

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian adalah langkah-langkah atau prosedur yang akan dilakukan untuk mengumpulkan data dalam rangka memecahkan masalah atau menguji hipotesis. Adapun pada penelitian kali ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019:2).

B. Tahapan Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya . Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah anggota komunitas sepak bola desa srigading lampung timur dengan jumlah 41 responden.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:81) menyatakan sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel jenuh Menurut Sugiyono (2019) sampel jenuh adalah teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh, dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel. Jadi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas sepak bola desa srigading lampung timur yaitu sebanyak 41 orang responden dijadikan sampel dalam penelitian ini. Adapun kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

- a. Pengguna aktif shopee
- b. Pengguna aktif tiktok
- c. Memiliki akun shopee

- d. Memiliki akun tiktok
- e. Pernah melihat konten shopee yang muncul pada akun tiktok pengguna minimal satu kali

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah digunakan untuk membatasi ruang lingkup atau pengertian variabel-variabel yang akan diteliti. Definisi operasional ini juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran terhadap variabel-variabel serta pengembangan instrumen (alat ukur). operasional berbagai indikator (sugiyono, 2019:38)

1. *Variabel independen (variabel bebas)*

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat sugiyono, 2019:39)

a. Variabel X1 Tiktok

- 1) Definisi konseptual: Tiktok adalah sebuah platform media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk membuat, membagikan, dan menonton video pendek .
- 2) Definisi operasional: Tiktok adalah sebuah platform media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk membuat, membagikan, dan menonton video pendek. Tiktok dapat digunakan sebagai alat pemasaran, promosi merek, dan membangun keterlibatan dengan pengguna dengan melalui konten yang menarik, Meliputi Indikator (1) Konteks, (2) Komunikasi, (3) Kolaborasi, (4) Koneksi.

b. Variabel X2 *Brand Awareness*

- 1) Definisi konseptual: *Brand Awareness* pada dasarnya merupakan respon atau penerimaan pada benak konsumen terhadap merek. Tinggi rendahnya kesadaran merek tergantung pada kemampuan konsumen untuk mengingat dan mengenali sebagai baik sebuah merek dalam kategori tertentu.
- 2) Definisi operasional: *Brand Awareness* adalah kekuatan suatu merek dan itu merupakan suatu aset yang dimiliki perusahaan. *brand awareness* dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan karena perusahaan mengetahui nama merek tersebut ditanggapi oleh konsumen. Merek yang memberikan suatu kesan akrab dengan konsumen, dan kecenderungan konsumen

menyukai sesuatu yang akrab. Meliputi indikator (1) tidak menyadari brand (*unaware of brand*), (2) pengenalan brand (*brand recognition*), (3) pengingatan kembali brand (*brand recall*), (4) puncak pikiran (*top of mind*).

2. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (sugiyono, 2016:39)

a. Variabel Y Keputusan Pembelian

- 1) Definisi konseptual: Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tidak lanjut yang nyata. Selain itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.
- 2) Definisi Operasional: Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai berdasarkan alternatif yang tersedia. Keputusan pembelian ini merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan. Meliputi indikator (1) pilihan produk, (2) pilihan merek, (3) waktu pembelian, (4) jumlah pembelian.

Tabel 8.Kisi-Kisi Kusioner

No	Variabel	Indikator	Butir Pertayaan
1	Tiktok (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konteks 2. Komunikasi 3. Kolaborasi 4. Koneksi 	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15, 16,17,18,19,20
2	<i>Brand awareness</i> (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak Menyadari Brand 2. Pengenalan Brand 3. Peningkatan Kembali Brand 4. Puncak Pikiran 	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
3	Keputusan Pembelian (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Waktu Pembelian 4. Perilaku setelah pembelian 	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang relevan dalam penelitian ini maka peneliti membutuhkan suatu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan cara tanya jawab baik lisan maupun tulisan dari narasumber yang dapat dipercaya untuk dimintai suatu informasi. Menurut Sugiyono (2019:137) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila

peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada untuk dijawab Sugiyono (2019:142). Dalam penelitian ini daftar pernyataan dalam kuesioner berkaitan dengan variabel platform digital tiktok , *brand awareness* dan keputusan pembelian.

E. Instrumen Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini, variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala likert, Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019:222). Dengan skala likert, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan instrumen pernyataan. Jawaban yang diperoleh dari instrumen akan diberikan point mulai dari yang terendah sampai yang tertinggi dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 9. Nilai dan Kategori Jawaban Kuesioner

Jawaban	Kategori	Nilai
A	Sangat Setuju (SS)	5
B	Setuju (S)	4
C	Cukup Setuju (CS)	3
D	Tidak Setuju (TS)	2
E	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Olahan peneliti 2023

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap selanjutnya yang akan diselesaikan dalam penelitian setelah dilakukan pengumpulan data, maka selanjutnya yang dilakukan adalah mengolah data dan menganalisis secara bertahap data-data tersebut. Sebelum angket disebarakan terlebih dahulu diuji validitas dan reabilitasnya (Sugiyono, 2019:243)

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan atau keabsahan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menentukan validitas dari suatu penelitian dapat menggunakan korelasi product momen (Sugiyono, 2019:267).

rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2) (N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy}	= koefisien Korelasi
N	= Jumlah Sampel
x	= Skor pertanyaan (item)
y	= Skor total

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan sehingga hasilnya jika dibandingkan dengan r_{tabel} dimana :

$Df = n - k$ dengan $\alpha =$

$r_{hitung} \geq r_{tabel} =$ tidak valid

$r_{hitung} \leq r_{tabel} =$ valid

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menurut sugiyono (2019:267) keandalan atau konsistensi suatu instrumen pengukuran atau tes dalam memberikan hasil yang serupa ketika diaplikasikan pada subjek yang sama atau pada waktu yang berbeda. Reliabilitas mengukur sejauh mana

instrumen pengukuran dapat diandalkan dan memberikan hasil yang stabil. Realibilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbach Alpha Coefficient*.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_b t^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \alpha_b^2$: Jumlah varians butir

$\alpha_b t^2$: Varians total

2. Pengujian Persyaratan Analisis

Teknik analisis data yang peneliti gunakan untuk memberikan jawaban pada setiap item jawaban yaitu dengan menggunakan skala likert. Skala likert yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis dan selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

a. Uji Normalitas

Menurut ghazali (2018 : 161) Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal, jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternative yang digunakan adalah *statistic non parametric*, yaitu dengan menggunakan uji *Liliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogrov-Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih dari 0,05.

- 1) Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal

- 2) Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi tidak normal.

b. Uji Linearitas

Menurut ghazali (2018:167), Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan lebih dari 0,05. Maka pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai sig > 0,05 maka hubungan antara variable X dengan Y terdapat hubungan yang linear
- 2) Jika nilai sig < 0,05 maka hubungan antara variable X dengan Y tidak terdapat hubungan yang linear

Selain menggunakan SPSS, uji linieritas dapat diketahui dengan menggunakan rumus dibawah ini :

$$1) F_{hitung} = R_{Kreg} R_{Kres}$$

Keterangan :

F_{hitung} = koefisien regresi

R_{Kreg} = rerata kuadrat garis regresi

R_{Kres} = rerata kuadrat residu

$$2) F_{tabel} = (1-a) (k-2;n;k)$$

3) Kesimpulan

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak berarti persamaannya tidak linier

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima berarti persamaannya linier

c. Uji homogenitas

Setelah data diperoleh sudah normal, selanjutnya diuji dengan homogenitas. Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui beberapa varian adalah sama atau tidak asumsi yang mendasari dalam analisis varian adalah varian dari populasi yang sama. sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$, uji homogenitas menggunakan spss dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila f hitung lebih besar dari f tabel, maka dapat memiliki varian homogen. Akan tetapi apabila f hitung lebih besar dari f tabel, maka varian tidak homogen.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018) Untuk menguji model pengaruh dan hubungan variabel bebas yang lebih dari dua variabel terhadap variabel dependen, digunakan persamaan regresi linier berganda (*multiple linier regression method*). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Rumus persamaan regresi linier berganda adalah:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b = Koefesien Regresi

X_1 = platform digital tiktok

X_2 = brand awareness

e = error

b. Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui ada tidak nya pengaruh variabel terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan dengan pengujian secara parsial menggunakan uji t (sugiyono, 2019:248).

Uji parsial menggunakan uji t, yaitu untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dan nilai kritis sesuai

dengan tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0.05 ($\alpha=5\%$) atau tingkat keyakinan sebesar 0.95. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

- 3) $H_0 : b_i = 0$ = Variabelin dependen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
- 4) $H_a : b_i \neq 0$ = Variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabeldependen (Y)

Dasar pengambilan keputusan jika pengaruh nya positif :

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 3) Jika probabilitas > 0.05 maka tidak signifikan.
- 4) Jika probabilitas < 0.05 maka signifikan.

Dasar pengambilan keputusan jika pengaruhnya negatif :

- 1) Jika $- t_{hitung} > - t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $- t_{hitung} \leq - t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 3) Jika probabilitas > 0.05 maka tidak signifikan.
- 4) Jika probabilitas < 0.05 maka signifikan.

Nilai probabilitas dari uji t dapat dilihat dari hasil pengolahan program SPSS.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dasarnya menunjukkan apakah semua variable yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2019: 257). Dapat dinyatakan berpengaruh secara signifikan apabila nilai yang dihasilkan $\leq \leq \alpha$ (0,05):

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{1 - R^2}{n - k - 1}}$$

Keterangan :

- R^2 = koefisien determinasi
- K = jumlah variabel independen
- N = jumlah data

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} atau bias juga dengan memperhatikan signifikan F lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi F besar dari 0,05. Kriteria untuk menerima dan penolakan suatu hipotesis adalah:

- 1) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima
- 2) $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternative (H_a) ditolak

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2019) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 sampai satu, dan jika nilai (R^2) mendekati satu menunjukkan bahwa semakin baik dan begitupun sebaliknya jika nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati nol, maka tidak tepat garis regresi yang diperoleh. Dengan menggunakan rumus:

$$KD : R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

KR = koefisien korelasi