

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian “*Field Research*”, yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Penelitian *Field Research* merupakan suatu penelitian dengan mengambil data di lapangan secara sistematis.¹

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode-metode pengujian teori tertentu dengan cara menguji hubungan antar variabel. Variabel-variabel biasanya diukur menggunakan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis sesuai prosedur statistik.²

B. Setting Penelitian

Penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus terutama pengguna Marketplace TiktokShop. Penelitian di mulai bulan Februari, dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* selama sekitar satu bulan. Kuesioner dibagikan kepada mahasiswa/i untuk analisis data dan kemudian digunakan untuk menyiapkan laporan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek dan objek yang dijadikan sebagai target penelitian. Letak data variabel yang akan digunakan disebut juga subjek penelitian. Sugiyono mengungkapkan bahwa, populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek-objek atau subjek-subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu, yang akan ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, dan kemudian ditarik

¹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*,” (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 4.

² Adhi Kusumastuti, dkk, “*Metode Penelitian Kuantitatif*,” (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 2.

kesimpulan.³ Dalam penelitian ini, penulis mengambil populasi mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2018.

Dari hasil observasi, populasi mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2018 berjumlah 735 mahasiswa/i, dengan rincian 218 mahasiswa/i Ekonomi Syariah, 225 mahasiswa/i Manajemen Bisnis Syariah, 65 mahasiswa/i Manajemen Zakat Wakaf, 112 mahasiswa/i Perbankan Syariah, dan 115 mahasiswa/i Akutansi Syariah. Jadi jumlah populasi pada penelitian ini yaitu 735.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian perwakilan dari karakteristik populasi yang diambil sesuai dengan prosedur teknik pengambilan sampel tertentu. Pengambilan sampel dilakukan bila ukuran populasi cukup besar sehingga peneliti tidak mampu melakukan pengamatan secara keseluruhan karena keterbatasan biaya, tenaga, waktu dan peralatan.⁴ Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* sampling, yaitu pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Sedangkan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu sampel diambil dari anggota populasi dengan kriteria-kriteria tertentu atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu.⁵ Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus angkatan 2018.
- b. Pernah melakukan pembelian di marketplace TiktokShop.

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang telah dilakukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

³ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “Metode Riset Penelitian Kuantitatif,” 11.

⁴ Muhammad Darwin, “Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif,” (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 23.

⁵ Dominikus Dolet Unaradjan, “Metode Penelitian Kuantitatif,” (Jakarta: Grafindo, 2019), 118.

Islam IAIN Kudus yang memenuhi kriteria sampel terdapat 67 mahasiswa.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dikembangkan untuk memfasilitasi pengumpulan data, menghindari interpretasi yang berbeda dan membatasi ruang lingkup variabel. Variabel yang termasuk dalam operasional merupakan variabel kunci atau signifikan yang dapat diukur dan dijelaskan dalam operasional dan dapat dipertanggungjawabkan sumber referensinya.

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberi kita informasi atau panduan mengenai cara pengukuran variabel. Informasi ilmiah yang diterangkan dalam definisi operasional sangat membantu peneliti yang bekerja dengan variabel yang sejenis, karena berdasarkan informasi tersebut, mereka akan tahu cara mengukur variabel menurut konsep yang sama. Oleh karena itu, mereka dapat menentukan apakah akan terus menggunakan prosedur pengukuran yang sama atau apakah diperlukan pengukuran baru.⁶

Tabel 3.1

Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Content Marketing</i> (X1)	Menurut Bateman, <i>content marketing</i> adalah cara membuat dan mendistribusikan berbagai jenis konten yang mendorong semua aktivitas pemasaran digital inti dan menarik serta membujuk audiens untuk memuaskan dan menggunakan konten perusahaan	<i>Reader Cognition Sharing Motivation Persuasiveness Decision Making Factors</i>	Likert

⁶ Vivi Candra, dkk, "Pengantar Metodologi Penelitian," (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 89-90.

		di seluruh siklus hidup pelanggan.		
2.	<i>Online Customer Review (X2)</i>	Menurut Mudambi dan Schuff, <i>online customer review</i> atau ulasan pelanggan online dapat diartikan sebagai evaluasi produk yang dilakukan oleh pelanggan yang berpengalaman dengan produk atau layanan tersebut, dan produk atau layanan tersebut dipublikasikan di situs web perusahaan atau media online lainnya yang dikelola oleh pihak ketiga.	<i>Attractiveness Trustworthiness Expertise</i>	Likert
3.	<i>Online Customer Rating (X3)</i>	Engler mengemukakan bahwa rating atau penilaian produk online merupakan cara konsumen untuk mempertimbangkan kualitas produk.	Pemberian Bintang Informasi Spesifik Menarik	Likert
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Boyd Walker, keputusan pembelian adalah sebuah cara pemecahan masalah dalam aktivitas	Kemantapan pada sebuah produk Kebiasaan dalam	Likert

	<p>manusia dalam rangka pembelian produk untuk memenuhi permintaan kebutuhan dan keinginan. Adapun proses ketika konsumen terhubung dengan pencarian, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk untuk memenuhi kebutuhan dan permintaannya.</p>	<p>membeli produk Memberikan rekomendasi kepada orang lain Melakukan pembelian ulang</p>	
--	--	--	--

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata “*validity*” yang berarti kebenaran atau keabsahan. Validitas adalah ukuran yang menyatakan keandalan atau kesahihan. Validitas rendah ditunjukkan oleh alat ukur yang kurang valid. Pengukuran tersebut dapat diuji dengan bantuan SPSS.⁷ Valid tidaknya kuesioner dapat diukur dengan pengujian validitas. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam pengujian validitas data, peneliti menggunakan metode Korelasi Pearson. Uji validitas menggunakan metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor total item. Pengujian signifikansi dilakukan dengan menggunakan kriteria r tabel pada taraf 0,05. Item dinyatakan valid jika tingkat r hitung $>$ r tabel dengan taraf

⁷ Imam Machali, “*Metode Penelitian Kuantitatif*,” (Yogyakarta: Program Sarjana Manajemen Pendidikan Islam (MPI), 2017), 69-70.

0,05. Sebaliknya, jika r hitung $< r$ tabel dengan taraf 0,05 maka item dinyatakan tidak valid.⁸

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (*reliability*) berasal dari kata “*reliable*” yang artinya dapat dipercaya. Reliabilitas sering didefinisikan sebagai konsistensi atau keteguhan, ketepatan, kestabilan, dan keandalan. Suatu instrumen penelitian memiliki tingkat atau nilai reliabilitas tinggi jika hasil pengujiannya memiliki hasil yang konsisten atau memiliki kestabilan terhadap apa yang akan diukur.⁹ Uji reliabilitas digunakan untuk menguji indikator variabel pada suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawabannya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

SPSS dapat digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen. Kriteria pengujian reliabilitas yaitu sebagai berikut:

- a) Cronbach’s alpha dinyatakan reliabel jika nilai alphanya adalah $\geq 0,7$.
- b) Cronbach’s alpha dinyatakan tidak reliabel jika nilai alphanya adalah $< 0,7$.¹⁰

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner pada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang akan dijawab dengan mengajukan serangkaian pertanyaan kepada responden. Pembuatan kuesioner dapat dilakukan dengan bentuk tradisional (cetak) atau online (menggunakan *google form*).¹¹ Kuesioner pada penelitian ini menggunakan metode tertutup, dan variabel diukur menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan opini individu atau kelompok mengenai fenomena tertentu. Fenomena yang akan diteliti yaitu variabel penelitian. Variabel penelitian yang diukur menggunakan skala *likert* dan akan

⁸ Ce Gunawan, “*Mahir Menguasai SPSS*,” (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 95-96.

⁹ Imam Machali, “*Metode Penelitian Kuantitatif*,” 80.

¹⁰ Imam Machali, “*Metode Penelitian Kuantitatif*,” 81.

¹¹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif*,” 29.

diubah menjadi indikator variabel. Indikator variabel tersebut selanjutnya akan digunakan sebagai tolak ukur dalam penyusunan sebuah item instrumen (sebuah pertanyaan atau pernyataan).

Skor jawaban responden yang diukur dengan skala *likert* memiliki variasi skor mulai dari sangat positif hingga sangat negatif. Berikut adalah variasi skor yang digunakan untuk mengukur jawaban responden:

- 1) Skor 5 : sangat setuju
- 2) Skor 4 : setuju
- 3) Skor 3 : ragu-ragu/netral
- 4) Skor 2 : tidak setuju
- 5) Skor 1 : sangat tidak setuju.¹²

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah residual yang diteliti berdistribusi normal. Distribusi datanya yang tidak normal, karena data yang diambil pada uji normalitas memiliki nilai ekstrim. Ada dua metode untuk menguji normalitas, yaitu:¹³

1) Analisis Grafik

Normalitas data dapat dilihat dengan sebaran titik-titik pada sumbu diagonal dari grafik P-Plot atau dengan melihat histogram dari residual. Dasar keputusan ini adalah sebagai berikut:

- a) Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data terdistribusi di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau histogram yang menunjukkan pola distribusi normal.
- b) Jika data jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal atau histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

¹² Lijan Poltak Sinambella, “Metode Penelitian Kuantitatif,” (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 144.

¹³ Firdaus, “Metodologi Penelitian Kuantitatif,” (Riau: DOTPLUS Publisher, 2021), 32.

2) Analisis Statistik

Uji normalitas didasarkan pada uji statistik nonparametik *Kolmogorof-Smirnov* (K-S). Uji normalitas *Kolmogorof-Smirnov* (K-S) adalah distribusi hasil yang akan diuji normalitasnya ketika informasi telah diproses untuk melihat apakah terdistribusi. Apabila hasil uji *Kolmogorof-Smirnov* (K-S), nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada tidaknya *variance* yang tidak sama pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi, dan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas ada dua metode, yaitu:¹⁴

- 1) Analisis grafik. Dengan menggunakan grafik *scatterplot*, jika data berupa titik-titik tidak membentuk pola atau menyebar, maka model regresi tidak terpengaruh oleh heteroskedastisitas.
- 2) Analisis statistik. Selain menggunakan grafik *scatterplot*, uji glejser juga dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas. Uji Glejser dilakukan dengan mengkorelasikan nilai absolut dari residual dengan semua variabel bebas.
 - a) Jika sig. 2-tailed $< \alpha = 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.
 - b) Jika sig. 2-tailed $> \alpha = 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menilai apakah terdapat korelasi yang tinggi antara titik-titik variabel independent dalam model regresi linear dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIP) dari variabel independent terhadap variabel dependent untuk melihat apakah ada tidaknya korelasi antar variabel

¹⁴ Firdaus, "Metodologi Penelitian Kuantitatif," 33.

multikolinearitas. Keputusan tersebut meliputi hal-hal sebagai berikut:¹⁵

- 1) Apabila $VIF > 10$ maka terjadi masalah multikolinieritas.
- 2) Apabila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 3) Apabila *Tolerance* $< 0,1$ maka terjadi masalah multikolinieritas.
- 4) Apabila *Tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi masalah multikolinieritas.

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam tinjauan ini, peneliti menggunakan tiga variabel independen yaitu *content marketing* (X_1), *online consumer review* (X_2), dan *online consumer rating* (X_3), serta Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen.¹⁶

Berikut rumus regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Keterangan :

Y	: Keputusan Pembelian
a	: Konstanta
b_1, b_2, b_3	: Koefesien Regresi
X_1	: <i>Content Marketing</i>
X_2	: <i>Online Consumer Review</i>
X_3	: <i>Online Consumer Rating</i>
e	: Standar Error

b. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t bertujuan untuk menguji apakah variabel independen (*content marketing*, *online consumer review*, dan *online consumer rating*) secara parsial (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel

¹⁵ Rochmat Aldy Purnomo, "Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS," (Ponorogo: Wade Group, 2016), 116.

¹⁶ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, "Metode Riset Penelitian Kuantitatif," 140.

dependen (Keputusan Pembelian). Langkah-langkah pengujian ini adalah dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} , kriterianya sebagai berikut:¹⁷

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ (5%) maka H_0 diterima (variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ (5%) maka H_0 ditolak (variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).

c. Uji Simultan (Uji-F)

Tujuan dari uji-F adalah menguji apakah variabel independen berpengaruh besar terhadap variabel dependen secara bersamaan. Langkah-langkah uji-f adalah sebagai berikut:¹⁸

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak (variabel independen berpengaruh besar terhadap variabel independen secara bersamaan).
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima (variabel independen tidak berpengaruh besar terhadap variabel independen secara bersamaan).

d. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) mengukur kinerja model untuk menjelaskan varians dari variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi adalah 0-1. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil menunjukkan daya penjas yang sangat terbatas untuk variabel independen dan variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi (R^2) yang besar dan mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi varians variabel dependen.

Bias dalam jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model merupakan kelemahan mendasar dari penggunaan koefisien determinasi. Untuk

¹⁷ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “Metode Riset Penelitian Kuantitatif,”141.

¹⁸ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “Metode Riset Penelitian Kuantitatif,”142-143.

setiap tambahan variabel independen, apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen serta koefisien pasti mengalami peningkatan. Oleh karena itu, disarankan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 yang disesuaikan ketika mengevaluasi model regresi mana yang terbaik. Dibandingkan dengan koefisien determinasi (R^2), nilai Adjusted R^2 dapat meningkat atau menurun jika di dalam model ditambahkan variabel independent.¹⁹



¹⁹ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, “Metode Riset Penelitian Kuantitatif,”141.