

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah “*mix method*” yaitu gabungan antara penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan angka/statistik (kuantitatif) sekaligus data deskriptif/teks (kualitatif) untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif, valid, dan mendalam. Penelitian penjelasan adalah suatu metode penelitian yang memiliki tujuan untuk menguraikan hubungan variabel yang sedang diselidiki serta dampak suatu variabel terhadap variabel lainnya. Penelitian ini akan mengidentifikasi hubungan variabel independent yaitu pengaruh interaksi host dan jumlah penonton saat *live streaming selling* tiktok terhadap *purchase intention* konsumen dan penerapan prinsip pemasaran islam.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kelompok luas yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Penetapan populasi ini menjadi dasar bagi penarikan kesimpulan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penonton live streaming penjualan produk hijab di platform TikTok

pada lima toko *online* yang terpilih, yaitu Toko Hijab Jasmine, WMD Fashion, Seventeen Store15, Sattka Basic, dan SFgiandra.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang mewakili karakteristik dan ciri-ciri populasi tersebut⁶². Dalam proses pengambilan sampel, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, teknik tersebut memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Memiliki akun dan aplikasi TikTok
- b. Berusia 17 – 30 tahun
- c. Konsumen *live streaming selling* hijab (pada akun TikTok Toko Hijab Jasmine, WMD Fashion, Seventeen Store15, Sattka Basic, dan SFgiandra)

Klasifikasi detail dari pengambilan sampel populasi penelitian berdasarkan pada kriteria yang ditentukan secara spesifik, atau dikenal sebagai *purposive sampling method*. Sampel pada *purposive sampling method* pada penelitian ini adalah sampel hanya tertuju pada yaitu pengguna aktif aplikasi TikTok, pernah membeli dan menonton sesi *live streaming* penjualan produk di TikTok minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir, pernah melihat *host* mempromosikan atau menjual produk secara langsung melalui *live streaming*. Untuk menentukan

⁶² Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Bandung: Alfabeta, 2019.

kuantitas sampel riset dikalkulasikan menggunakan aturan *Central Limit Theorem* yaitu tentang aturan umum dengan menggunakan sampel minimal 30 sampel. Kelebihan sampling ini adalah penelitian agar analisis statistik lebih valid dan sering diadopsi untuk penelitian eksploratif dan studi kasus.

Dalam pemilihan toko, peneliti memilih 5 (lima) toko dilakukan untuk beberapa hal berikut:

- a. Mendapatkan variasi karakteristik responden yang lebih luas,
- b. Meningkatkan validitas eksternal penelitian,
- c. Memenuhi jumlah target 100 orang,
- d. Mengurangi potensi bias jika hanya mengambil satu toko.

C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer (*Primery Data*)

Penelitian ini menggunakan data primer yang didapat secara langsung dari subjek penelitian tanpa melalui perantara. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui survei kuesioner yang telah dirancang dan divalidasi. Kuesioner tersebut memuat daftar pernyataan yang relevan dengan variabel penelitian yang akan diuji.

2. Data Sekunder (*Secondary Data*)

Data sekunder merujuk pada informasi yang diperoleh melalui media perantara. Dalam konteks penelitian ini, digunakanlah data sekunder berasal dari:

- a. Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dari para peneliti untuk memasukkan, meneliti, mencerminkan, mendefinisikan informasi yang ada pada sumber pustakaan (mengulas sumber, buku referensi, atau hasil penelitian dari peneliti lain) guna mendukung penelitian.
- b. Situs *website*, yaitu pengambilan data dan pengumpulan informasi untuk memperkuat data dan penelitian dilakukan dengan situs internet web, google, dan situs-situs lainnya.

D. Operasional Dan Pengukuran Variabel

1. Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel merupakan proses pendefinisian dan pengukuran variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, variabel sikap diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang dijabarkan dari variabel utama dan diukur menggunakan skala likert. Selanjutnya, indikator tersebut digunakan sebagai dasar untuk membuat

instrument yang terdiri dari pertanyaan dan pernyataan⁶³.
Variabel variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini
adalah:

a. Variabel bebas (X)

Variabel bebas atau variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi atau memicu perubahan atau keberadaan variabel terikat atau dependen. Dalam penelitian ini variabel bebas atau variabel X adalah:

a. *Interaksi Host (X1)*

b. *Jumlah Penonton Saat Live Shopping Tiktok (X2)*

b. Variable terikat (Y)

Variable terikat atau variabel Y yaitu variabel yang dipengaruhi atau hasil dari variabel bebas, dalam penelitian ini variabel terikat atau variabel Y adalah *purchase intention*.

⁶³ Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Bandung: Alfabeta, 2019.

2. Pengukuran Variabel Penelitian

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Kuesioner
1	<i>Interaksi Host (X1)</i> Kemampuan komunikasi yang baik dengan cara yang unik juga untuk menyampaikan informasi mengenai produk yang sedang dipromosikan kepada para viewers sebagai target pasar	1. <i>Opinion Leader</i> 2. Komunikasi Persuasif 3. Etika Komunikasi 4. <i>Personal Selling</i> Islami (Shabrina, A. N., Sugiana, D., & Sunarya, Y. D. R. (2024))	Skala likert 1-4
2	<i>Jumlah Penonton Saat Live Shopping Tiktok (X2)</i> fitur live streaming memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pembeli dengan penjual dalam hal ini host yang kemudian ini disukai oleh para pengguna media sosial apalagi pembawaan host yang pandai membawa suasana	1. <i>Social Proof</i> 2. <i>Engagement</i> Penonton 3. Persepsi Popularitas 4. Pengaruh Komentar / Aksi Penonton Lain (Nikmah, N., & Zaidah, N. (2022))	Skala likert 1-4

No	Variabel	Indikator	Kuesioner
3	<i>Purchase Intention (Y)</i> Minat konsumen untuk membeli suatu produk dalam sebuah <i>e-commerce</i> .	1. <i>Desire To Buy</i> 2. <i>Product Preference</i> 3. <i>Future Purchase Plan</i> 4. <i>Recommendation Intention</i> (Rahmawati, N., & Suryana, A. (2022))	Skala likert 1-4

E. Metode Analisis Data

Pemanfaatan data yang dikumpulkan secara optimal memerlukan proses pengolahan dan analisis terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk menyediakan landasan yang kokoh dalam pengambilan keputusan. Metode analisis data yang digunakan berperan dalam menginterpretasikan kesimpulan dari pengumpulan data. Adapun metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrumen Penelitian
 - a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi validitas kuesioner google form. Uji validitas menunjukkan jumlah penentuan dan kecermatan instrument pengurukan dalam kinerja fungsinya. Ketika pernyataan dalam kuisisioner dapat menjelaskan sesuatu yang diukur oleh kualifikator, maka kuisisioner itu dikatakan valid.

Nilai r_{Hitung} dengan r_{Tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ dengan α 0,05 untuk menguji validitas. Apabila r_{hitung} melebihi dari r_{tabel} dan memiliki nilai positif, pernyataan dianggap valid. Hasil analisis ditunjukkan dalam bagian *corrected item total correlation*. Kriteria pengujian validitas indikator sebagai berikut:

1. Jika nilai $r_{\text{Hitung}} > r_{\text{Tabel}}$ maka butir atau variabel tersebut valid.
2. Jika nilai $r_{\text{Hitung}} < r_{\text{Tabel}}$ maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Konsistensi atau stabilitas jawaban responden dari waktu ke waktu menentukan reliabilitas atau kehandalan kuesioner. Dalam uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach Alpha's*. Uji reliabilitas kuesioner akan dilakukan dengan menggunakan SPSS 26. Adapun kriteria penilaian reliabilitas kuesioner ini berdasarkan metode *Cronbach's* yaitu:

1. Nilai dari *Cronbach Alpha's* lebih kecil dari 0,6 memiliki reliabilitas yang buruk
2. Nilai dari *Cronbach Alpha's* 0,6 – 0,79 reliabilitas dapat diterima
3. Nilai dari *Cronbach Alpha's* lebih besar dari 0,8 reliabilitas baik

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan *Monte Carlo test*. Metode ini dipilih karena ukuran sampel penelitian berjumlah 100 responden yang termasuk kategori finite sample. Pada kondisi demikian, uji normalitas asimtotik seperti Shapiro–Wilk atau Kolmogorov–Smirnov sering kurang akurat. Monte Carlo test lebih sesuai digunakan karena mampu menghasilkan distribusi empiris melalui simulasi sehingga memberikan hasil yang lebih tepat dalam memastikan residual berdistribusi normal. Hal ini penting agar analisis regresi mengenai pengaruh interaksi host dan jumlah penonton saat live streaming TikTok terhadap purchase intention dapat dilakukan secara valid. Uji ini dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria berikut:

1. Jika Monte Carlo Sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka data dalam variabel terdistribusi normal.
2. Jika Monte Carlo Sig. (2-tailed) $< 0,05$ maka data dalam variabel tidak terdistribusi normal.

Penggunaan Monte Carlo dalam konteks regresi linear untuk mengatasi bias pada ukuran sampel terbatas, membandingkan uji normalitas pada residual. Simulasi Monte Carlo adalah suatu metode untuk mengevaluasi

secara berulang suatu model deterministik menggunakan himpunan bilangan acak sebagai masukan.⁶⁴.

b. Uji Multikolinearitas

Sebuah model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya korelasi antar variabel bebas⁶⁵. Hal ini bertujuan mengidentifikasi keberadaan atau ketiadaan hubungan antara variabel independen dalam model tersebut.

Uji multikolinearitas dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai *tolerance* hasil analisis regresi. Kriteria untuk mendeteksi adanya multikolineritas yaitu:

1. Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan $VIF < 10$ artinya data dalam variabel tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai *tolerance* $< 1,0$ dan $VIF > 10$ artinya data dalam variabel terjadi multikolineritas.

c. Uji Heteroskedestisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan memeriksa kesamaan varians residu dalam model regresi. Dengan kata lain, uji ini meneliti apakah terjadi pola perubahan residu yang tidak konsisten antar pengamatan. Apabila varians residu konstan, maka model regresi dianggap homoskedastisitas, sebaliknya apabila varians residu

⁶⁴Mawarti,dkk. 2018. Perbandingan Uji Hasil Silmulasi Monte Carlo Dan Simulasi Bootstrap Dalam Analisis Saham Untuk Menghitung Nilai Var Data. UNNES Journal of Mathematics 7[2]. 253-261

⁶⁵ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2*” (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 91.

berbeda-beda model regresi dianggap heterokedastisitas. Ghozali (2013) menegaskan bahwa sebuah model regresi yang baik dan dapat diterima adalah model yang tidak menunjukkan heterokedastisitas.⁶⁶ Dalam uji heteroskedastisitas, keputusan dapat diambil dengan mempertimbangkan hal berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari nilai 0,05 (Sig. > 0,05) maka kesimpulannya adalah model regresi tersebut tidak terjadi heterosekdastisitas
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari nilai 0,05 (Sig. < 0,05) maka kesimpulannya adalah model regresi tersebut terjadi heterosekdastisitas

3. Uji Analisis Regresi/Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji ini bertujuan mengamati nilai keeratan hubungan antara variabel Interaksi *Host* (X1), Jumlah Penonton Saat *Live Streaming Selling* (X2) terhadap variabel *Purchase Intention* (Y). Dengan analisis ini dapat menunjukkan suatu arah hubungan positif atau negative antara variabel bebas dan variabel terikat.

Berikut adalah persamaan regresi linear beganda bagi ketiga variabel :

⁶⁶ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 2*” (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 91.

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

Sumber: Fisher, 1990

Keterangan :

Y = Variabel *Purchase intention*

β_1 = Koefisien Regresi Untuk Variabel Interaksi

Host

β_2 = Koefisien Regresi Untuk Variabel Jumlah

Penonton

X1 = Variabel Interaksi *Host*

X2 = Variabel Jumlah Penonton

b. Uji Parsial (Uji t)

Menurut I.Ghozali (2013), bahwa uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel bebas terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Adapun langkah-langkah untuk pengujian secara parsial ini, yaitu meliputi:

$$H_0 : b_i = 0$$

$$H_a : b_i \neq 0$$

1. Apabila nilai sign $\alpha > 0,05$ hipotesis nol ditolak, menunjukkan variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel bebas.

2. Apabila nilai $\text{sign } \alpha < 0,05$ hipotesis nol diterima, menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

c. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kecocokan model atau uji F dilakukan untuk mengevaluasi kecocokan model regresi yang tepat dan mampu memberikan hasil yang valid. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati nilai signifikansi 5%. Jika nilai tersebut kurang dari 0,05 ataupun $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{Tabel}}$, maka model regresi layak untuk digunakan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ataupun $F_{\text{Hitung}} < F_{\text{Tabel}}$ maka model regresi tidak layak digunakan.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2013) menyebutkan koefisien determinasi (R^2) berfungsi dalam menilai sejauh mana variasi variabel terikat dapat menjelaskan variabel bebas. Rentang nilai R^2 adalah 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang rendah menandakan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas. Disisi lain, nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan

variasi variabel terikat. Rumus koefisien determinasi:

$$R^2 = (r)^2 \times 100 \%$$

R² = koefisien determinasi

R = koefisien korelasi

