

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini merujuk terhadap hal yang menjadi fokus utama dalam penelitian dengan tujuan untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang dirumuskan. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi yang telah melakukan transaksi melalui platform *e-commerce* Shopee. Penelitian dilaksanakan dengan metode pengumpulan data dilapangan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan sebagai responden.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2014) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivism* serta digunakan untuk meneliti terhadap populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menggabungkan antara variabel satu dengan variabel lain (Sugiyono, 2014) dalam Lengkawati dan Saputra (2021).

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Sesuai dengan judul “Analisis Pengaruh *Live Streaming*, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian di Shopee”, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel *Independent* (Variabel Bebas)

Menurut (Sugiyono, 2013), variabel *independent* adalah variabel yang menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan variabel *dependent*, disebut juga variabel yang memengaruhi. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah *live streaming*, *influencer marketing*, dan *online customer review*.

2. Variabel *Dependent* (Variabel Terikat)

Menurut (Sugiyono, 2013), variabel *dependen* adalah variabel yang dipengaruhi atau dikenal juga sebagai variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel *independent*. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian.

Berikut adalah penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini, disajikan dalam tabel 3.1

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah tahap dalam proses keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar melakukan tahap pembelian (Kotler dan Keller, 2016)	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran	Ordinal
<i>Live Streaming</i> (X1)	Media promosi dan komunikasi dengan konsumen, berupa tayangan siaran langsung dan berlangsung secara <i>real-time</i> .	1. <i>Streamer attractiveness</i> 2. <i>Para-social interaction</i> 3. <i>Information quality</i>	Ordinal
<i>Influencer Marketing</i> (X2)	Strategi promosi dengan mengandalkan individu yang memiliki pengikut banyak serta popularitas dengan membuat konten atau rekomendasi.	1. <i>Visibility</i> (Popularitas) 2. <i>Credibility</i> (Kredibilitas) 3. <i>Attraction</i> (Daya Tarik) 4. <i>Power</i> (Kekuatan)	Ordinal
<i>Online Customer Review</i> (X3)	Ulasan yang diberikan oleh konsumen yang telah menggunakan produk atau layanan, ulasan berupa komentar, <i>rating</i> , atau menyertakan foto dan video untuk memperkuat ulasan.	1. <i>Perceived Usefulness</i> 2. <i>Source Credibility</i> 3. <i>Argument Quality</i> 4. <i>Valance</i> 5. <i>Volume of Review</i>	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan studi pustaka (data sekunder) yaitu dengan cara mempelajari, memahami, menelaah, mengidentifikasi, dan mencermati berbagai sumber literatur yang relevan dengan penelitian meliputi jurnal-jurnal, buku, atau karya tulis ilmiah lain yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari lapangan tanpa melalui perantara. Pengumpulan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.2.2.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner tanpa melalui perantara. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Item pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert lima poin, sehingga data yang didapat bersifat kuantitatif dan dapat dianalisa secara statistik.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi angkatan Tahun 2022, 2023, dan 2024 yang berjumlah 918 mahasiswa.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2012) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi dengan benar-benar mencerminkan atau mewakili populasi.

Berdasarkan data yang telah dijelaskan tersebut, untuk mengetahui jumlah sampel yang diambil penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Nilai kritis ketidaktekelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir atau diujikan, untuk penelitian ini digunakan 10%

Berikut dilakukan perhitungan sampel mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Pembangunan menggunakan rumus Slovin.

$$\begin{aligned} n &= \frac{918}{1 + 918(0,1)^2} \\ n &= \frac{918}{1 + (918 \times 0,01)} \\ n &= \frac{918}{1 + 9,18} \\ n &= \frac{918}{10,18} = 90,17 = 90 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode Slovin tersebut, maka diperoleh jumlah minimum sebanyak 90 responden. Guna meningkatkan keandalan data serta memperkuat hasil analisis statistik, maka jumlah responden ditingkatkan

menjadi 100 responden yang merupakan mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi yang akan dipilih secara acak.

Tabel 3.2

Data Jumlah Populasi dan Sampel

No	Jurusan-Angkatan	N	Jumlah Perhitungan	Jumlah
1.	Ekonomi Pembangunan 2022	282	$282 \times 100 : 918$	31
2.	Ekonomi Pembangunan 2023	312	$312 \times 100 : 918$	34
3.	Ekonomi Pembangunan 2024	324	$324 \times 100 : 918$	35
Jumlah				100

3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisis, dokumen sebagai materi analisis untuk memperoleh data jumlah mahasiswa yang menjadi populasi dalam penelitian ini.

Metode yang digunakan dalam memperoleh data primer yaitu metode kuesioner dengan memberikan serangkaian pertanyaan secara tertulis kepada responden yaitu mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi. Kuesioner disusun dengan jawaban tertutup dan terbuka. Pada pengisian jawaban tertutup, responden hanya dapat menjawab dengan satu jawaban yang paling sesuai dengan pandangan responden terhadap permasalahan yang diteliti seperti tabel yang disusun sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hubungan Jawaban Pertanyaan dengan Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Nilai
a. Sangat setuju (ss)	5
b. Setuju (s)	4
c. Kurang setuju (ks)	3
d. Tidak setuju (ts)	2
e. Sangat tidak setuju (sts)	1

3.3 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Uji regresi linier digunakan untuk menganalisis pengaruh atau hubungan antara variabel *live streaming*, *influencer marketing*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian di Shopee secara parsial maupun bersama-sama pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

Berikut model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi untuk variabel X₁ (*Live Streaming*)

b₂ = Koefisien regresi untuk variabel X₂ (*Influencer Marketing*)

b_3 = Koefisien regresi untuk variabel X_3 (*Online Customer Review*)

X_1 = *Live streaming*

X_2 = *Influencer marketing*

X_3 = *Online customer review*

e = *error term*

3.4 Uji Instrumen Penelitian

3.4.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2008) instrumen yang dikatakan valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk memperoleh data dan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid menjadi alat ukur untuk menilai validitas dari setiap butir pertanyaan. Sebuah data dapat dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung data tersebut melebihi nilai korelasi tabelnya, yaitu jika $r_{hitung} > r_{kritis}$ (0,30), maka butir pertanyaan atau variabel tersebut dapat dikatakan valid.

Prosedur uji validitas dilakukan yaitu dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ($df = n-5$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Kriteria pengujian:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

3.4.2 Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu

memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*). Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Kadang-kadang reliabilitas disebut juga sebagai keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kestabilan, dan sebagainya. Namun ide pokoknya dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurement error*).

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Jika Cronbach's Alpha > 0,60 maka pernyataan reliabel
- Jika Cronbach's Alpha < 0,60 maka pernyataan tidak reliabel

3.4.3 Analisis Deskriptif

Untuk mengidentifikasi hubungan serta tingkat pengaruh antar variabel dalam penelitian ini, maka diperlukan penghitungan jawaban setiap responden dan nilai rata-ratanya untuk kemudian dituangkan dalam bentuk tabel. Sebelum penyajian dalam bentuk tabel, maka ditentukan kategori skala penilaian yang dibutuhkan untuk membuat garis kontinum. Setelah nilai rata-rata diketahui, selanjutnya melakukan penghitungan Nilai Jenjang Interval (NJI) dengan tujuan untuk menentukan klasifikasi penilaian masing-masing variabel yang diamati.

Adapun penghitungan NJI menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

3.4.4 MSI (*Method Successive Interval*)

Setelah melakukan analisis terhadap instrumen penelitian dan diperoleh hasil yang menyatakan instrumen tersebut valid dan reliabel, maka selanjutnya nilai jawaban responden diubah menjadi skala interval.

Menurut Al-Rasyid dalam penelitian (Fatoni, 2024) menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja. Maka variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval menggunakan metode *successive interval*.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif memungkinkan konsep yang diteliti dapat dimengerti, dihayati dengan mendalam, serta empiris. Berdasarkan pendekatan tersebut, maka metode yang digunakan dalam analisis data numerik penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Metode ini mengolah data angka yang telah diperoleh dari responden dan dikonversi menjadi bentuk kalimat, kata-kata, atau skema konsep. Hasil dari analisis tersebut akan menghasilkan gambaran realistis terhadap kajian dalam penelitian.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis linier berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Apabila ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)* dilakukan pengujian berikut:

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Terdapat dua cara untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak, yaitu melalui analisis grafik dan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika nilai Probabilitas Jarque Bera (JB) $< 0,05$ maka residualnya berdistribusi tidak normal.
2. Jika nilai Probabilitas Jarque Bera (JB) $> 0,05$ maka residualnya berdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi atau hubungan antar variabel independen. Multikolinieritas menandakan bahwa terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau keseluruhan variabel independen. Hal tersebut dapat mengakibatkan koefisiensi regresi tidak terhingga, maka akan menyebabkan bias dalam spesifikasi. Berikut dasar pengambilan keputusan:

1. Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 , maka terdapat persoalan multikolinearitas diantaranya variabel bebas.
2. Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 , maka tidak terdapat persoalan multikolinearitas diantara variabel bebas.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah apabila dalam regresi terdapat homoskedastisitas, yaitu apabila varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Sebaliknya apabila berbeda disebut heteroskedastisitas.

Untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antar variabel salah satu pengujiannya menggunakan metode uji *ARCH* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika *Prob.Chi-Square* < 0,05 signifikansi tertentu artinya terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Jika *Prob.Chi-Square* > 0,05 signifikansi tertentu artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

3.5.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji kebenaran atau pernyataan dengan prosedur statistik serta menarik kesimpulan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan pernyataan asumsi yang telah dibuat. Uji hipotesis dilakukan melalui uji simultan (uji f-hitung), uji parsial (uji t), dan koefisiensi determinasi.

1. Uji t

Uji t digunakan untuk signifikansi variabel independen *live streaming*, *influencer marketing*, dan *online customer review* secara individu terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan uji t yaitu:

a. Hipotesis

1. $H_0 : \beta_i$ dimana $i = 1$ sampai dengan 3, diartikan variabel bebas *live streaming*, *influencer marketing*, dan *online customer review* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.
2. $H_1 : \beta_i > 0$ dimana $i = 1$ sampai dengan 3, diartikan variabel independen *live streaming*, *influencer marketing*, dan *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

Maka keputusan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan derajat keyakinan 95% (*probability* $< 0,05$), maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan variabel *Live Streaming*, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan derajat keyakinan 95% (*probability* $> 0,05$), maka H_0 tidak ditolak, artinya tidak terdapat

pengaruh signifikansi antara variabel *live streaming*, *influencer marketing*, dan *online customer review* terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

2. Uji F-Statistik

Uji statistik F memiliki tujuan untuk menguji apakah semua variabel independen (variabel bebas) yang terdapat pada model memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (variabel terikat). Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan besarnya nilai probabilitas signifikansinya. Jika terdapat nilai probabilitas signifikansinya dibawah dari lima persen, maka disimpulkan bahwa variabel independen akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis dalam uji F adalah jika:

a. $H_0 : \beta = 0$

Secara bersama-sama variabel bebas *live streaming*, *influencer marketing*, dan *online customer review* tidak berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan pembelian pada Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

b. $H_0 : \beta > 0$

Secara bersama-sama variabel bebas *live streaming*, *influencer marketing*, dan *online customer review* berpengaruh terhadap

variabel dependen keputusan pembelian pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Siliwangi.

Dengan demikian keputusan yang dapat diambil adalah:

- a. H_0 tidak ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} < F_{\text{tabel}}$, artinya seluruh variabel bebas *Live Streaming*, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Review* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.
- b. H_0 ditolak jika nilai $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$, artinya seluruh variabel bebas yaitu *Live Streaming*, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Review* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi.

3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menilai seberapa besar variasi dari variabel *dependent* (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel *independent* (variabel bebas). Koefisien determinasi diterangkan dalam bentuk persentase. Nilai R^2 berada pada rentang $0 \leq R^2 \leq 1$. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur proporsi (bagian) total variasi dalam variabel tergantung yang dijelaskan dalam regresi atau untuk melihat seberapa baik variabel bebas mampu menerangkan variabel terikat (Sundari dan Lindayani, 2023). Kriteria R^2 sebagai berikut:

1. Apabila $R^2 = 0$, artinya variasi dari variabel terikat tidak dapat diterangkan oleh variabel bebas.

2. Apabila $R^2 = 1$, artinya variasi dari variabel terikat dapat diterangkan 100% oleh variabel bebas. Dengan demikian model regresi akan ditentukan oleh R^2 yang nilainya antara nol dan satu.