

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif, berupa penggunaan statistik objektif juga perhitungan pasti atas sampel penelitian yang diambil dalam keterlibatan proses pengumpulan datanya. Pendekatan ini memiliki tujuan menyelidiki pada populasi atau sampel tertentu, informasi yang didapat menggunakan instrumen juga dilakukan analisis statistik, juga pengujian hipotesis yang sudah ditetapkan yang mana ini sesuai dasar filosofi positivisme (Sugiyono, 2013). Perolehan data diperoleh untuk mengetahui hubungan dari setiap variabel sehingga dapat dilihat karakteristiknya.

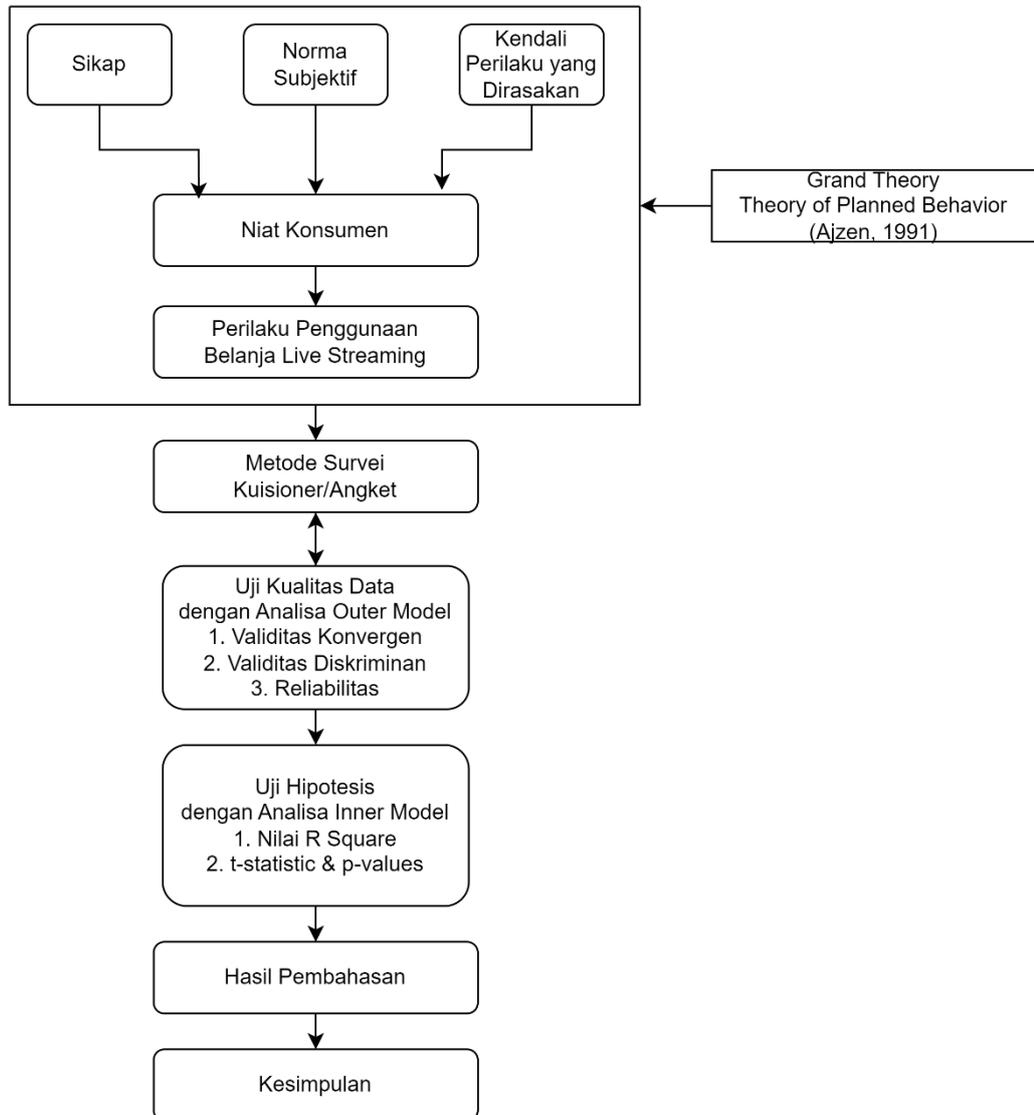
Perolehan data ini dideskripsikan sedemikian rupa ke dalam bentuk uraian, tujuannya sebagai penjelasan korelasi antar faktor yang dijadikan variabel, dari ketiga variabel yang ada pada model *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menganalisis niat konsumen terhadap perilaku belanja *live streaming* yaitu: sikap (*Attitude*), norma subjektif (*Subjective Norm*), dan kendali perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioral Control*). Melalui variabel tersebut agar dapat menjelaskan niat konsumen (*Consumer Intention*) dan perilaku penggunaan (*Use Behavior*) sesuai dengan pemikiran model dari *Theory of Planned Behavior* (TPB). Melalui variabel tersebut dapat dikatakan penelitian ini merupakan penelitian korelasi, berupa dalam penentuan hubungan dari variabel diperlukan tindakan pengumpulan data.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian terkait rancangan yang akan terlaksana yang memuat seluruh atau sebagian rancangan. Desain penelitian sebagai perincian prosedur atau kerangka kerja, sebagai harapan pemberian arahan ketika melakukan suatu penelitian (Fachrudin, 2009). Pada penelitian ini dengan metode survei, metode ini sebagai pengumpulan informasi terkait sifat, pendapat, juga tindakan

sekelompok responden dalam populasi yang diambil sampelnya (Ambiyar, 2019, hlm.22).

Penggunaan metode kuantitatif berupa dasar informasi statistik. Melalui pendekatan ini dihasilkan kesimpulan dari masalah penelitian perlu pengukuran



Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran

terhadap variabel-variabel atas objek. Dalam penelitian ini, penggambaran kondisi oleh peneliti digambarkan melalui bagan kerangka pemikiran berikut.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Suatu penelitian terdapat suatu objek pengamatan yaitu populasi. Pendapat ahli menyatakan populasi dapat diartikan sebagai sebaran objek atau subjek yang homogen yang mempunyai jumlah dan ciri tertentu, yang kemudian digunakan untuk merumuskan kesimpulan (Sugiyono, 2013). Sesuai konteks penelitian ini, populasi mengacu pada pengguna belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee.

3.3.2 Sampel

Sampel penelitian ini, memakai teknik pengambilan probabilitas *sampling*. Dasar pemilihan teknik ini dimana dari setiap objek pada populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel, yang merupakan teknik dari *random sampling*. Pada pernyataan Kurniawan (2017, hlm.68) *random sampling* berupa pengambilan sampel acak, tanpa pertimbangan strata pada populasi. Dikatakan jika anggota populasi memiliki karakteristik sama maka metode ini dapat digunakan. Untuk mengetahui jumlah responden dapat dilakukan pengukuran terkait populasi yang diteliti, dapat menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase toleransi ketidakteelitian karena kesalahan dalam mengambil sampel.

Perhitungan penentuan jumlah sampel dengan tingkat kepercayaan 95% dan batas toleransi kesalahan sebesar 5% atau 0,05 dengan hasil berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} = \frac{166.000.000}{1 + 166.000.000(0,05)^2} = 399,9$$

Melihat pertimbangan jumlah populasi pengguna aplikasi Shopee, waktu dan juga biaya, maka diambil sebanyak minimal 400 orang sampel pengguna

live streaming aplikasi Shopee yang sudah cukup sebagai perwakilan populasi yang ada.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berperan sebagai alat yang dipakai pada proses pengumpulan data. Pada konteks penelitian ini, instrumen yang dipilih adalah kuesioner yang digunakan untuk mengukur niat konsumen melalui pernyataan dan pertanyaan. Kuesioner ini disusun secara sistematis dan terstruktur, menggunakan pertanyaan tertutup dengan jawaban yang telah ditentukan, sehingga responden tidak menjawab diluar konteks penelitian.

Melalui pengembangan instrumen penelitian ini digunakan kuesioner yang dirancang untuk menganalisis niat perilaku belanja pengguna fitur *live streaming* pada aplikasi Shopee dengan menggunakan pendekatan model *Theory of Planned Behavior* (TPB). Pendekatan ini melibatkan penyusunan serangkaian pernyataan yang diberikan untuk responden. Instrumen penelitian ini terstruktur dalam variabel yang mengacu pada model TPB yang sudah sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut instrumen penelitian dan indikator pernyataan yang dijelaskan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

| No | Konstruk (Variabel) | Definisi Operasional | Indikator | Indikator Pernyataan | Kode Indikator |
|----|---------------------------|---|----------------------|---|----------------|
| 1 | Sikap (<i>Attitude</i>) | Penilaian individu terkait kemauan konsumen menggunakan fitur belanja <i>live streaming</i> pada aplikasi Shopee. | Perasaan | Saya suka berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> . | AT1 |
| | | | Sikap menerima | Berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> terasa menyenangkan bagi saya. | AT2 |
| | | | Sikap terhadap fitur | Saya pikir belanja <i>live streaming</i> sangat berguna, tidak hanya untuk menghemat uang, tetapi juga untuk membuat saya | AT3 |

Esmā Nur Sevina A, 2024

ANALISIS NIAT PERILAKU BELANJA LIVE STREAMING PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN MODEL THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

| No | Konstruk (Variabel) | Definisi Operasional | Indikator | Indikator Pernyataan | Kode Indikator |
|----|---|--|-----------------------------|--|----------------|
| | | | | lebih memahami produk. | |
| 2 | Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>) | Persepsi individu terkait sejauh mana lingkungan eksternal (keluarga, teman, sahabat, rekan kerja) mempengaruhi niat konsumen berbelanja <i>live streaming</i> pada aplikasi Shopee. | Orang yang berpengaruh | Teman atau keluarga saya mendukung saya untuk berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> . | SN1 |
| | | | Kesediaan orang terdekat | Teman atau keluarga saya bersedia melakukan belanja <i>live streaming</i> . | SN2 |
| | | | Pertimbangan orang terdekat | Saya sering mendengar informasi tentang belanja <i>live streaming</i> dari keluarga atau teman-teman saya, seperti adanya aktivitas diskon, dan lainnya. | SN3 |
| 3 | Kendali Perilaku yang Dirasakan (<i>Perceived Behavioral Control</i>) | Persepsi individu terkait dengan mudah atau sulitnya dalam melakukan perilaku tertentu mempengaruhi niat konsumen berbelanja <i>live streaming</i> pada | Mengontrol | Saya memiliki waktu untuk berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> . | PBC1 |
| | | | Kemampuan | Saya memiliki kemampuan finansial untuk berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> . | PBC2 |
| | | | Kesanggupan | Saya dapat berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> kapanpun saya mau. | PBC3 |

Esma Nur Sevina A, 2024

ANALISIS NIAT PERILAKU BELANJA LIVE STREAMING PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN MODEL THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

| No | Konstruk (Variabel) | Definisi Operasional | Indikator | Indikator Pernyataan | Kode Indikator |
|----|---|--|---------------------------|--|----------------|
| | | aplikasi Shopee. | Keyakinan pribadi | Saya berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> sepenuhnya terserah saya. | PBC4 |
| 4 | Niat Konsumen (<i>Consumer Intention</i>) | Kecenderungan niat konsumen untuk berjejaring dengan fitur belanja <i>live streaming</i> pada aplikasi Shopee. | Pertimbangan penggunaan | Saya bersedia membelanjakan uang dan meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> . | CI1 |
| | | | Penggunaan secara teratur | Saya ingin berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> di kemudian hari. | CI2 |
| | | | Penggunaan kembali | Saya memiliki rencana untuk berpartisipasi dalam belanja <i>live streaming</i> di masa depan | CI3 |
| 5 | Perilaku Penggunaan (<i>Use Behavior</i>) | Kecenderungan perilaku untuk menggunakan fitur belanja <i>live streaming</i> pada aplikasi Shopee. | Waktu Penggunaan | Tingkat penggunaan saya pada fitur belanja <i>live streaming</i> dalam periode waktu tertentu meningkat. | UB1 |
| | | | Frekuensi Penggunaan | Tingkat aktivitas saya pada belanja <i>live streaming</i> meningkat. | UB2 |

(diadaptasi dari Zhang & Chen, 2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari kuesioner dengan pengukuran skala likert 1-5, yang juga digunakan untuk mengumpulkan hasil jawaban responden atas pertanyaan pada instrumen. Skala likert ini menggunakan lebih dari satu item pertanyaan untuk menjelaskan suatu konstruk, dimana jawaban dari responden dikumpulkan dan hasilnya dihitung. Instrumen ini disusun berdasarkan teori yang berasal dari variabel yang diperoleh dari data. Perancangan instrumen menggunakan skala likert ini dengan rentang nilai 1-5.

Tabel 3. 2 Skala Likert

| | | |
|---|-----|---------------------|
| 5 | SS | Sangat Setuju |
| 4 | S | Setuju |
| 3 | KS | Kurang Setuju |
| 2 | TS | Tidak Setuju |
| 1 | STS | Sangat Tidak Setuju |

Keterangan jawaban skala 1 menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan indikator, skala 2 menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan indikator, skala 3 menyatakan kurang setuju terhadap pernyataan indikator, skala 4 menyatakan setuju terhadap pernyataan indikator, skala 5 menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan indikator.

3.6 Pengujian Keabsahan Kuesioner

Kuesioner pada penelitian ini diuji terlebih dahulu dengan beberapa sampel dari target responden dengan skala kecil, peneliti mengambil 40 responden yang berdasarkan pengguna fitur belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee. Dari skala kecil yang diuji coba ini sebagai penyempurnaan kuesioner sebelum disebarluaskan. Peneliti menganalisis menggunakan bantuan *tools IBM SPSS*,

sehingga dapat dilakukan teknik untuk pengujiannya melalui uji validitas dan uji reliabilitas sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Diketahui dari uji validitas dari 40 responden dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) digunakan untuk mencari hasil r hitung, r tabel dari 40 responden diperhitungkan dari derajat keabsahan 38 ($df = n-2 = 40-2 = 38$) sehingga r tabel yang digunakan bernilai 0,312. Jika r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka tidak valid, hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Keabsahan Kuesioner

| Variabel | Kode Indikator | Indikator | r hitung | r tabel | Keterangan |
|---|----------------|-----------------------------|----------|---------|------------|
| Sikap (<i>Attitude</i>) | AT1 | Perasaan | 0,933 | 0,312 | Valid |
| | AT2 | Sikap menerima | 0,968 | 0,312 | Valid |
| | AT3 | Sikap terhadap fitur | 0,908 | 0,312 | Valid |
| Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>) | SN1 | Orang yang berpengaruh | 0,935 | 0,312 | Valid |
| | SN2 | Kesediaan orang terdekat | 0,954 | 0,312 | Valid |
| | SN3 | Pertimbangan orang terdekat | 0,871 | 0,312 | Valid |
| Kendali Perilaku yang dirasakan (<i>Perceived Behavioral Control</i>) | PBC1 | Mengontrol | 0,909 | 0,312 | Valid |
| | PBC2 | Kemampuan | 0,939 | 0,312 | Valid |
| | PBC3 | Kesanggupan | 0,925 | 0,312 | Valid |
| | PBC4 | Keyakinan pribadi | 0,950 | 0,312 | Valid |
| Niat Konsumen (<i>Consumer Intention</i>) | CI1 | Pertimbangan penggunaan | 0,847 | 0,312 | Valid |
| | CI2 | Penggunaan secara teratur | 0,957 | 0,312 | Valid |
| | CI3 | Penggunaan kembali | 0,957 | 0,312 | Valid |
| Perilaku Penggunaan (<i>Use Behavior</i>) | UB1 | Waktu Penggunaan | 0,960 | 0,312 | Valid |
| | UB2 | Frekuensi Penggunaan | 0,972 | 0,312 | Valid |

Esma Nur Sevina A, 2024

ANALISIS NIAT PERILAKU BELANJA LIVE STREAMING PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN MODEL THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Dapat disimpulkan bahwa hasil dari tabel menunjukkan bahwa setiap indikator memenuhi persyaratan validitas yang baik, sebagaimana diketahui indikator setiap konstruk yang sudah di analisis pada tabel dapat dikatakan keseluruhannya valid. Ditunjukkan dari nilai r hitung $>$ r tabel sehingga menunjukkan skala penelitian ini sudah baik pada validitas konstruk dan lolos uji validitas.

Pengujian reliabilitas untuk memastikan konsistensi instrumen dengan melihat nilai *cronbach alpha* $>$ 0,70 maka dikatakan reliabel (Ghozali dan Latan, 2015, hlm.75). Diketahui hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Keabsahan Kuesioner

| Variabel | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Standard Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|---|-------------------------|----------------------------------|------------|
| Sikap (<i>Attitude</i>) | 0,928 | 0,70 | Reliabel |
| Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>) | 0,910 | 0,70 | Reliabel |
| Kendali Perilaku yang dirasakan (<i>Perceived Behavioral Control</i>) | 0,947 | 0,70 | Reliabel |
| Niat Konsumen (<i>Consumer Intention</i>) | 0,911 | 0,70 | Reliabel |
| Perilaku Penggunaan (<i>Use Behavior</i>) | 0,921 | 0,70 | Reliabel |

Dapat disimpulkan dari nilai *Cronbach Alpha* dalam pengukuran uji reliabilitas setiap variabel, masing-masing memiliki nilai $>$ 0,70. Hasil keseluruhannya menunjukkan reliabel sesuai dengan pemenuhan dari persyaratan uji reliabilitas untuk sebuah instrumen penelitian. Instrumen dalam kedua pengujian ini sudah dinyatakan lolos dan layak untuk dilakukan penyebaran.

3.7 Teknik Analisis Data

Melalui pengumpulan data didapatkan data primer dari responden maka akan diolah menggunakan bantuan *tools* SmartPLS 4.0 dalam penelitian ini. Penggunaan analisis deskriptif digunakan dalam analisa data yang berkaitan dengan penggambaran karakteristik demografis responden terkait usia, pekerjaan, frekuensi penggunaan fitur belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee.

Penelitian ini menggunakan analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM), yang merupakan teknik untuk analisa pola hubungan variabel laten dan indikatornya, antar variabel laten satu sama lain, juga kesalahan pengukuran langsung (Ghozali, 2014). Dikatakan bahwa SEM memiliki kemungkinan untuk pemodelan eksplanatori juga konfirmatori, juga kecocokannya terhadap pengujian dan pengembangan teori tertentu. SEM memiliki tujuan penentuan ketepatan model atas dasar data juga sebagai pengujian hipotesis yang dibuat sebelumnya.

Adapun jenis model SEM yang digunakan yaitu *Partial Least Square* (PLS) yang berdasarkan komponen juga varian, dapat juga mengatasi banyak variabel respons dan bersamaan dengan eksplanatori (Ghozali, 2014). Pendekatan jenis ini memiliki kelebihan atas kecocokannya pada sampel kecil, juga penggunaannya cukup sering dalam penelitian sistem informasi. Dikatakan PLS memiliki perhitungan yang cukup mudah dengan skema anak panah dalam pemodelan sehingga ditemukan kecepatan serta kemudahan perkiraan secara instan. Tidak perlunya banyak asumsi, data berdistribusi normal multivariant, tidak perlunya jumlah sampel besar, rekomendasinya sebesar 30-100 sampel penggunaan (Ghozali dan Latan, 2015). Pada SEM-PLS memiliki dua sub model diantaranya model struktural (*structural model*) atau juga dikatakan *inner* model atau uji hipotesis, dan model pengukuran (*measurement model*) atau juga dikatakan *outer* model. Pada pengukuran terlihatnya variabel *observed* dalam pengukuran menunjukkan variabel laten. Selain itu, model struktural dikatakan sebagai penunjuk kelebihan estimasi antar variabel laten.

3.7.1 Analisa *Outer Model* (Model Pengukuran)

Pengujian ini sebagai tahap pertama yang dilaksanakan ketika sudah mendapat hasil kuesioner, untuk perincian hubungan setiap variabel laten dengan indikator atau sebaliknya, pemodelan ini terdapat tiga uji diantaranya sebagai berikut:

3.7.1.1 Validitas Konvergen

Validitas konvergen berdasarkan bahwa prinsip pengukuran konstruk perlu berkorelasi tinggi. Dalam hal ini penggunaan aplikasi *SmartPLS* melihat nilai *loading factor* dari semua indikator konstruk juga sebagai penentuan uji validitas indikator reflektif. Nilai pada *loading factor* perlu $> 0,7$ sebagai penelitian konfirmatori, serta $0,6 - 0,7$ sebagai penelitian eksplanatori. Adapun nilai yang harus $> 0,5$ pada *Average Variance Extracted* (AVE) sebagai penilaian validitas konvergennya (Ghozali dan Latan, 2015, hlm.74).

3.7.1.2 Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan memiliki prinsip bahwa seharusnya dalam pengukuran konstruk berbeda tidak memiliki korelasi tinggi. Nilai *cross loading* dapat dipakai dalam pengujian validitas ini dengan penggunaan indikator reflektif yang mana setiap variabel perlu nilai $> 0,70$ (Ghozali dan Latan, 2015, hlm.74).

3.7.1.3 Reliabilitas

Reliabilitas sebagai uji yang memperlihatkan hasil pengukuran dapat dipercaya sebagai pemberian hasil yang relatif konsisten dalam berbagai pengukuran. Terdapat dua metode pengukuran reliabilitas konstruk dengan indikator reflektif yaitu *Composite Reliability* serta *Cronbach's Alpha* mempunyai *rule of thumb* $> 0,70$ ketika penilaian (Ghozali dan Latan, 2015, hlm.74).

3.7.2 Analisa *Inner Model* (Model Struktural)

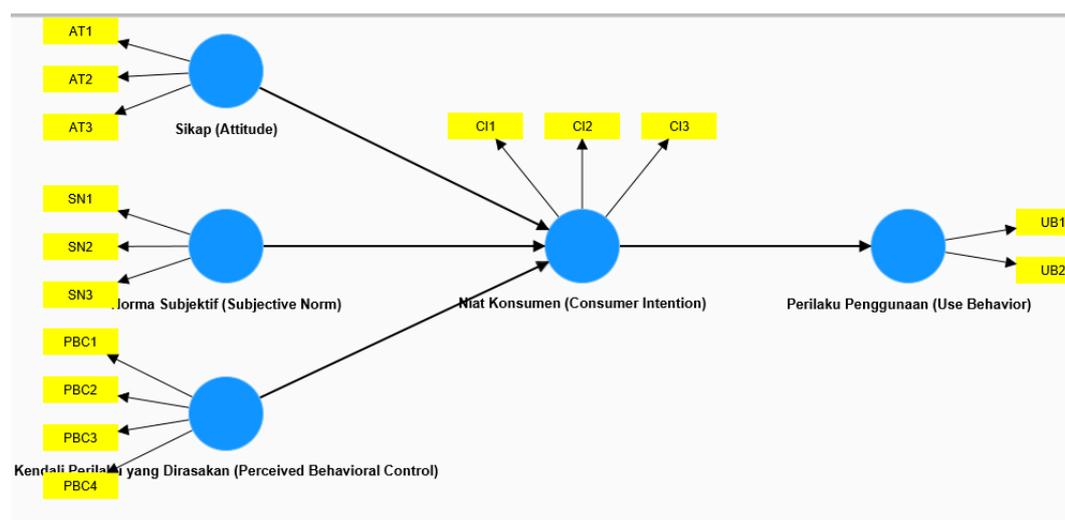
Penggunaan evaluasi model struktural untuk memperlihatkan kekuatan hubungan antar variabel laten. Komponen nilai signifikansi dan *R-Square* merupakan kriteria evaluasi. Model ini menggunakan nilai *t-value* (*two-tailed*) dengan besaran 1,65 (signifikansi=10%), 1,96 (signifikansi=5%), dan 2,58

(signifikansi=1%). Penggunaan *R-Square* sebagai perhitungan variasi perubahan variabel independen terhadap dependen. Nilai sebesar 0,75 memperlihatkan hubungan kuat, 0,50 sedang, dan 0,25 lemah (Ghozali dan Latan, 2015, hlm.82).

3.8 Hipotesis Penelitian

Perlunya hipotesis penelitian sebagai penjelasan antar variabel, dalam analisis SEM-PLS hipotesis dilakukan pengujian dalam koefisien jalur (*path coefficient*) sesuai dengan pemodelan yang dibuat. Dalam mengukur hasil korelasi antar variabel dan perbandingannya dengan hipotesis penelitian dapat dilihat dari tingkat signifikansi juga *path coefficient*. Pengukuran ini sebagai penentuan hipotesis diterima atau ditolak.

Signifikansi yang digunakan pada penelitian ini sebesar 5% (0,05) maka nilai t tabel yang digunakan adalah 1,96. Probabilitas pengambilan keputusan salah sebesar 5%, probabilitas kebenarannya 95%. Syarat penerimaan hipotesis dilihat dari t statistik $\geq 1,96$ maka H_0 ditolak H_a diterima. Jika dilihat dari *p-value* $< 5\%$ (0.05) maka H_0 ditolak, yang artinya bahwa H_a diterima atau dikatakan terdapat pengaruh, sedangkan sebaliknya jika *p-value* $> 5\%$ (0,05) maka H_0 diterima, artinya bahwa H_a ditolak atau dikatakan tidak terdapat pengaruh (Hair et al., 2022). Berikut penggambaran hipotesis pada penelitian ini:



Gambar 3. 2 Hipotesis Penelitian

Esma Nur Sevina A, 2024

ANALISIS NIAT PERILAKU BELANJA LIVE STREAMING PADA APLIKASI SHOPEE DENGAN MODEL THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Melalui gambar hipotesis penelitian diketahui dari setiap variabel memiliki indikator pernyataan. Sikap memiliki tiga indikator pernyataan, norma subjektif memiliki tiga indikator pernyataan, kendali perilaku yang dirasakan memiliki empat indikator pernyataan, niat konsumen memiliki tiga indikator pernyataan, dan perilaku penggunaan memiliki dua indikator pernyataan. Terdapat dugaan sementara atau hipotesis dari penelitian ini, yaitu:

H1: Sikap berpengaruh secara signifikan terhadap niat konsumen dalam berbelanja *live streaming* pada aplikasi Shopee.

H2: Norma Subjektif berpengaruh secara signifikan terhadap niat konsumen dalam berbelanja *live streaming* pada aplikasi Shopee.

H3: Kendali Perilaku yang dirasakan berpengaruh secara signifikan terhadap niat konsumen dalam berbelanja *live streaming* pada aplikasi Shopee.

H4: Niat konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku penggunaan belanja *live streaming* pada aplikasi Shopee.