

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi ataupun sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2022). Dengan demikian, studi ini difokuskan pada pengaruh antar variabel yang meliputi variabel bebas seperti *live streaming* (X1), *double days promotion* (X2) dan *flash sale* (X3) serta variabel terikat berupa keputusan pembelian (Y)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas maupun karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini yaitu semua pengguna Shopee di Kabupaten Grobogan yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian yang diambil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang diteliti (Sugiyono, 2022). Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2022), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak

memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Pengguna shopee aktif yang pernah melakukan pembelian di shopee karena *live streaming, double days promotion & flash sale*

Sampel dalam penelitian ini diambil dari sebagian dari keseluruhan populasi yang diteliti sehingga dianggap mewakili keseluruhan populasi. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Hair *et al.*, (2017). Penggunaan rumus Hair dikarenakan ukuran populasi penelitian yang belum diketahui dengan pasti. Menurut Hair *et al.*, (2017) bahwa jumlah sampel yang baik berkisar antara 100-200 responden dan dapat disesuaikan dengan jumlah indikator yang digunakan pada kuesioner dengan asumsi 5-10 kali jumlah indikator yang ada. Pada penelitian ini jumlah indikator yang digunakan sebanyak 15 indikator. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan rumus hair:

- $10 \times 15 = 150$ sampel

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 150 sampel.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber data dibagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder.

Berikut penjelasan dari sumber data yang digunakan pada penelitian ini.:

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti (Sugiyono, 2022). Data primer dari penelitian ini adalah data kuesioner yang disebarakan secara *online* dengan menggunakan *google formulir* pada shopee di Kabupaten Grobogan. Data yang diperoleh berupa jawaban responden atas pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yang mencakup variabel *live streaming*, *double days promotion*, *flash sale* dan keputusan pembelian.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, seperti lewat orang lain maupun sumber data penelitian dokumen (Sugiyono, 2022). Data sekunder dari penelitian ini adalah data yang berhubungan dengan informasi dari sumber yang telah ada sebelumnya, seperti situs web, jurnal, buku dan lain sebagainya. Data ini digunakan untuk pelengkap kebutuhan data penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner berisi pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengukur variabel penelitian. Metode ini dipilih karena efisien untuk mengumpulkan data dari jumlah responden yang besar. Menurut Sugiyono (2022), instrumen ini dapat diberikan secara langsung maupun *online*.

Instrumen penelitian yang digunakan hanya terdiri dari satu tipe, yaitu kuesioner tertutup. Pada kuesioner tertutup ini, responden diminta untuk memilih satu jawaban yang paling sesuai dari pilihan jawaban yang telah disediakan. Pada

penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur kuesioner adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2022) skala *likert* yang digunakan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Instrumen Skala *Likert*

No	Skala Linkert	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5 Variabel dan Indikator

Tabel 3.2 DOV dan Indikator

NO	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER
1.	<i>Live streaming</i> adalah fitur siaran langsung interaktif pada aplikasi shopee yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara real-time antara penjual dan konsumen, penyampaian informasi produk melalui demonstrasi secara langsung, serta pemberian penawaran promosi yang menarik selama siaran berlangsung guna meningkatkan keterlibatan dan mendorong keputusan pembelian konsumen.	1. Interaktivitas penyiar 2. Kejelasan demonstrasi produk 3. Daya tarik penawaran sesi live	Langi <i>et al.</i> (2025)
2.	<i>Double days promotion</i> adalah bentuk strategi promosi yang dilakukan oleh <i>e-commerce</i> pada tanggal tertentu yang memiliki angka kembar yang dilakukan secara intensif dan berkelanjutan, didukung oleh penciptaan suasana festival belanja yang menarik dan berbeda dari hari biasa dan menyediakan berbagai jenis penawaran eksklusif yang memiliki keterbatasan waktu maupun akses bagi konsumen sehingga mendorong minat dan keputusan pembelian selama periode promosi berlangsung.	1. Intensitas promosi 2. Atmosfer festival belanja 3. Keberagaman jenis penawaran 4. Keterbatasan akses penawaran	Sihombing & Sondari, (2024)

NO	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER
3.	<i>Flash sale</i> adalah suatu bentuk promosi penjualan yang diselenggarakan dalam periode waktu yang terbatas dengan menawarkan potongan harga yang lebih besar dibandingkan harga normal, jumlah persediaan produk yang terbatas, serta menghadirkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan minat konsumen pada periode tertentu.	1. Potongan harga potensial 2. Keterbatasan waktu 3. Keterbatasan persediaan 4. Kesesuaian jenis produk	Damayanti & Jamiat, (2024)
4.	Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen setelah mengenali kebutuhan dan mengevaluasi berbagai alternatif yang tersedia, sehingga terbentuk pilihan terhadap produk yang dianggap paling sesuai, penentuan waktu pembelian yang tepat, keputusan mengenai jumlah produk yang akan dibeli, serta pemilihan metode pembayaran yang paling sesuai hingga akhirnya diwujudkan dalam tindakan pembelian.	1. Kemantapan pada pilihan produk 2. Ketepatan waktu pembelian 3. Kesesuaian kuantitas jumlah pembelian 4. Efisiensi metode pembayaran	Purba & Rachbini (2025)

3.6 Metode Analisa Data

Tahapan-tahapan dalam metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

3.6.1 SPSS Statistik

Menurut Sugiyono (2022), SPSS Statistik adalah program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana. Penggunaan SPSS dalam penelitian bertujuan untuk meminimalisir kesalahan perhitungan manual dan mempercepat proses pengolahan data mentah menjadi informasi statistik yang bermakna. Dalam konteks penelitian ini, SPSS digunakan untuk melakukan serangkaian pengujian kualitas data, asumsi

klasik, analisis regresi, serta pengujian hipotesis. Dengan dukungan perangkat lunak ini, peneliti dapat memperoleh hasil perhitungan yang lebih presisi mengenai pengaruh variabel *double day promotion*, *live streaming*, dan *flash sale* terhadap keputusan pembelian konsumen di platform shopee.

3.6.2 Uji Kualitas Data

3.6.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022), uji validitas merupakan instrumen yang digunakan untuk menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila alat ukur tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dengan tepat. Dalam praktiknya, pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan variabel yang diteliti secara akurat. Adapun kriteria pengambilan keputusan validitas instrumen adalah sebagai berikut:

1. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (5%), atau nilai $\text{Sig.} < 0,05$ maka dapat dikatakan valid.
2. Apabila nilai r hitung $< r$ tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (5%), atau nilai $\text{Sig.} > 0,05$ maka dapat dikatakan tidak valid.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2022), uji reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan yang dihasilkan dari suatu instrumen penelitian. Sebuah instrumen dinyatakan reliabel apabila alat tersebut memberikan hasil pengukuran yang sama meskipun digunakan beberapa kali untuk mengukur

objek yang sama dalam waktu yang berbeda. Secara teknis, pengujian reliabilitas ini umumnya dilakukan setelah butir-butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha*, di mana suatu variabel atau kuesioner dikatakan reliabel jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan tercapainya standar reliabilitas tersebut, instrumen dianggap memiliki tingkat keandalan yang baik dan dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data yang akurat. Kriteria penilaian:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka dikatakan reliabel
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2022), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal untuk layak dilakukan pengujian statistik. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah berdasarkan nilai signifikansi (*Asymp. Sig 2-tailed*); apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data tersebut dinyatakan terdistribusi secara normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data tidak terdistribusi secara normal dan tidak dapat diproses menggunakan statistik parametrik. Kriteria Keputusan:

1. Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka dikatakan normal
2. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka dikatakan tidak normal

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Sugiyono (2022), uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa dalam sebuah model regresi tidak terdapat korelasi yang signifikan atau hubungan linear yang sempurna antar variabel independen. Adanya multikolinearitas dapat menyebabkan standar eror koefisien regresi menjadi besar, sehingga model tidak mampu memberikan gambaran pengaruh variabel secara tepat. Pengujian ini umumnya didasarkan pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan terpenuhinya syarat ini, maka variabel-variabel independen dalam penelitian dianggap bersifat independen satu sama lain dan layak digunakan dalam analisis regresi linear berganda. Kriteria keputusan:

1. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka dikatakan bebas multikolinearitas
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sugiyono (2022), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual dalam sebuah model regresi. Kehadiran heteroskedastisitas dapat menyebabkan ketidakefisienan dalam penaksiran parameter, sehingga model regresi menjadi kurang akurat dalam memprediksi fenomena yang diteliti. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan terpenuhinya syarat ini, maka varians residual dinyatakan bersifat konstan

(homoskedastisitas) dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Kriteria

Keputusan :

1. Jika nilai Sig. > 0,05 maka dikatakan bebas heteroskedastisitas.
2. Jika nilai Sig. < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2022), analisis regresi linier berganda adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel terikat (Y) dan dua atau lebih variabel bebas (X1, X2 dan X3). Analisis ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh variable independen terhadap variabel dependen. Rumus regresi linier berganda yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + BX1 + BX2 + BX3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (dependent)

a = Parameter konstanta

B = Koefisien regresi

X1 = Variabel independent 1

X2 = Variabel independent 2

X3 = Variabel independent 3

e = Variabel error atau standar erorr

3.6.5 Uji Hipotesis

3.6.5.1 Uji t

Menurut Sugiyono (2022), uji t dilakukan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen yang masuk dalam model regresi mempunyai pengaruh yang signifikan secara mandiri terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai kontribusi nyata dari setiap faktor prediktor, seperti *double day promotion*, *live streaming*, dan *flash sale* terhadap keputusan pembelian. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, atau dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau t hitung lebih besar dari t tabel, maka hipotesis diterima, yang berarti variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria keputusan:

1. Berpengaruh, signifikan: Jika nilai Sig. < 0,05 atau t hitung > t tabel. Maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2022), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$), di mana nilai yang mendekati angka satu menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas seperti *double day promotion*, *live streaming*, dan *flash sale* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi keputusan pembelian. Sebaliknya, jika R^2 nilai kecil, hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Dalam analisis regresi linear berganda, peneliti umumnya menggunakan nilai *Adjusted R Square* karena nilainya

lebih stabil dan tidak terpengaruh oleh penambahan jumlah variabel independen dalam model penelitian. Kriteria Interpretasi:

1. Jika nilai R^2 mendekati 0 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat lemah.
2. Jika nilai R^2 mendekati 1 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat kuat.