

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif melalui penelusuran data. Menurut Sugiyono (2017) pencarian kuantitatif adalah: “Teknik penelitian yang didasarkan sepenuhnya pada filosofi positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, deret statistik dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis catatan kuantitatif atau statistik, dengan bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya”. Pada penelitian kuantitatif menekankan fenomena objektif dan disuguhkan dengan angka statistik dengan percobaan yang dilakukan secara terkontrol.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Menurut pendapat Sugiyono (2017) variabel penelitian merupakan penarikan kesimpulan dari keseluruhan dalam bentuk apapun yang diputuskan oleh peneliti terutama berdasarkan informasi yang diperoleh. Variabel ada beberapa macam, dalam penelitian ini terdapat tiga macam variabel yaitu sebagai berikut :

##### **3.2.1 Variabel Bebas**

Variabel bebas juga bisa disebut sebagai variabel penyebab, predictor, stimulus atau variabel independen. Dimana variabel bebas menjadi variabel yang menyebabkan atau pengaruh dari variabel terikat. Variabel bebas umumnya terjadi terlebih dahulu dan bisa menyebabkan perubahan pada hasil akhir (Abd. Mukhid, 2021). Variabel bebas disimbolkan dengan simbol X. Dalam penelitian ini, social media marketing Tiktok menjadi variabel bebas. Menurut Gunelius (2011) social media marketing sebagai jenis pemasaran langsung atau tidak langsung yang menggunakan alat dari web sosial seperti blogging, microblogging, social networking, social bookmarking, dan content sharing untuk meningkatkan

kesadaran, pengakuan, ingatan, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang atau entitas lainnya. Menurut (Gunelius, 2011 & Marini, R 2019) social media marketing Tiktok memiliki beberapa indikator, yaitu sebagai berikut :

1. Content creation
2. Content sharing
3. Connecting
4. Community building
5. Adanya dampak positif dan dampak negatif dalam menggunakan aplikasi Tiktok tersebut
6. Adanya kreatifitas mereka dalam penggunaan aplikasi Tiktok

### **3.2.2 Variabel Terikat**

Variabel terikat biasa disebut dengan akibat, output, respon, hasil atau variabel dependen. Variabel terikat adalah variabel yang ada akibat adanya variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Abd. Mukhid, 2021). Variabel terikat disimbolkan dengan simbol Y. Dalam penelitian ini pembelian impulsif menjadi variabel terikat. Pembelian impulsif menurut Rook (1987) sebagai kebutuhan spontan yang seringkali kuat dan terus-menerus serta mendorong orang untuk melakukan pembelian dengan cepat. Indikator pembelian impulsif menurut Lestari dalam (Azzahra & Nursholehah, 2022) yaitu :

1. Spontan
2. Melihat langsung membeli
3. Bertindak tanpa berpikir dan beli sekarang

### **3.2.3 Variabel Mediasi**

Variabel mediasi adalah variabel yang menjadi penghubung antara variabel terikat dan variabel bebas yang memiliki hubungan yang tidak langsung dan tidak diamati dan diukur (Sugiyono, 2017). Variabel mediasi disimbolkan dengan simbol Z. dalam penelitian ini *self esteem* menjadi variabel mediasi. *Self esteem* (harga diri) adalah serangkaian

penilaian diri positif hingga negatif yang diberikan orang pada dirinya sendiri. (Baron dan Byrne dalam Prawesti dan Dewi 2016). Menurut Reasoner (2010) terdapat 5 indikator untuk mengukur *self esteem* meliputi:

1. Perasaan Aman (*Felling of Security*)
2. Perasaan Menghormati Diri (*Feeling of identity*)
3. Perasaan Diterima (*Feeling of Belonging*)
4. Perasaan Mampu (*Feeling Of Competence*)
5. Perasaan Berharga (*Feeling of Worth*)

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut pendapat Sugiyono (2017) populasi adalah suatu lokasi yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti kemudian ditarik kesimpulan yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki sifat dan karakteristik positif. Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui dan mempunyai kriteria yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut:

1. Laki-laki dan perempuan
2. Usia 13-35 tahun
3. Generasi muda yang tinggal atau berada di wilayah Surabaya
4. Pengguna aktif atau memiliki akun Tiktok
5. Pernah melakukan pembelian produk di social media Tiktok
6. Pernah melakukan pembelian impulsif
7. Memiliki pengetahuan social media marketing Tiktok

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut pendapat Sugiyono (2017) "sampel merupakan bagian dari beberapa ragam dan sifat-sifat yang ada pada populasi. Peneliti tidak dapat mempelajari keseluruhan dalam populasi jika populasinya besar, misalnya karena keterbatasan dana, keterbatasan tenaga serta keterbatasan waktu, maka peneliti mengambil populasi untuk dijadikan sampel". Karena jumlah

populasi yang tidak diketahui pastinya, maka bisa menggunakan rumus Rao Purba (Dianing, 2020) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = 1,96 skor pada tingkat signifikansi tertentu (derajat kepercayaan ditentukan 95%)

Moe = Margin of error, maksimum error rate 10%

Sehingga dari adanya rumus tersebut maka berikut hasil perhitungannya

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang akan dipilih sebanyak 96 responden yang mewakili generasi muda Surabaya pengguna Tiktok. Untuk menentukan sampel yang dipilih, peneliti memilih sampel dengan karakteristik tertentu. Pemilihan sampel tersebut disebut dengan *purposive sampling* yang menjadi salah satu bagian dari metode *non probability sampling*.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat mengenai pendukung penelitian terdapat beberapa metode yang bisa digunakan untuk pengumpulan data tersebut. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu kuesioner dan studi studi pustaka.

#### 1. Kuesioner

Menurut pendapat Sugiyono (2017) mendefinisikan bahwa kuesioner merupakan metode deret statistik dengan bantuan pemberian seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab melalui responden. Jawaban dari kuisoner akan menjadi data statistic guna pemecahan masalah. Jawaban

responden diwakilkan dalam bentuk skala. Dalam penelitian ini skala yang dipakai yaitu skala likert yang terdiri dari lima jawaban dan diberi bobot angka seperti berikut :

**Tabel 3.1 Skala Likert**

<b>Penilaian</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2012

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengambilan data melalui beberapa pustaka yang relevan dan mempelajari terkait masalah yang diteliti. Data yang didapat melalui studi pustaka adalah sumber data yang diciptakan oleh para ahli yang kompeten pada bidangnya masing-masing. Pembacaan studi pustaka tidak hanya melalui buku perpustakaan namun juga melalui *google scholar* dan juga beberapa jurnal ilmiah yang berada di internet yang relevan.

## 3.5 Teknik Analisis Data

### 3.5.1 Uji Instrumen

Uji instrument digunakan dalam penelitian bertujuan untuk mengenatahui alat yang ada dalam penelitian sudah bersifat valid dan reliable. Uji instrument dilaksanakan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut penjelasannya :

#### 1. Uji Validitas

Tujuan utama dari uji validitas yaitu untuk mengetahui atau mengukur kevalidan kuisisioner (Ghozali, 2016). Suatu instrument dikatakan valid apabila pertanyaan yang ada pada kuisisioner bisa mengungkapkan maksud dari indikator variabel tersebut. Uji validitas dilakukan menggunakan *software* SPSS. Untuk mengetahui valid tidak nya suatu data bisa dilihat melalui hasil ujinya. Ketika output menunjukkan nilai r tabel lebih besar

dari pada  $r$  hitung maka bisa dinyatakan valid. Dan sebaliknya, apabila  $r$  tabel kurang dari  $r$  hitung maka bisa dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kestabilan jawaban responden terkait kuisioner yang diberikan (Ghozali, 2016). Uji reliabilitas bisa mengukur kuisioner yang pernah menjadi indikator suatu variabel. Untuk mengetahui reliabelnya suatu instrument, bisa dilihat hasil dari nilai *Cronbach's Alpha* yang ada dari *software* SPSS. Suatu data dikatakan reliable ketika nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,6.

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji instrument data, bisa dilanjutkan dengan uji asumsi klasik dengan tujuan mengetahui asumsi utama dari penelitian yang ada. Berikut beberapa bagian dari uji asumsi klasik :

#### 1. Uji Normalitas

Dalam menggunakan uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi normal tidaknya dari variabel bebas dan terikat (Ghozali, 2016). Distribusi normal dari variabel yang dimaksud adalah hasil statistic yang beraturan atau tidak menurun. Untuk mengetahui distribusi normal dari variabel bisa dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* pada SPSS. Suatu data dikatakan normal ketika hasil menunjukkan nilai signifikansi yang ada diatas 0,05. Namun data yang nilai signifikansinya dibawah 0,05 dalam kondisi tidak normal.

#### 2. Uji Multikolonieritas

Kemudian ada uji multikonolieritas yang dilakukan untuk mengetahui korelasi yang ada dari regresi antar variabel (Ghozali, 2016). Uji multikolonieritas dilakukan menggunakan progam SPSS dan dilihat dari hasil output *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Toleransi mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih yang tidak dapat dijelaskan melalui variabel imparsial yang berbeda. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ) dan

menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan mengetahui keragaman pada residual antar pengamat. Apabila varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas, namun apabila sama maka disebut homoskedastisitas. Data yang baik tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Untuk mengetahuinya bisa dilakukan dengan uji *scatterplot* melalui aplikasi SPSS. Jika tidak ada sampel positif dan tidak terbuka di atas dan di bawah nol pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. model yang presisi adalah yang tidak lagi terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

### 3.5.3 Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier. Analisis jalur digunakan untuk memperkirakan kualitas dari beberapa variabel dengan model kasual yang sudah ditentukan berdasarkan teori-teori yang telah ada. Tujuan dari analisis jalur ini adalah untuk mengetahui dampak adanya variabel mediasi. Cara melakukan analisis jalur yaitu menggunakan *software* SPSS, dengan melakukan analisis regresi linier sederhana antara variabel bebas dengan variabel mediasi. Kemudian baru melakukan analisis regresi linier sederhana antara variabel bebas dengan variabel terikat (Ghozali, 2016).

### 3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji dari kebenaran hipotesa yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dalam melakukan uji hipotesis bisa menggunakan *software* SPSS dengan tahapan yaitu Uji T (Parisal). Uji T dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Untuk mengetahui hasil uji T bisa

dilihat hasil signifikansi dengan taraf 0,05. Satu variabel bisa dikatakan berpengaruh ketika nilai signifikansi dibawah 0,05, sehingga hipotesa bisa diterima. Namun apabila nilai signifikansi diatas 0,05 maka hipotesa ditolak atau variabel tersebut dikatakan tidak berpengaruh.

### **3.5.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Untuk mengetahui seberapa besar kapasitas pengaruh dari suatu variabel bisa menggunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) (Ghozali, 2016). Uji koefisien determinasi dilakukan menggunakan *software* SPSS. Dimana nilai  $R^2$  yang kecil menunjukkan keterbatasan variabel dalam menjelaskan varian tersebut. Namun nilai  $R^2$  yang besar menunjukkan variabel yang bisa menjelaskan hampir seluruh informasi yang dijelaskan dalam prediksi tersebut.