



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah merek Kasogi yang merupakan salah satu produsen sepatu merek Indonesia yang telah lama dikenal dan memiliki beragam jenis dan model yang sesuai untuk anak-anak, remaja hingga dewasa. Sedangkan subjek penelitian ini adalah *followers* akun Tiktok Merek Kasogi yang telah berinteraksi dengan akun Tiktok @KasogiShoes minimal tiga kali dan membeli produk sepatu Kasogi minimal dua kali.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian secara kuantitatif dikarenakan pendekatan tersebut dinilai dapat memaksimalkan hasil penelitian karena data penelitian ini akan ditabulasikan menjadi data numerik sehingga hasil analisis dapat memberikan gambaran dan kesimpulan yang lebih akurat. Adapun penelitian juga merupakan penelitian dengan pendekatan secara eksplanatori yang merupakan jenis penelitian yang mencoba mendeskripsikan untuk meneliti fenomena yang ada, baik alam maupun buatan manusia, dapat mencakup fungsi, ciri, perubahan, hubungan, persamaan dan perbedaan antar fenomena (Sukmadinata, 2017). Sehingga variabel yang diteliti bisa tunggal, atau lebih dari satu variabel, bahkan dapat juga mendeskripsikan hubungan beberapa variabel yang diteliti. Melalui pendekatan ini, maka akan diperoleh hubungan dan keterkaitan antar variabel yang digunakan, dalam hal ini adalah variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

C. Variabel Penelitian

Fokus penelitian adalah untuk menganalisis dan memahami variabel pemasaran media sosial Tiktok dan ulasan konsumen online sebagai variabel independen serta



keputusan pembelian sebagai variabel yang akan diteliti pengaruhnya atau dependen.

Berikut ini ditetapkan definisi dari masing-masing variabel yaitu:

1. Pemasaran media sosial Tiktok (X_1), merupakan segala bentuk pemanfaatan media sosial Tiktok untuk memasarkan produk Merek Kasogi melalui akun resminya baik dalam bentuk konten, hastag, hingga unsur lainnya.
2. Ulasan konsumen online (X_2), merupakan ulasan atau tanggapan yang diberikan oleh konsumen setelah membeli dan menggunakan produk Merek Kasogi dan disebarluaskan melalui media sosial terutama Tiktok.
3. Keputusan Pembelian (Y), merupakan suatu bentuk intensi akhir dari proses perilaku konsumen yang telah mempertimbangkan keputusan untuk membeli produk Merek Kasogi.

Adapun untuk mempermudah penelitian, maka dibentuk tabulasi operasionalisasi variabel yang berisi indikator dari masing-masing variabel sebagai berikut ini:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Pemasaran Media Sosial TikTok dan Ulasan Konsumen Online

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber	Skala
Pemasaran media sosial Tiktok (X_1)	1) Menjalin Hubungan dengan Konsumen	Akun Tiktok @KasogiShoes memberikan informasi promosi terbaru	Upadana & Pramudana (2020)	Likert
	2) Membangun Komunikasi dengan Konsumen	Akun Tiktok @KasogiShoes mampu membangun komunikasi dengan konsumen		
	3) Interaksi Pasca Pembelian	Konsumen dapat memberikan kritik dan saran melalui akun Tiktok @KasogiShoes		
	4) Kelengkapan Format Informasi	Akun Tiktok @KasogiShoes menyampaikan informasi yang lengkap		
Ulasan Konsumen Online (X_2)	5) <i>Perceived Usefulness</i> (Manfaat yang Dirasakan)	Konsumen mendapatkan manfaat dengan adanya ulasan konsumen online tentang Kasogi	Wilis & Faik (2022)	Likert



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	6) <i>Source Credibility</i> (Kredibilitas Sumber)	Sumber Pesan (<i>endorser</i>) dalam promosi Kasogi dapat dipercaya		
	7) <i>Argument Quality</i> (Kualitas Argumen)	Ulasan yang diberikan tentang Kasogi lain disampaikan secara objektif		
	8) <i>Volume of Review</i> (Volume Ulasan)	Konsumen dapat melihat banyak ulasan tentang merek Kasogi		

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Dimensi	Indikator	Item Pernyataan	Sumber	Skala
Pilihan Produk	Keunggulan Produk	Saya merasa bahwa Kasogi memberikan keunggulan produknya	Kotler dan Amstrong dalam Tranggono et al. (2020)	Likert
	Manfaat Produk	Saya merasa bahwa memberikan manfaat positif		
	Pemilihan Produk	Saya merasa bahwa Kasogi memudahkan konsumen dalam pemilihan produk		
Pilihan Merk	Ketertarikan pada Merek	Saya merasa bahwa Kasogi memberikan daya tarik karena mempunyai citra merek yang baik.		
	Kebiasaan pada Merek	Saya memilih produk Kasogi karena telah terbiasa menggunakan produk tersebut		
	Kesesuaian Harga	Saya merasa bahwa Kasogi memberikan kualitas produk sesuai dengan manfaat yang dirasakan		
Pemilihan Saluran Distribusi	Pelayanan yang diberikan	Saya merasa bahwa Kasogi memberikan pelayanan yang baik		
	Kemudahan untuk Mendapatkan	Saya merasa bahwa Kasogi memiliki kemudahan untuk didapati setiap produknya		

D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Handayani (2020), populasi adalah keseluruhan anggota sampel dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Dari populasi inilah yang akan digunakan dalam penentuan sampel penelitian. Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh *followers* Tiktok Kasogi. Menurut Sugiyono (2019), Sampel adalah bagian dari



jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel lebih diperjelas sebagai bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Berdasarkan hal tersebut, secara sederhana sampel merupakan bagian dari populasi. Adapun sampel diambil untuk mewakili populasi dikarenakan peneliti memiliki keterbatasan untuk meneliti seluruh populasi dari objek penelitian yang dipilih.

Metode pemilihan sampel yang dipakai di dalam penelitian ini yakni *judgement sampling* yang merupakan salah satu metode dari non *probability sampling*. Teknik non *probability sampling* adalah cara menentukan sampel dengan tidak menyamaratakan seluruh sampel, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Menurut Sugiyono (2019), *judgement sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu dari suatu populasi. Adapun kriteria sampel yang digunakan yaitu:

1. *Followers* akun Tiktok @KasogiShoes
2. Pernah berinteraksi dengan akun Tiktok @KasogiShoes minimal tiga kali yang dapat berupa *likes*, komentar, membaca *caption* foto atau video, hingga melihat hastag dari akun Tiktok tersebut.
3. Pernah membeli produk Sepatu dari Kasogi minimal dua kali.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data primer, maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data diperoleh melalui kuesioner dengan *Google Form* yang digunakan untuk mempermudah pengambilan data. Adapun menurut Sugiyono (2019), menyatakan bahwa untuk kuesioner yang menilai hubungan antar manusia dan mengukur sikap, perilaku, persepsi, atau pendapat, skala Likert dapat



digunakan sebagai alat pengukuran. Dalam instrumen kuesioner ini, digunakan skala Likert untuk mengevaluasi responsen terhadap pernyataan sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skala Skor Likert

No.	Keterangan	Skor	Kategori Respon
1.	Sangat Setuju (SS)	5	Respon Positif
2.	Setuju (S)	4	Respon Positif
3.	Netral (N)	3	Respon Netral
4.	Tidak Setuju (TS)	2	Respon Negatif
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Respon Negatif

Sumber: Sugiyono (2019)

F. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis penelitian dengan menggunakan jenis data primer dari instrumen survei, maka akan diolah dengan menggunakan teknik regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 26. Adapun tahapan analisis data diantaranya mulai dari pengujian validitas dan reliabilitas instrumen survei dengan melakukan studi pendahuluan dengan 30 sampel data awal dari luar responden inti, statistik deskriptif, uji asumsik klasik, dan analisis regresi linear berganda itu sendiri sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Zaenal Arifin (2013), validitas adalah akurasi atau kelayakan peralatan yang digunakan untuk mengukur apa yang sedang diukur. Aspek lain dari konsep validitas adalah akurasi pengukuran. Alat ukur yang valid dapat melakukan tugas pengukuran secara akurat dan dengan akurasi tinggi. Akurasi di sini berarti kemampuan untuk mendeteksi perbedaan kecil dalam fitur yang diukur. Padahal uji validitas itu sendiri adalah tes untuk melihat apakah counter tersebut valid (Janna dan Herianto, 2021).



Pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui instrumen kuesioner, sehingga dimensi variabel yang digunakan berupa ekstraksi teori dari penelitian terdahulu. Maka uji validitas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat validitas kuesioner yang digunakan berdasarkan dengan hasil uji statistik.

Korelasi *Pearson Product Moment* digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel dalam penelitian ini benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Analisis korelasi momen produk adalah analisis yang mengukur kedekatan hubungan linier antara dua variabel dengan distribusi data normal. Pada penelitian ini validitas diuji dengan program SPSS dengan menggunakan metode product moment. Pada teknik uji korelasi product-moment, skor setiap produk dikorelasikan dengan skor total yang merupakan penjumlahan dari skor masing-masing produk.

Menurut Sugiyono (2019), untuk menentukan apakah unsur-unsur dari masing-masing instrumen valid atau tidak valid, dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Dilihat dari nilai pentingnya. Jika signifikansinya kurang dari 0,05 maka item tersebut valid, tetapi jika signifikan di atas 0,05 maka item tersebut tidak valid.
2. Membandingkan r hitung (nilai *pearson correlation*) dengan r tabel (didapat dari tabel r). Jika nilai positif serta hitung $> r$ tabel, maka dapat dinyatakan bahwa item dapat dikatakan valid. Jika r hitung $\leq r$ tabel, maka item dapat dinyatakan tidak valid, r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.

b. Uji Reliabilitas

Instrumen yang andal adalah instrumen yang dapat mengukur objek yang sama berulang kali dan memperoleh informasi yang sama. Pengujian keandalan perangkat dilakukan secara internal untuk penelitian ini untuk memastikan konsistensi. Hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi keandalan peralatan. Pengujian keandalan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perangkat dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Untuk menentukan apakah suatu instrumen reliabel atau tidak, digunakan nilai cut off yaitu reliabilitas dibawah 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,6 sampai 0,79 dapat diterima dan diatas 0,8 sampai 1 adalah baik (Ghozali, 2018).

2. Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan metode analisis data yang digunakan untuk menggambarkan data menggunakan analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam analisis data yang menggambarkan atau menggambarkan data yang dikumpulkan. Menurut Ghozali (2018), tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran atau sebaran tentang data dalam setiap variabel dilihat dari distribusi frekuensinya. Statistik deskriptif adalah statistik yang menggambarkan data secara lebih jelas dan mudah dipahami yang memberikan gambaran tentang penelitian berupa hubungan antar variabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menguji normalitas variabel yang diselidiki, terlepas dari apakah data terdistribusi normal. Ini penting karena statistik parametrik tidak dapat digunakan untuk menguji hipotesis ketika data untuk setiap variabel tidak biasa (Sugiyono, 2019).

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan probabilitas (*asymptotic significancy*) yaitu:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas



Menurut Ghozali (2018), Uji multikolinearitas diperlukan untuk menentukan apakah ada variabel independen dalam model yang menunjukkan kesamaan antara variabel independen. Kesamaan variabel independen menimbulkan korelasi yang sangat kuat. Tujuan dari pengujian ini juga untuk menghindari kebiasaan proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh setiap subtes dengan variabel independen terhadap variabel dependen. Multikolinearitas dapat dinyatakan tidak ada ketika VIF yang dihasilkan adalah kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan keperiode pengamatan yang lain. Adapun untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji *Glejser* yaitu dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

a. Persamaan Regresi

Metode analisis eksplanatori yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2019), tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk memprediksi bagaimana keadaan variabel dependen akan berperilaku (meningkat atau menurun) ketika dua atau lebih variabel independen dimanipulasi sebagai prediktor (kenaikan atau penurunan nilai). Adapun persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Y = Keputusan Pembelian

a. α = Koefisien konstanta

b. β = Koefisien regresi

X₁ = Pemasaran media sosial Tiktok

X₂ = Ulasan konsumen online

e = Error, variabel gangguan

b. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur kemampuan model untuk menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1.

Nilai kecil R² berarti bahwa kekuatan variabel dependen sangat terbatas. Nilai mendekati 1 berarti bahwa variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen. Dalam penelitian ini analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

c. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara simultan. Berikut ini kriteria uji yang digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2019) yaitu:

1. H₀ diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > \alpha$, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. H₀ ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < \alpha$, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Bila H₀ ditolak, maka dapat diartikan terdapat suatu pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama atas suatu variabel dependen.



5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian ini menggunakan uji t parsial. Uji-t dirancang untuk menentukan tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel independen lainnya tidak berubah. Berikut ini kriteria uji yang digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2019) yaitu:

1. H_0 diterima jika nilai hitung statistik uji (t_{hitung}) berada di daerah penerimaan.
Dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau atau nilai $sig > \alpha$
2. H_0 ditolak jika nilai hitung statistik uji (t_{hitung}) berada di daerah penolakan.
Dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau atau nilai $sig < \alpha$

Bila hasil pengujian statistik menunjukkan H_0 ditolak, berarti variabel-variabel independen penelitian ini yang terdiri dari atas pemasaran media sosial Tiktok dan ulasan konsumen online secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.