

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi dan sample tertentu. Berdasarkan dari teori yang telah ada dan tentunya berhubungan dengan topik penelitian, maka penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *review* produk *skincare eBright Skin* pada akun tiktok @sinfoniadewii terhadap minat beli remaja dalam berbelanja *online*.

3.2 Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan suatu gambaran secara abstrak, kejadian, keadaan kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian. Untuk memahami PENGARUH *REVIEW* *PRODUK SKINCARE eBRIGHT SKIN* PADA AKUN *TIKTOK @SINFONIADEWII* TERHADAP *MINAT BELI REMAJA DALAM BERBELANJA ONLINE* maka ada beberapa konsep sebagai berikut :

1. Intensitas Menonton

Intensitas menonton adalah kegiatan menonton sebuah tayangan yang diperhatikan secara intens. Intensitas menonton merupakan usaha seseorang untuk melakukan sebuah tindakan tertentu, seseorang tersebut tentunya memiliki jumlah pola tindakan dan perilaku yang cenderung sama, di dalam sebuah tindakan dan perilaku tersebut terdapat usaha tertentu dari orang tersebut untuk mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhannya.

2. Minat Pembelian

Minat pembelian adalah suatu keadaan dimana seseorang memiliki rasa ingin memiliki suatu barang dan mereka melakukan beberapa tindakan seperti mencari tahu barang tersebut di berbagai macam *platform*, melihat beberapa tayangan atau sebuah *review* dari seseorang tentang produk yang sedang ia incar, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan akhir dalam membeli sebuah produk tersebut.

3.3 Definisi Operasional

Tabel 3.3.
Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Intensitas Menonton (X)	Perhatian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responden menonton review produk eBright Skin pada akun TikTok @sinfoniadewii 2. Responden memperhatikan konten dari Sinfonia Dewi 	1-2
	Penghayatan	<ol style="list-style-type: none"> 3. Responden memperhatikan secara <i>intens</i> tentang <i>honest review</i> yang dilakukan oleh @sinfoniadewii pada akun TikToknya. 4. Responden melihat dan memahami apasaja yang telah di jelaskan Sinfonia mengenai Produk <i>eBright Skin</i> 	3-4
	Durasi	<ol style="list-style-type: none"> 5. Responden menonton sampai selesai tentang review eBright Skin pada akun @sinfoniadewii 	5
	Frekuensi	<ol style="list-style-type: none"> 6. Setelah melihat review produkeBright Skin, responden menjadi sering mencari tahu tentang produk eBright Skin. 	6

Minat Pembelian (Y)	<i>Attention</i>	7. Membuka akun TikTok @sinfoniadewii	7
	<i>Interest</i>	8. Membaca komentar dari responden lain terhadap produk eBrightSkin	8
	<i>Search</i>	9. Mencari tahu keunikan dari produk eBrightSkin 10. Mencari tahu harga dari produk eBrightSkin	9-10
	<i>Action</i>	11. Memberikan respon berupa like dan komentar pada akun TikTok @sinfoniadewii 12. Mencari tahu informasi terbaru mengenai produk eBrightSkin	9-10
	<i>Share</i>	13. Menyimpan informasi terkait eBrightSkin 14. Membagikan informasi tentang eBrightSkin kepada banyak orang.	13-14
	Minat Transaksional	15. Responden memutuskan untuk membeli produk eBrightSkin setelah melihat honest review dari @sinfoniadewii 16. Saya akhirnya membeli produk eBrightSkin berdasarkan pengalaman pemakaian dari Sinfonia Dewi	15-16
	Minat Referensial	17. Saya tertarik untuk memberi tahu orang lain mengenai produk eBrightSkin	17
	Minat Preferensial	18. Saya meninggalkan like dan comment pada konten yang telah	18

		dibuat oleh @sinfoniadewii di akun TikTiknya.	
	Minat Eksploratif	19. Saya mencari informasi lebih mengenai produk eBright skin mulai dari kelebihan hingga kekurangan produk. 20. Responden memutuskan untuk membeli produk eBright Skin setelah melihat review dari akun TikTok @sinfoniadewi	19-20

3.4 Unit Analisis, Populasi dan Sampel

3.4.1 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini merupakan mahasiswa/i yang menonton review produk pada akun tiktok @sinfoniadewii.

3.4.2 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau keseluruhan ciri yang dapat dipelajari dan mungkin terpilih. Populasi dapat memiliki ukuran yang terhingga (*countable*) atau tak terhingga (*uncountable*). Populasi yang dapat diukur merupakan populasi terhingga, namun populasi terhingga dapat bernilai sangat besar dan bisa di kategorikan sebagai populasi tak terhingga jika dilihat secara hitungan maupun teoritis. Populasi terhingga dapat mencakup mur dan baut yang diproduksi dengan jumlah yang banyak, tetapi masih tergolong terhingga. Sedangkan populasi tak terhingga dapat berupa kemungkinan gambar atau angka dalam pelemparan yang terus-menerus tanpa henti dan berasal dari sebuah koin yang tergolong tak terhingga. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan oleh peneliti adalah remaja. Remaja adalah saat-saat dimana manusia terlihat memiliki perubahan atau bisa disebut dengan

peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Perubahan ini dapat dilihat dari perubahan biologis, psikologis maupun sosial.

3.4.3 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti mencari jumlah tersebut dengan menggunakan rumus Slovin (Sevilla et.al , 2007:182 dalam) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$
$$n = \frac{100}{1 + 0,01^2}$$
$$n = 75$$

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi = 75 orang

E : Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*) = 0,01

3.5 Data dan Sumber Data

3.5.1 Data

Data yang berada di sebuah penelitian memiliki dua jenis, yakni data kuantitatif dan data kualitatif. Sedangkan sumber perolehan data yang di dapat yakni menggunakan data primer dan data sekunder.

3.5.2 Sumber Data

Di dalam penelitian ini, terdapat sumber data yang diperoleh yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah suatu data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dengan cara mendapatkan langsung dari sumbernya. Peneliti mendapatkan data tersebut

dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa/i yang menggunakan Tiktok.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan hasil data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti. Dapat berupa sebuah dokumentasi dari beberapa jurnal atau laporan.

Hasil dari penelitian ini berupa data primer, dimana peneliti memperoleh data secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada remaja-remaja yang memiliki kelebihan dalam berbelanja online.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.6.1 Uji Validitas Instrumen

Validitas merupakan suatu ukuran objektivitas, ukuran tersebut merupakan sebuah isu sentral yang berada di dalam riset kuantitatif. Untuk menguji signifikan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel.

Cara membandingkan r hitung dan r tabel yaitu :

- 1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan valid
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan seberapa jauh sebuah alat pengukur dapat di andalkan. Hal ini dapat menunjukkan sejauh mana hasil sebuah pengukuran tersebut dengan konsisten apabila dilakukan lebih dari dua kali dengan menggunakan sebuah alat ukur yang sama. Sebuah alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila telah menghasilkan suatu hasil yang sama walaupun dilakukan pengukuran secara terus-menerus. Penelitian ini menggunakan AlphaCornbach sebagai uji reliabilitas penelitian.

Dimana : r_i = reliabilitas

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

Tabel 3.4

Interpretasi Tingkat Reliabilitas

Nilai Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
0,21 s.d 0,40	Agak Reliabel
0,41 s.d 0,60	Cukup Reliabel
0,61 s.d 0,80	Reliabel
0,81 s.d 1,00	Sangat Reliabel

1.7 Konversi Skala Data Ordinal ke Interval

Mengkonversi skala data ordinal menjadi interval perlu dilakukan untuk riset kuantitatif, agar data yang dimiliki dapat digunakan dalam analisis korelasi atau regresi, dikarenakan suatu data ordinal belum bisa menjadi tolak ukur dalam suatu penelitian. Agar data ordinal menjadi data interval, dapat menggunakan fasilitas add-ins yang disediakan oleh Microsoft Excel dengan menggunakan rumus MSI (Method of Successive Interval) dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$Y = NS + [1 + |NSmin|]$$

1.8 Uji Normalitas Data

Uji Normalitas Data memiliki tujuan untuk menguji apakah data yang disebar terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas adalah syarat utama di dalam

penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear. Salah satu uji normalitas data adalah kolmogorov-minov, yang memiliki ketentuan sebagai berikut :

- Jika angka signifikan kolmogorov-minov $>0,05$ maka data normal
- Jika angka signifikan kolmogorov-minor $<0,05$ maka data tidak normal. Pada praktiknya biasanya periset melakukan pengujian normalitas bantuan program komputer *SPSS versi 26.0*

3.9 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan di dalam penelitian untuk mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan suatu penelitian. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner.

1. Penyebaran Kuesioner

Di dalam penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Metode kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan tujuan agar responden memberikan respon yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh peneliti. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner tertutup, dimana kuesioner tersebut berisi tentang beberapa pertanyaan yang telah disediakan jawabannya oleh peneliti sehingga responden bisa langsung memilih jawaban yang mereka inginkan. Penelitian ini telah disusun sedemikian rupa dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sebuah opini atau persepsi seseorang dengan berdasarkan persetujuan atau ketidaksetujuan.

3.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan untuk mempelajari suatu hubungan, karakteristik dan pola yang sering terjadi pada suatu fenomena atau gejala yang akan, sudah, dan telah terjadi (Freddy 2005:4). Di dalam skala linkert merupakan bentuk skala yang paling populer dikarenakan terkesan mudah bagi peneliti untuk menafsirkan dan mudah juga untuk responden menjawab. Responden hanya memberikan jawaban dengan cara memilih sesuai dengan tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan mereka terhadap suatu hal pada setiap pernyataan yang telah disiapkan oleh peneliti. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert dengan skor sebagai berikut :

Tabel 3.6
Kategori Skala Likert

NO	KATEGORI	NILAI
1.	Jika jawaban “Sangat Setuju”	5
2.	Jika jawaban “Setuju”	4
3.	Jika jawaban “Ragu-Ragu”	3
4.	Jika jawaban “Tidak Setuju”	2
5.	Jika jawaban “Sangat Tidak Setuju”	1

3.10.1. Analisis Eksplanatif

Penelitian ini menggunakan teknik analisis eksplanatif dimana pernyataan tentang suatu hubungan tertentu untuk menggambarkan jumlah kegiatan atau fenomena yang teramati. Teknik analisis ini menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS Versi 26.0.

Analisis regresi digunakan guna mengetahui seberapa jauh perubahan variabel dependen jika variabel independen diganti. Untuk melihat kedua variabel pengaruh tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi linear sederhana berikut ini:

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

Y = Minat Pembelian

a = Bilangan konstan

b = Bilangan koefisien regresi

X = Intensitas Menonton

Dimana :

$$a = \frac{(\sum y) - b(\sum x)}{n}$$

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah variabel

Y = Variabel minat pembelian yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden