

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai, Jalan Bihman Villa Amuntai HSU Kal-Sel Phone 0527 62520 Faxes. 0527 62520, Website: www.stiaamuntai.ac.ad Email: stiaamt@gmail.com

3.2 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotetsis yang telah ditetapkan.

3.3 Tipe penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Nonprobability Sampling* dengan teknik sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2016: 84) yang dimaksud *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2016: 86) Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2016: 80) populasi merupakan himpunan yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi umum dalam penelitian ini mahasiswa STIA Amuntai. Sementara itu populasi sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa sekolah tinggi ilmu administrasi bisnis yang berjumlah total 90 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016: 120) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel tersebut sebagai perwakilan, harus mempunyai sifat-sifat atau ciri-ciri yang terdapat pada populasi. Menurut Arikunto (2016: 104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10%-15% atau 20%-25% dari jumlah populasinya. Sampel pada penelitian ini diambil dari jumlah populasi sasaran yaitu 90 orang.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan bagian dari penelitian yang memberikan penjelasan tentang variabel operasi sehingga dapat diukur, Operasional penelitian ini di definisikan sebagai berikut:

3.5.1 Variabel bebas (Independen variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi pusat penelitian. Variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menyebabkan perubahan variabel terkait dilambangkan dengan (X). variabel bebas dalam hal ini adalah *live streaming*.

3.5.2 Variabel terikat (dependen Variabel)

Variable terikat adalah variabel yang mempengaruhi variabel bebas, meliputi variabel positif dan negatif. Variabel terikat dipengaruhi oleh variabel lain atau oleh variabel bebas yang diwakili oleh (Y). variabel terikat dalam hal ini adalah minat beli.

Definisi operasional merupakan bagian dari penelitian yang memberikan penjelasan tentang variabel operasi sehingga dapat diukur.

Operasional penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Faktor-Faktor
<i>Live streaming</i> (X) (Wongkitrungrueng & Assarut, 2020)	1. Interaksi langsung (<i>live interaction</i>) 2. Jumlah penonton 3. Keberlanjutan dan konsisten 4. Waktu tonton (Ginting & Harahap, 2022).	1. mencantumkan kekayaan media 2. kredibilitas <i>Streaming</i> 3. komponen partisipatif
Minat beli (Y) Kotler dalam Abzari, et al (2014)	1. Tingkat kepuasan pelanggan 2. Interaksi dalam media sosial 3. Survei dan penelitian	1. kualitas produk, 2. <i>brand</i> / merek, 3. kemasan 4. harga

Variabel	Indikator	Faktor-Faktor
	pasar 4. Ulasan dan rating produk (Paramita et al., 2022).	5. ketersediaan barang promosi

Sumber: data, diolah 2025

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut sugiyono (2019:156) instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrument yang digunakan untuk melakukan pengukuran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Tabel Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Variabel X <i>live streaming</i>	Interaksi langsung (<i>live interaction</i>)
		Jumlah penonton
		Keberlanjutan dan konsisten
		Waktu tonton
2	Variabel Y Minat beli	Tingkat kepuasan pelanggan
		Interaksi dalam media social
		Survei dan penelitian pasar
		Ulasan dan rating produk

Sumber: data, diolah 2025

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data serta keterangan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan pengumpulan data melalui:

3.7.1 Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang dijadikan sampel penelitian. Kuesioner

yang dibagikan kepada mahasiswa program studi D3 Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai yang melakukan pembelian produk di *Shopee* setelah melihat *live streaming*, berupa rangkaian pertanyaan terkait pengaruh *Live streaming* terhadap keputusan pembelian di *shopee*.

3.8 Teknik Penentuan Skor

Proses atau teknik penentuan skor atas jawaban responden yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang cocok tergantung pada anggapan atau opini responden. Perhitungan *scoring* dilakukan dengan menggunakan skala *likert* yang pengukurannya sebagai berikut (Riduan, 2009):

1. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju
2. Skor 4 untuk jawaban setuju
3. Skor 3 untuk ragu-ragu
4. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju
5. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

3.9 Uji Validas dan Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dikatakan efektif.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas menggunakan *Pearson Correlation* dengan bantuan program SPSS 22. Pengukuran dilakukan dengan mengkorelasikan skor butir pertanyaan dengan total skor variabel independen maupun variabel dependen. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian bila nilai

t hitung > t tabel maka disimpulkan butir pertanyaan valid, sebaliknya jika nilai t hitung < t tabel maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indikator yang menunjukkan kredibilitas hasil pengukuran. Jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dikatakan reliabel. Pada Uji realibilitas, pengukuran dibandingkan dengan pertanyaan lain menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Ghozali (2016) berpendapat bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan analisis besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2017:261) analisis regresi sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = minat beli

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = *live streaming*

3.10.2 Uji t (Uji Parsial)

Ghozali (2018) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika thitung > ttabel atau nilai signifikansi uji t < 0,05 maka disimpulkan bahwa

secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Langkah untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan hipotesis yang akan diuji. Hipotesis yang akan diuji yaitu:
 $H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat. $H_1 : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.
2. Menentukan tingkat signifikansi = α sebesar 0,05. Menentukan daerah keputusan: Apabila $t_{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial *live streaming* (X) berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa (Y)
3. Apabila $t_{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya secara parsial *Live streaming* (X) tidak berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa (Y).