

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada analisis data-data berupa angka yang diolah menggunakan metode matematis atau statistik yang terstruktur dan tersistem (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada analisis data-data berupa angka yang diolah menggunakan metode matematis atau statistik yang terstruktur dan tersistem. Pada hakikatnya, penelitian kuantitatif menggunakan angka yang diperoleh dari kegiatan pengumpulan data, analisis hingga interpretasi hasil data dari suatu hipotesis yang kemudian dapat ditarik kesimpulan penelitian. Pemilihan metode penelitian kuantitatif dimaksudkan untuk membuktikan suatu fenomena secara empiris dari analisis statistik.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif asosiatif kausal. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa asosiatif kausal merupakan merumuskan masalah penelitian dengan memeriksa hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan antara sebab dan akibat disebut kausalitas. Selain itu, terdapat variabel independen (x) sebagai variabel yang mempengaruhi terhadap variabel dependen (z) yang merupakan variabel yang dipengaruhi, serta variabel intervening (y) yang menjadi variabel yang memediasi antar variabel independent dan dependen.

3.3 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sekaran (2006) mengatakan bahwa seluruh kelompok kejadian, minat dan orang yang ingin diteliti oleh peneliti disebut populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *live streaming commerce* Tiktok di daerah Tasikmalaya. Mahasiswa memiliki rasa konsumtif yang tinggi karena senang disukai orang lain, selalu mengikuti mode, menjalani gaya hidup mengikuti

perkembangan zaman dan memiliki rasa gengsi yang besar (Yahmini, 2019) Populasi ini di pilih karena mahasiswa memiliki keragaman yang sangat dinamis, cepat tanggap serta peka terhadap perubahan sehingga sesuai dengan arah penelitian. Mahasiswa adalah orang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi, usia mahasiswa berkisar antara 18-25 tahun (Noerhidajati & Maesaroh, 2019). Populasi dalam penelitian diambil dari Mahasiswa yang merupakan pengguna *live streaming commerce* Tiktok di Tasikmalaya dengan rentang usia 18 tahun hingga 25 tahun.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah Karakteristik atau bagian dari apa yang dimiliki populasi. Untuk menentukan ukuran sampel untuk penelitian ini, karakteristik populasi harus dipertimbangkan, baik dengan estimasi atau dengan ukuran sampel yang dapat dihitung secara statistik.

Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis metode probability sampling yang digunakan adalah simple random sampling (sampel acak sederhana). Alasan simple random sampling karena memberikan kesempatan yang sama dan tak terbatas pada setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai sampel. (Sugiyono, 2013)

Menurut Hair dkk. (2010) besarnya sampel bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapatkan model yang cocok, dan disarankan ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan Structural Equation Model (SEM). Untuk itu jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum. Penentuan jumlah sampel minimum untuk SEM menurut Hair dkk. (2010) adalah:

(Jumlah indikator + jumlah variabel laten) x (5 sampai 10 kali)

Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini adalah:

Sampel maksimal = (12+3) x 10 = 150 responden

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel maksimal dalam penelitian ini adalah 150 responden mahasiswa yang merupakan pengguna *live streaming commerce* Tiktok di Tasikmalaya.

3.4 Data dan Metode pengumpulan

3.3.1 Jenis Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data primer, yaitu sumber data yang perolehannya bersifat langsung yaitu melalui kuesioner yang dilakukan peneliti yang kemudian data tersebut berbentuk tanggapan dari responden diperoleh langsung dari responden. Data terdiri dari pendapat individu atau kolektif dan pengamatan individu tentang sesuatu, kegiatan atau peristiwa.
2. Data sekunder, yaitu Informasi dikumpulkan dari berbagai sumber literatur termasuk buku, jurnal, majalah, media sosial, situs web dan sumber informasi bermanfaat lainnya yang bersifat searah dengan penelitian ini.

3.3.2 Metode Pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2019: 141) dari segi metode atau pengumpulan data, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner (angket). Oleh karena itu, metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah Kuesioner. Menurut Sekaran dan bougie (2017) kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang telah dibuat dan responden harus menjawab salah satu dari beberapa opsi yang dirumuskan dengan jelas. Untuk penelitian ini, skala Likert digunakan untuk pengumpulan data.

Mengukur sikap individu atau kelompok individu terhadap fenomena sosial yang diakui secara resmi oleh peneliti dalam skala Likert. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode survey dalam mengumpulkan data gform sebagai alat penyebaran secara online. Hal ini dilakukan sebagai Upaya efisiensi terhadap pengambilan data dengan alasan lain yaitu penelitian ini mencakup online marketing sehingga akan lebih baik pengumpulan datanya juga dilakukan secara online dengan media internet.

Tabel 3. 1 Jawaban kuesioner skala likert

No.	Pernyataan	Simbol	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu-ragu	RR	3
4.	Tidak Setuju	TS	2

5. Sangat Tidak Setuju STS 1

3.5 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang memprediksi variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel Independen yang terdiri dari *customer engagement*.
- 2) Variabel Mediasi yang terdiri dari *customer trust*.
- 3) Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah *impulse buying*.

Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. 2 Indikator variabel *customer engagement*

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No pengukuran Item
<i>Customer Engagement</i>	Kegembiraan (<i>Enthusiasm</i>)	Tingkat kegembiraan dan ketertarikan konsumen terhadap <i>live streaming commerce</i>	Ordinal	1
	Atensi (<i>Attention</i>)	Tingkat fokus yang dimiliki konsumen ketika menonton <i>live streaming commerce</i>	Ordinal	2
	Absorsi (<i>absorbtion</i>)	Tingkat kenyamanan konsumen untuk mengetahui lebih jauh suatu produk ketika menonton <i>live streaming commerce</i> .	Ordinal	3

Interaksi (Interaction)	Tingkat Interaksi antar pelanggan melalui komentar dan like pada <i>live streaming commerce</i>	Ordinal	4
Pemahaman (Identification)	Tingkat pemahaman konsumen terhadap spesifikasi produk yang dijelaskan ketika berlangsungnya <i>live streaming commerce</i>	Ordinal	5

Tabel 3. 3 Indikator Variabel *customer trust*

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No pengukuran Item
<i>Customer Trust</i>	Keyakinan (Benevolence)	Keyakinan konsumen terhadap produk yang dijual dalam <i>live streaming commerce</i>	Ordinal	6
	Kemampuan (Ability)	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap kemampuan suatu produk ketika <i>live streaming commerce</i> sesuai dengan harapan	Ordinal	7
	Kejujuran (Integrity)	Keyakinan konsumen terhadap tingkat kejujuran penjual suatu produk pada <i>live streaming commerce</i>	Ordinal	8

Kesediaan untuk bergantung (<i>Willingness to depend</i>)	Seberapa besarkesediaan konsum en untuk menerima potensi risiko atau efek samping dari produk yang dibeli melalui <i>live commerce</i>	Ordinal	9
--------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	---

Tabel 3. 4 Indikator variabel *impulse buying*

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No pengukuran Item
<i>Impulse Buying</i>	Spontanitas	Konsumen secara tidak bisa mengendalikan diri untuk membeli produk ketika menonton <i>live streaming commerce</i>	Ordinal	10
	Tanpa Berpikir Akibat	Konsumen cenderung tidak mempertimbangkan akibat dari pembelian sebuah produk saat menonton <i>live streaming commerce</i>	Ordinal	11
	Terburu- buru/Tergesa- gesa	Konsumen secara tergesa-gesa ingin membeli produk yang	Ordinal	12

ditawarkan saat *live*
streaming berlangsung

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pengukur yang menunjukkan tingkat kevalidan instrumen. Jika perangkat dapat mengukur hasil yang diinginkan, maka instrumen dianggap dibenarkan atau valid. Uji korelasi Pearson adalah salah satu teknik pengujian validitas (Ghozali, 2013). Sugiyono (2019:176) menjelaskan bahwa Validitas merupakan ukuran yang dapat digunakan untuk membandingkan informasi yang terjadi secara alami dari objek penelitian dengan informasi yang diperoleh peneliti.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kekuatan dari instrumen penelitian. instrumen yang dapat dikatakan realibel adalah data yang ketika dilakukan pengujian yang berulang kali memberikan hasil yang sama kepada kelompok yang sama. Responden diasumsikan tidak mengalami perubahan psikologis (Ghozali, 2013). Metode yang digunakan dalam realibilitas ini adalah teknik alpha. Nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$, maka instrumen tersebut dapat dinyatakan reliabel (Ghozali, 2013).

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS). PLS adalah model persamaan struktural yang menggunakan pemodelan persamaan struktural berbasis varians atau komponen. Menurut Ghozali & Latan (2015) tujuan PLS-SEM adalah untuk menghasilkan hipotesis (orientasi prediktif) atau mengembangkan teori. PLS digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel laten (prediktor) atau tidak. Karena PLS tidak memerlukan data terkini pada skala tertentu atau ukuran sampel yang kecil, PLS merupakan teknik analisis yang kuat (Ghozali & Latan, 2015).

Karena ukuran sampel yang kecil dan model yang canggih dalam penelitian ini, perangkat lunak SmartPLS digunakan untuk menganalisis data. SmartPLS

menggunakan teknik penggandaan acak atau bootstrapping. Oleh karena itu, tidak akan ada kesulitan dengan asumsi normalitas. Selain itu, karena bootstrap tidak memerlukan jumlah sampel minimum, SmartPLS dapat digunakan dalam studi dengan sampel kecil.

Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (measurement model) atau outer model dan model struktural (structural model) atau inner model.

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk mendefinisikan atau mengkarakterisasi objek penelitian dengan menggunakan data sampel atau populasi dalam bentuk mentah tanpa analisis dan generalisasi (Sugiyono, 2016).

3.6.2 Uji Model Pengukuran atau Outer Model

Model pengukuran atau outer model memperlihatkan hubungan antara setiap blok indikator dan variabel laten yang sesuai. Memeriksa validitas konvergen dan diskriminan, teknik MTMM (MultiTrait-MultiMethod) digunakan untuk mengestimasi model pengukuran menggunakan analisis faktor konfirmatori. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's alpha dan composite reliability (Ghozali & Latan, 2015).

a. *Convergent Validity*

Korelasi antara skor item/indikator dengan skor konstruk menunjukkan validitas konvergen model pengukuran dengan indikator reflektif. Reflektivitas seseorang dianggap tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diuji. Namun pada penelitian tahap pengembangan penuh, beban 0,50 sampai 0,60 masih sesuai (Ghozali & Latan, 2015).

b. *Discriminant Validity*

Cross-loading antara indikator dan konsepnya menunjukkan validitas diskriminan dari indikator tersebut. Sebuah konstruk laten kemungkinan dapat memprediksi indikator pada bloknya lebih akurat dibandingkan dengan indikator pada blok lainnya jika korelasi antara konstruk dengan indikator tersebut lebih besar daripada korelasi antara indikator dengan konstruk lainnya. Membandingkan akar

kuadrat dari rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya menggunakan model adalah cara lain untuk menilai validitas diskriminan. Jika akar AVE dari setiap konstruk lebih tinggi daripada korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya, model tersebut dianggap memiliki validitas diskriminan yang cukup menonjol (Fornell & Larcker, 1981 dalam Ghozali, 2015).

Dalam Ghozali & Latan (2015) menjelaskan uji lainnya untuk menilai validitas dari konstruk dengan melihat nilai AVE. Model dikatakan baik apabila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,50.

c. Reliability

Pengukuran model digunakan tidak hanya untuk memeriksa validitas, tetapi juga untuk menyelidiki reliabilitas konstruk. Pengujian reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan presisi instrumen saat mengukur struktur. Dalam PLS-SEM, validitas konstruk dapat dinilai dengan dua cara menggunakan indikator refleksi menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0: Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Jika gabungan nilai reliabilitas dan Cronbach alpha keduanya lebih besar dari 0,70, konstruk dianggap reliabel (Ghozali & Latan, 2015).

3.6.3 Uji Model Struktural atau Inner Model

Model struktural atau inner model menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada substantive theory.

a. R-Square

Untuk menentukan kekuatan prediksi model struktural, pertama-tama tentukan R-kuadrat dari setiap variabel laten endogen. Nilai R-squared digunakan untuk pengujian model struktural, yang merupakan model-fit test. Pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap apakah variabel laten endogen memiliki pengaruh yang signifikan dapat dijelaskan dengan perubahan nilai R-squared. Model dengan nilai R-squared 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing dapat diklasifikasikan sebagai kuat, sedang, dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

b. Evaluasi Goodness of Fit

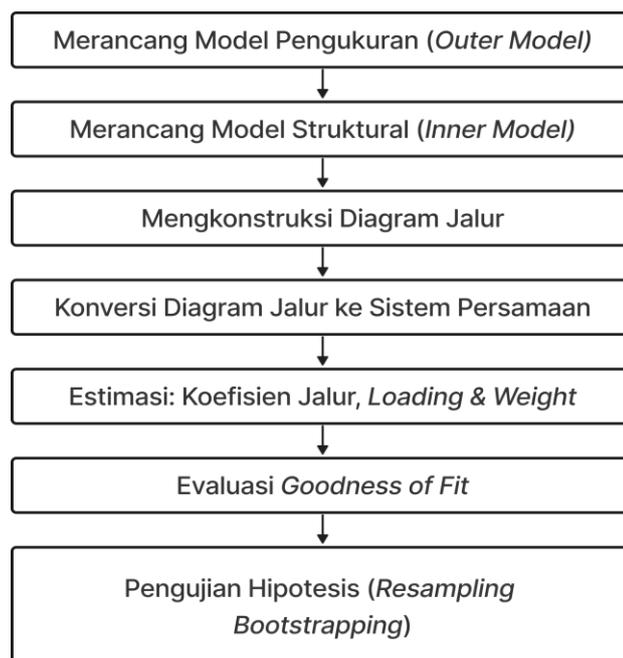
Evaluasi goodness of Fit, evaluasi ini bergantung pada validitas konvergen dan diskriminan, reliabilitas komposit, serta ukuran R-Square dan Q-Square. Uji R-

square digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana sebuah model dapat menjelaskan variasi variabel dependen, dengan nilai R-square berkisar antara 0 sampai 1. Nilai yang semakin mendekati 1 mengindikasikan bahwa variabel independen (X) dapat memberikan informasi yang mendukung variabel dependen. Di sisi lain, uji Q-Square adalah teknik yang digunakan untuk menentukan dan mengukur seberapa baik skor atau nilai observasi dari hasil model dan estimasi parameter dapat diprediksi.

c. Pengujian Hipotesis (Resampling Bootstrapping)

Uji-t atau yang dikenal juga dengan t-statistik merupakan metode statistik yang dapat digunakan untuk menentukan dan menilai nilai signifikansi antara variabel independen, perantara, dan dependen secara parsial. Uji hipotesis penelitian ini utamanya berasal dari hasil outer loadings. Sebuah konstruk dianggap valid ketika nilai t-statistik yang dihasilkan lebih besar dari 1,97 atau signifikan pada 0,05.

Untuk mencapai hasil yang diinginkan ketika menggunakan perangkat lunak SmartPLS, Noor (2015) menyarankan untuk melakukan langkah-langkah selanjutnya:



Gambar 3. 1 Langkah-langkah PLS
Sumber : (Noor, 2015)