasuk Reliabilitas moderat dan nilai Alpha Cronbach 0,7 – 0,9 termasuk Reliabilitas tinggi (Ghozali, 2016).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang digunakan dalam menganalisis memenuhi asumsi klasik atau tidak. Model regresi linear berganda dinyatakan baik jika data terbebas dari asumsi-asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan normalitas (Ghozali, 2013).

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji dilakukan untuk menguji model regresi variabel pengganggu atau residual apakah terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik yaitu residual berdistribusi normal. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov . Data dapat dikatakan berdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apa ada korelasi dalam variabel bebas atau independen dengan model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas digunakan Tolerance Value atau Variance Inflation Factor (VIF) (Noch et al., 2021). Jika nilai VIF dibawah

10 dan Tolerance Value diatas 0,10 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas (Ghozali, 2016).

3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji adanya ketidaksamaan variance dari residual atau pengganggu (Ghozali, 2016). Dalam melakukannya ditransformasikan antara variabel bebas dan variabel terikat agar homoskedastisitas terpenuhi. Heteroskedastisitas menyebabkan model regresi menjadi tidak sempurna menyebabkan sulit mengukur dari standar deviasi. Jika variance dari pengamatan satu ke pengamatan lain berbeda maka terjadi Heteroskedastisitas. Dapat dilakukan uji Glejser atau uji Park untuk melihat model regresi tidak terdapat Heteroskedastisitas.

3.5.4 Analisis Linier Berganda

Untuk menganalisis data penulis menggunakan metode analisis regresi berganda yaitu metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variable bebas terhadap variable terikat. Model regresi linear berganda dengan memakai program software SPSS 26.00 for Windows yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

X1 = Variabel bebas (Content Marketing)

X2 = Variabel bebas (Live Streaming)

a = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

e = Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)

3.5.5 Uji Kelayakan Model dan Hipotesis

3.5.5.1 Koefisien Determinan (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Dari model persamaan ini akan dapat diketahui coefficient of determination yang menunjukkan presentase dari variabel terikat. Menurut (Ghozali, 2012:97) koefisien determinan (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.

3.5.5.2 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan taraf signifikan yang digunakan adalah 5% atau $\alpha = 0.05$. Untuk dasar pengambilan keputusan pada penelitian adalah dengan membandingkan thitung dengan ttabel atau dengan melihat nilai probabilitasnya, yaitu: jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.