

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian ada di kota Amuntai, Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan. Alasan penulis melakukan penelitian pada lokasi ini karena anak muda di Amuntai merupakan salah satu yang juga berpengaruh adanya kemajuan digital dalam jual beli *online* dan terpengaruh trend penggunaan TikTok yang mana anak muda juga melakukan belanja *online* melalui TikTok Shop.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan Kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif artinya informasi atau data yang disajikan berupa angka.(Sugiyono, 2013) menjelaskan bahwa metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berbasis pada *filsafat positifism*, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya pengambilan sampelnya dilakukan secara random, dan data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian, lalu dianalisis secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

3.3 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif, seagaimana dikemukakan oleh:(Sugiyono, 2013) “Metode penelitian yang berdasarkan pada *filsafat positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel

tertentu, pengumpulan data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulannya(Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah generasi muda yang rentan usia dari 17 sampai 25 Tahun di Amuntai , Hulu Sungai Utara dengan jumlah 100-150 Orang.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut (Sugiyono, 2013) yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun sampel yaitu sebagian dari populasi diatas yang harus benar benar *representative* (mewakili) dari populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*, dengan kriteria:

1. Berdomisili amuntai,
2. Usia antara 17- 25 tahun,
3. Pernah melakukan pembelian impulsif di TikTok.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin.

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

Keterangan :

n: :Jumlah Sampel

N :Jumlah Populasi

E : *Error* yang ditoleransi (0,1 atau 10%)

Berdasarkan rumus slovin, maka sampel pada penelitian ini adalah:

Diketahui :

$$\begin{aligned} N &= 150 \\ n &= \frac{150}{1 + 150 (0,1)^2} \\ &= \frac{150}{1 + 150 (0,1)^2} \\ &= \frac{150}{2,5} \\ &= 60 \end{aligned}$$

Jadi. jumlah sampel minimal penelitian ini berdasarkan rumus slovin sebanyak 60 responden.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Tabel 3. 1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Definisi (Sumber Teori)	Skala
<i>Content</i>	1. Video Kreatif	1. Konten kreatif dapat	<i>Likert</i>

Variabel	Indikator	Definisi (Sumber Teori)	Skala
<i>Marketing</i> (X1)	2. Promosi Diskon 3. Narasi Storytelling Produk	menarik perhatian dan meningkatkan minat beli konsumen ((Sri Widyastuti,2025) 2. Promosi diskon mendorong keputusan pembelian cepat (Nanda Larasati,2023) 3. Storytelling produk menciptakan kedekatan emosional antara konsumen dan merek (Alrasyid et al.,2025)	
<i>Influencer Marketing</i> (X2)	1. Kredibilitas <i>Influencer</i> 2. Kesesuaian Produk 3. Keterlibatan Produk	1. Kredibilitas meningkatkan kepercayaan konsumen (Anindhyta,2025) 2. Kesesuaian produk dengan audiens meningkatkan efektivitas promosi (Mahendral , 2024) 3. Keterlibatan emosional memperkuat niat beli	<i>Likert</i>

Variabel	Indikator	Definisi (Sumber Teori)	Skala
		(Febrian & Ahluwalia, 2020)	
TikTok Shop (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan Transaksi 2. <i>Live Shopping</i> 3. Penawaran Menarik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan transaksi meningkatkan kenyamanan dan kecepatan pembelian (Haris & Azhar, n.d.) 2. <i>Live shopping</i> menciptakan pengalaman belanja yang interaktif (Aribowo, 2023) 3. Penawaran menarik seperti diskon dan bonus meningkatkan pembelian impulsif (Kristiawan & Bisnis, 2018) 	<i>Likert</i>
Perilaku Pembelian Impulsif (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian Spontan 2. Dorongan Emosional 3. Tidak Direncanakan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian spontan muncul tanpa perencanaan (Eka Sari, 2014) 2. Dorongan emosional jadi faktor utama 	<i>Likert</i>

Variabel	Indikator	Definisi (Sumber Teori)	Skala
		perilaku impulsif (Ivathurrochmah, 2023) 3. Tidak direncanakan artinya konsumen membeli tanpa berpikir panjang (Japariato & Sugiharto, n.d.)	

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono instrumen penelitian adalah suatu alat yang diamati. Instrumen penelitian ini adalah koesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variable penelitian. Indikator tersebut dituangkan secara rinci dalam butir-butir pertanyaan yang berupa angket dan dibagikan kepada responden. Penetapan skor yang diberikan pada tiap-tiap butir instrumen dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi setiap butir-butir pertanyaan dengan memilih salah satu dari 4 pilihan yang tersedia.

Penelitian ini memiliki skala pengukuran yaitu skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat. Skala ini digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap

serangkaian pertanyaan. Tingkat persetujuan yang di maksud adalah skala *Likert* 1-4 pilihan ,dengan gradasi dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS), berikut ini tingkatan

Tabel 3. 2 Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dikehendaki sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini,maka penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut

3.7.1 Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data berupa daftar pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis dan digunakan untuk memperoleh informasi dari responden terkait topik atau penelitian tertentu. Kuesioner biasanya digunakan dalam survei, riset pasar, penelitian sosial, dan evaluasi. Teknik pengumpulan data merupakan Teknik atau metode yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data yang dikemudian akan diteliti oleh peneliti. Artinya, Teknik pengumpulan data memerlukan langkah yang tepat,sistematis,dan strategis agar bisa mendapatkan data yang valid dan akurat sesuai dengan kenyataan yang terjadi dilapangan. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data melalui koesioner.

Menurut Sugiyono kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarkan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pertanyaan responden. Metode kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang sifatnya tertutup yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal hal yang ia ketahui. Peneliti menggunakan metode ini untuk mencari data yang berhubungan langsung dengan keadaan subyek yang berupa Hubungan Strategi Pemasaran *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, Dan Tiktok Shop Di Tiktok Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Masyarakat Amuntai, Hulu Sungai Utara

3.7.2 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengambilan data melalui beberapa pustaka yang relevan dan mempelajari terkait masalah yang diteliti. Data yang didapat melalui studi pustaka adalah sumber data yang diciptakan oleh para ahli yang kompeten pada bidangnya masing-masing. Pembacaan studi pustaka tidak hanya melalui buku perpustakaan namun juga melalui Google Scholar dan juga beberapa jurnal ilmiah yang berada di internet yang relevan.

3.8 Teknik Penentuan Skor

Dalam penelitian skala ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, penulisan analisis kuantitatif menggunakan pertanyaan dan skor sebagai berikut :

- a. Skor 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 3 untuk jawaban Setuju (S)
- c. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- d. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.9 Uji Validitas dan Realibilitas Data

3.9.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau validnya tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Selain instrument penelitian yang valid mempunyai validitas yang tinggi sebaiknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Uji validitas dikerjakan dengan melakukan perbandingan diantara nilai angka r hitung dengan nilai angka r tabel. Bila angka nilai yang didapatkan r hitung lebih besar sama dari r tabel artinya instrumen pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap nilai keseluruhan kemudian dikatakan valid. Namun, bila nilai angka r hitung lebih dari pada nilai angka r

tabel maka instrument pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor keseluruhan dan kemudian dikatakan tidak valid.

3.9.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas yaitu sebuah alat yang mampu mengeluarkan hasil yang konsisten. Hasil pengukuran yang sama pada subyek yang sama walaupun yang melakukan adalah orang yang berbeda, waktu yang berbeda, dan juga tempat yang juga berbeda, dimana pelaku, situasi dan keadaan tidak akan terhadap hasilnya. Uji reliabilitas dihitung memakai *Cronbach Alpha* lebih besar 0.60 sebagai penentu bahwa variabel yang dipakai reliabel.

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

Guna menghasilkan nilai yang tidak biasa dan efisien pada pemeriksaan suatu persamaan regresi linear berganda menggunakan cara kuadrat paling sedikit, perlu dilakukan pengujian dengan cara memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji kolmogrov Smirnov satu arah. Untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak yaitu dengan menilai signifikannya. Jika signifikan $>0,05$ maka variabelnya tidak berdistribusi normal dan sebaliknya

jika signifikan < 0.05 maka variable berdistribusi normal (Sitti Jamila,2021)

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya Variabel Independen yang memiliki kemiripan antar Variabel Independen akan menyebabkan korelasi yang sangat kuat. Uji ini juga digunakan untuk menghalau kebiasaan dalam proses memperoleh keputusan mengenai pengaruh pada uji persial masing masing dependen. Jika VIF yang dihasilkan antara 1-10 maka tidak mengalami multilinieritas. 77 terdapat dua cara dalam menentukan apakah terjadi multikolinieritas hanya meliat nilai $< (a)$ dan *variance inflation factor* (VIF)

- a) Apabila hasil tolance $< 0,10$ dan hasil *variance inflation factor* (VIF) > 10 akan terjadi multikolinieritas akibat permasalahan multikolinieritas. Jika hasil tolance $> 0,10$ dan hasil *variance inflation factor* (VIF) < 10 jadi tidak ada multikolinieritas. Regresi dikatakan sesuai apabila tidak mempunyai korelasi dengan *Variabel Independent*.
- b) Apabila hasil *variance inflation faktor* (VIF) $< 10,00$ seharusnya tidak terjadi multikolinieritas dan jika hasil *variance inflantion faktor* (VIF) $> 10,00$ maka terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan guna untuk mengetahui terjadinya perbedaan variance residual suatu periode analisis ke periode analisis lain. Dalam memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas oleh suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, titik titik data tidak mengumpulkan hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik titik data tidak boleh membentuk gambar bergelombang menyebar kemudian mengecil dan menyebar Kembali,penyebaran titik titik data tidak beraturan.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear berganda dilakukan terhadap model lebih dari satu variable independent, untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap variable dependen. Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dimana :

Y : Variabel Terikat (Perilaku Pembelian Impulsif)

X1 : Variabel Bebas Pertama (*Content marketing*)

X2 : Variabel Bebas Kedua (*Influencer*)

X3 : Variabel Bebas Ketiga (*TikTok Shop*)

B_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi

ϵ : Kesalahan Acak

Untuk menguji hipotesis ini, perlu melakukan analisis regresi linear berganda dan menghitung nilai p-value untuk koefisien regresi $\beta_1, \beta_2, \beta_3$. Jika p-value kurang dari tingkat signifikan yang ditetapkan (biasanya 0.05), maka anda dapat menolak hipotesis nol dan menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Content marketing*, *Influencer Marketing*, tiktok shop terhadap perilaku pembelian impulsif.

1. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi parsial individu yang digunakan untuk mengetahui apakah Variabel Independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). paada penelitian ini uji t dilakukan untuk membuktikan apakah hubungan antara *Content marketing*, *Influencer marketing* dan tiktok shop memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif. Dalam uji t akan membandingkan t hitung dengan t table dengan taraf sig 0.05% dengan nilai koefisien yang di peroleh

- a. Jika nilai sig t tabel < 0.05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Sebaliknya, jika nilai sig tabel >0.05 maka variabel bebas tidak berpengaruh.

2. Uji Simultan (F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) secara Bersama sama kepada variabel tidak bebas (Y).⁸¹ penentuan dalam uji F yaitu tingkat sig 5% jika nilai sig F $< 0,05$ maka ada pengaruh Bersama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh Variabel Independen (X) . jika (R^2) semakin besar maka presentase perubahan variabel dependen yang disebabkan oleh Variabel Independen semakin tinggi. Jika (R^2) semakin kecil, maka presentase perubahan variabel dependen yang disebabkan oleh Variabel Independen semakin rendah.