

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subyek dan Obyek Penelitian

3.1.1 Subyek Penelitian

Subyek penelitian terdiri dari masyarakat yang telah atau saat ini sedang menggunakan produk *skincare The Originote*, serta memiliki sosial media *Tiktok*. Tujuannya adalah untuk mempelajari dan menganalisa pengaruh konten media sosial *Tiktok* terhadap Keputusan pembelian keputusan pembelian konsumen.

3.1.2 Obyek Penelitian

Objek penelitian yakni konten sosial media *Tiktok* terhadap Keputusan pembelian produk *skincare The Originote*.

3.2 Alat dan Bahan

3.2.1 Alat Penelitian

Untuk penelitian ini, terdapat dua jenis alat yang dipakai, terdapat perangkat keras serta perangkat lunak, yaitu:

a. Perangkat Keras

Perangkat keras yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *Laptop Lenovo ideapad slim 3*, dengan spesifikasi sebagai berikut:

1. Intel Core i3
2. 4GB Memory

b. Perangkat Lunak

1. *Microsoft Office 2010*, digunakan sebagai alat untuk menulis atau Menyusun laporan hasil penelitian.
2. *Microsoft Edge*, digunakan sebagai sarana menemukan sumber referensi untuk mendukung penelitian, yaitu jurnal serta buku yang sesuai dengan topik penelitian.

3.2.2 Bahan Penelitian

Sumber bahan penelitian memiliki data primer serta data sekunder. Data primer sendiri diperoleh dari pendistribusian kuesioner. Proses pembuatan kuesioner diambil secara *online* menggunakan fitur *Google Form*, lalu penyebarannya dilakukan melalui tautan kuesioner yang telah disederhanakan, kemudian menyebarkannya melalui beberapa aplikasi seperti *WhatsApp*, *Tiktok*, dan *platform* media sosial lainnya. Populasi dari penelitian ini adalah responden yang memiliki akun *Tiktok* dan telah membeli produk *The Originote* melalui *Tiktok*.

Data sekunder diperoleh dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian, yang dipergunakan untuk memahami dasar teori-teori yang berkaitan dalam topik penelitian termasuk lingkup penelitian yang mencakup penjelasan mengenai Analisis, Konten, Media Sosial, *Tiktok*, Keputusan Pembelian, *AISAS Model* dan SPSS, serta memahami cara mengatasi masalah dari penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini nantinya akan menerapkan pendekatan penelitian kuantitatif.

3.2.3 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mengarah pada obyek atau subyek yang memiliki karakteristik tertentu, yaitu:

1. Memiliki Akun *Tiktok*
2. Menggunakan Produk *The Originote*

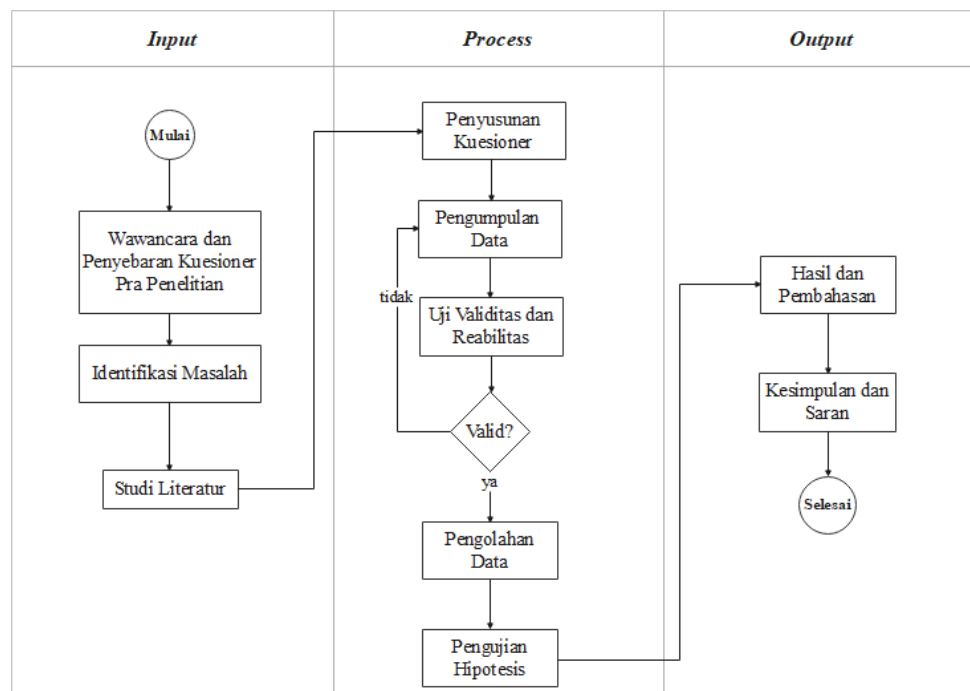
Populasi sesuai dengan jumlah ulasan produk *The Originote* yaitu 105.010 pengguna. Berikut merupakan perhitungan minimal sampel penelitian:

$$n = \frac{105.010}{1 + 105.010 \times 0,01} \quad (3.1)$$

Hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin menunjukkan bahwa jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah sebanyak 99,904. Meskipun demikian, penelitian ini menggunakan sebanyak 237 sampel.

3.3 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir dibuat untuk membantu dalam menentukan tahapan penelitian agar lebih terstruktur. Diagram alir penelitian disajikan pada gambar 3.1 berikut.



Gambar 3. 1. Diagram Alir Penelitian

3.3.1 Wawancara dan Penyebaran Kuesioner Pra Penelitian

Sebelum dilakukannya penelitian, maka kita harus melakukan kuesioner pra penelitian yang bertujuan untuk dilakukannya identifikasi permasalahan yang terjadi dan mungkin saja akan terjadi.

3.3.2 Identifikasi Masalah

Setelah dilakukannya penyebaran kuesioner kepada para responden, maka tahap selanjutnya yaitu mengidentifikasi masalah terkait pengaruh konten sosial media *Tiktok* terhadap keputusan pembelian konsumen.

3.3.3 Studi Literatur

Setelah mengidentifikasi permasalahan, langkah berikutnya adalah melaksanakan studi literatur membaca jurnal-jurnal yang relevan dengan

penelitian akan dilakukan yaitu mengenai pengaruh konten sosial media *Tiktok* terhadap keputusan pembelian konsumen. Pada tahap ini, kerangka teori dibentuk untuk dipergunakan sebagai alat penelitian.

3.3.4 Penyusunan Kuesioner

Penyusunan kuesioner pada rencana penelitian ini disusun berdasarkan variable dari *AISAS Model* yaitu *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action*, dan *Share*. Kuesioner disusun berdasarkan variable *AISAS Model* agar mengetahui dampak sebuah konten *Tiktok* terhadap keputusan pembelian konsumen, yang disajikan dalam tabel 3.1.

Tabel 3.1. Penyusunan Kuesioner

Sumber	Variable	Indikator	Pertanyaan
Variabel AISAS [48].	<i>Attention</i>	Menyadari produk <i>The Originote</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya pikir konten <i>Tiktok</i> produk ini menarik perhatian saya 2. Saya pikir konten produk ini menarik perhatian saya secara penuh 3. Saya pikir dengan adanya konten dapat menarik perhatian saya.
	<i>Interest</i>	Tertarik dengan produk <i>The Originote</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah menonton konten <i>Tiktok</i>, saya merasa tertarik dengan produk tersebut. 2. Setelah konten <i>Tiktok</i>, saya menyukai produknya. 3. Setelah menonton konten <i>Tiktok</i>, saya memiliki kesan yang baik tentang produk tersebut.
	<i>Search</i>	Mencari dan Mengumpulkan informasi mengenai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah menonton konten <i>Tiktok</i>, saya pikir saya akan mencari informasi

Sumber	Variable	Indikator	Pertanyaan
		produk <i>The Originote</i>	<p>tentang produk di Internet</p> <p>2. Setelah menonton konten <i>Tiktok</i>, saya pikir saya akan mencari informasi dari mulut ke mulut secara <i>online (online word-of-mouth)</i> tentang produk tersebut di Internet</p> <p>Setelah menonton konten <i>Tiktok</i>,</p> <p>3. Saya pikir saya akan membandingkan harga produk <i>The Originote</i> di Internet.</p>
	<i>Action</i>	Melakukan pembelian terhadap produk <i>The Originote</i>	<p>1. Setelah menonton konten <i>Tiktok</i>, saya pikir produk tersebut layak dibeli.</p> <p>2. Setelah menonton konten <i>Tiktok</i> saya pikir saya bersedia membeli produk.</p> <p>3. Setelah menonton konten <i>Tiktok</i> saya pikir produk tersebut akan menguntungkan saya.</p>
	<i>Share</i>	Membagikan informasi dan pengalaman kepada orang lain setelah melakukan pembelian produk	<p>1. Sepertinya saya akan meneruskan atau membagikan konten <i>Tiktok</i> ini kepada teman-teman saya.</p> <p>2. Saya pikir saya akan berbagi produk <i>The Originote</i> dengan teman-teman saya.</p> <p>3. Saya pikir saya akan berbagi pengalaman dan komentar mengenai produk <i>The Originote</i> di Internet.</p>

Sumber	Variable	Indikator	Pertanyaan
			4. Saya pikir saya akan memberikan komentar positif mengenai produk di Internet.
Variabel Terikat: Keputusan Pembelian [49].	Keputusan Pembelian	Kemantapan pada sebuah produk	Produk <i>The Originote</i> merupakan alternatif produk <i>skincare</i> yang anda cari atau butuhkan.
		Kebiasaan dalam membeli produk	Produk <i>The Originote</i> menarik perhatian anda, sehingga anda tidak ingin mencoba produk lain.
		Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Anda merekomendasikan produk <i>The Originote</i> kepada orang lain.
		Melakukan pembelian ulang	Anda telah melakukan pembelian ulang produk <i>The Originote</i> .

3.3.5 Pengumpulan Data

Teknik dalam mengaitkan informasi saat diperoleh merupakan rencana penelitian dalam mencari serta memperoleh data terdiri dari kuesioner serta wawancara kepada narasumber untuk memperoleh informasi dan memperoleh data untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar melalui jejaring sosial seperti *WhatsApp*, *Tiktok* dan jejaring sosial lainnya. Kemudian dilakukan wawancara dengan narasumber secara *online* melalui *Google Meet*. Setelah menentukan teknik pengumpulan data, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner dimana subjeknya adalah masyarakat atau pengguna produk perawatan kulit *The Origionte* serta pengumpulan data sekunder dilaksanakan melalui studi literatur.

3.3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah melakukan penyebaran kuesioner, tahap selanjutnya adalah menguji Validitas dan Reabilitas dari sumber yang dihasilkan dari pengisian kuesioner oleh responden. Uji validitas dan reliabilitas menggunakan *Staticstical Product for Service Solutions* (SPSS) 25 for Windows.

3.3.7 Pengolahan Data

Tahap selanjutnya adalah pengolahan atau pengujian terhadap informasi yang telah diperoleh dari hasil studi literatur serta pengisian kuesioner oleh responden menggunakan *Staticstical Product for Service Solutions* (SPSS).

3.3.8 Pengujian Hipotesis

Perumusan hipotesis berdasarkan pada indikator *AISAS Model* yaitu (*Attention, Interest, Search, Action, dan Share*), yang berkaitan dengan pertimbangan pembelian konsumen.

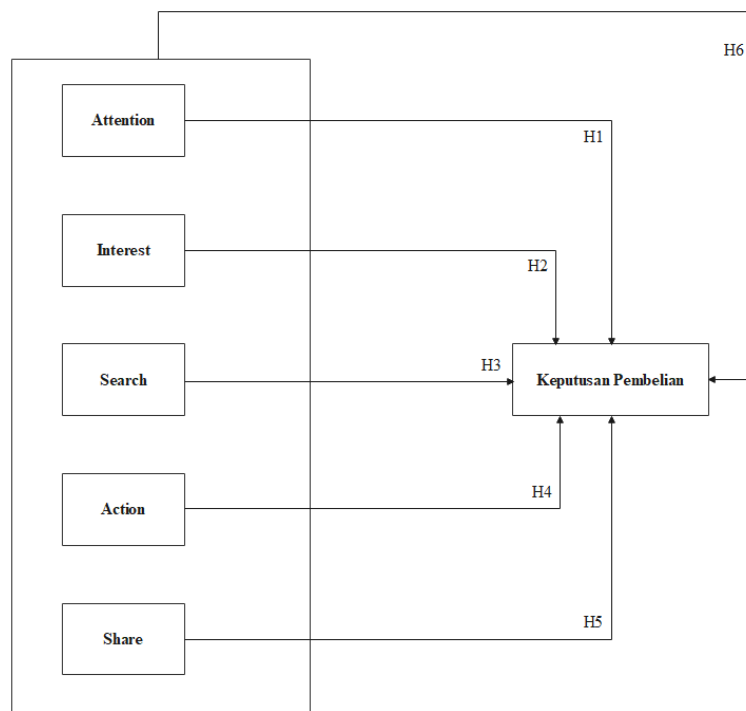
3.3.9 Hasil dan Pembahasan

Setelah dilakukannya pengolahan data, maka tahap selanjutnya adalah melakukan pembahasan dari rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, serta menampilkan hasil analisis dan perhitungan yang sudah dilakukan.

3.3.10 Kesimpulan dan Saran

Setelah selesai melakukan pembahasan mengenai rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, maka akan ditarik sebuah kesimpulan serta saran mengenai pengaruh konten sosial media *Tiktok* terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan *AISAS Model*.

3.4. Kerangka Pemikiran



Gambar 3. 2. Kerangka Pemikiran

3.5. Hipotesis Penelitian

Dengan merujuk pada dasar teori dan kerangka pemikiran yang telah disajikan, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni:

1. H1: Ada hubungan antara *Attention* dan Keputusan Pembelian
2. H2: Ada hubungan antara *Interest* dan Keputusan Pembelian
3. H3: Ada hubungan antara *Search* dan Keputusan Pembelian
4. H4: Ada hubungan antara *Action* dan Keputusan Pembelian
5. H5: Ada hubungan antara *Share* dan Keputusan Pembelian
6. H6: Ada hubungan antara *Attention, Interest, Search, Action, Share* dan Keputusan Pembelian.