

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji permasalahan sosial dengan bertumpu pada pengujian teori melalui variabel-variabel yang dinyatakan dalam bentuk statistik atau angka. Data yang diperoleh selanjutnya diolah menggunakan teknik statistik yang berguna untuk menilai kebenaran generalisasi prediktif dari teori yang diuji (Ali et al., 2022). Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif diterapkan karena menekankan pada pengukuran keterkaitan antarvariabel berdasarkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Pendekatan tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya dari pengaruh konten TikTok (X) terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop (Y) pada Generasi Z yang berstatus sebagai mahasiswa di wilayah Tangerang Raya.

Penelitian ini termasuk dalam kategori eksplanatif (*explanatory research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian eksplanatif berusaha untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori yang ada untuk memberikan penjelasan ilmiah mengenai bagaimana dan sejauh mana konten TikTok memengaruhi keputusan pembelian konsumen di TikTok Shop. Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kriyantono dalam Kumalasari (2017) yang menjelaskan bahwa penelitian eksplanatif merupakan penelitian yang menelaah hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih, sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena dengan hasil yang dapat digeneralisasikan. Berdasarkan pandangan tersebutlah penelitian ini tidak hanya berupaya memaparkan fenomena penggunaan TikTok oleh Generasi Z, tetapi juga menjelaskan pengaruhnya secara ilmiah terhadap keputusan pembelian yang mereka lakukan.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Pendekatan survei dipilih karena mampu untuk mengukur pengaruh antarvariabel dalam bentuk data numerik serta memungkinkan peneliti memperoleh jumlah data yang relatif banyak dalam waktu yang lebih singkat. Sugiyono dalam Ulum (2018) menjelaskan bahwa metode survei dengan kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyampaikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada responden guna memperoleh informasi yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form. Penggunaan Google Form dinilai lebih praktis dan efisien, mudah diakses oleh responden, serta mendukung proses distribusi dan pengumpulan data secara *online*. Penyusunan kuesioner didasarkan pada indikator-indikator variabel yang telah diuraikan dalam landasan konsep, sehingga setiap butir pernyataan mewakili aspek yang diukur pada variabel konten TikTok (X) dan keputusan pembelian (Y).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini mengacu pada keseluruhan individu yang memiliki karakteristik tertentu dan berkaitan dengan fokus penelitian. Populasi dapat diartikan sebagai kumpulan individu atau kelompok yang menjadi objek kajian peneliti karena dianggap mampu merepresentasikan fenomena yang diteliti (Hildawati et al., 2024). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa dan mahasiswi yang berdomisili ataupun berstatus mahasiswa dari universitas yang ada di wilayah Tangerang Raya meliputi Kota Tangerang, Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang yang aktif menggunakan media sosial TikTok serta pernah melakukan transaksi pembelian melalui TikTok *Shop* setelah terpapar konten TikTok.

Pemilihan populasi tersebut dilakukan karena mahasiswa dianggap sebagai kelompok yang sangat aktif dalam menggunakan media sosial, termasuk TikTok,

serta sering melakukan transaksi di platform *e-commerce* seperti TikTok *Shop*. Dengan demikian, populasi ini dinilai paling sesuai untuk menggambarkan hubungan antara konten TikTok dan keputusan pembelian dalam konteks perilaku konsumen generasi muda. Pada penelitian jumlah populasi mahasiswa di daerah Tangerang Raya diperkirakan sebanyak 1.601.135 berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. Data disortir dari jumlah mahasiswa negeri+swasta yang ada di daerah Tangerang Kota, Tangerang Selatan dan Kabupaten Tangerang. Untuk jumlah populasinya menggunakan data tahun 2024 yang diunggah dan terakhir diperbaharui pada bulan Februari 2025.

Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Negeri dan Swasta di Provinsi Banten

Kabupaten/Kota	Jumlah Perguruan Tinggi di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Negeri	Jumlah Perguruan Tinggi di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Swasta	Jumlah Perguruan Tinggi di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Negeri + Swasta	Jumlah Tenaga Pendidik di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Negeri	Jumlah Tenaga Pendidik di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Swasta	Jumlah Tenaga Pendidik di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Negeri + Swasta	Jumlah Mahasiswa di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Negeri	Jumlah Mahasiswa di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Swasta	Jumlah Mahasiswa di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Negeri + Swasta
Pandeglang	–	6	6	–	348	348	–	10.308	10.308
Lebak	–	4	4	–	160	160	–	5.455	5.455
Tangerang	–	24	24	–	965	965	–	21.423	21.423
Serang	1	10	11	816	515	1.331	26.559	14.137	40.696
Kota Tangerang	–	24	24	–	1.394	1.394	–	33.759	33.759
Kota Cilegon	–	6	6	–	212	212	–	3.319	3.319
Kota Serang	–	15	15	–	964	964	–	26.721	26.721
Kota Tangerang Selatan	1	11	12	693	2.856	3.549	1.445.877	100.076	1.545.953
Banten	2	100	102	1.509	7.414	8.923	1.472.436	215.198	1.687.634

Sumber: Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Provinsi Banten (2025)

3.3.2 Sampel

Populasi penelitian merupakan keseluruhan subjek yang memiliki kriteria tertentu dan relevan dengan permasalahan yang diteliti. Populasi dipahami sebagai seluruh individu atau kelompok yang dijadikan sasaran penelitian karena dinilai dapat menggambarkan fenomena yang menjadi fokus kajian (Hildawati et al., 2024). Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah mahasiswa dan mahasiswi yang tinggal ataupun yang berkuliah di kawasan Tangerang Raya, mencakup Kota Tangerang, Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang yang menggunakan media sosial TikTok secara aktif serta pernah melakukan pembelian melalui TikTok *Shop* setelah memperoleh paparan konten TikTok.

Adapun kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini meliputi:

- (1) Mahasiswa atau mahasiswi yang berdomisili di wilayah Tangerang Raya (Kota Tangerang, Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang)

- (2) Aktif menggunakan aplikasi media sosial TikTok dalam sehari-harinya
- (3) Pernah melakukan pembelian melalui TikTok *Shop* setelah melihat atau terpapar konten TikTok.

Penetapan kriteria tersebut bertujuan untuk menjamin bahwa responden yang dipilih benar-benar memiliki pengalaman yang sesuai dengan variabel yang diteliti. Sementara itu penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Persentase Kelonggaran ketelitian

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dengan pertimbangan bahwa total populasi telah diketahui secara jelas. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Banten, jumlah mahasiswa yang berada di wilayah Tangerang Raya tercatat sebanyak 1.601.135 orang. Dalam perhitungan sampel ini ditetapkan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% atau $e = 0,10$. Rumus Slovin yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.601.135}{1 + (1.601.135 \times 0,01)} + \frac{1.601.135}{16.012,35} = 99,99$$

$n = 99,99$ yang dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang diambil dari populasi mahasiswa di wilayah Tangerang Raya. Penetapan jumlah sampel tersebut bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam proses pengolahan data sekaligus menjaga ketepatan hasil analisis statistik agar tetap mampu merepresentasikan populasi penelitian.

Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah *non-probability sampling* yaitu teknik pemilihan responden yang didasarkan pada kemudahan

peneliti dalam menjangkau responden serta kesesuaiannya dengan kriteria yang telah ditetapkan. Melalui teknik ini individu dalam populasi yang memenuhi kriteria penelitian dapat dijadikan responden tanpa memperhatikan sebaran atau posisi mereka dalam keseluruhan populasi.

3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep

Operasionalisasi variabel merupakan tahapan untuk mengubah konsep-konsep teoretis menjadi indikator yang dapat diukur secara empiris melalui penggunaan instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel pokok yang digunakan, yaitu

- Variabel bebas berupa konten TikTok (X).
- Variabel terikat berupa keputusan pembelian di TikTok Shop (Y).

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Konten TikTok

Konsep Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Ukuran	Skala
Konten TikTok (X)	Bentuk penyajian informasi digital dalam format video pendek di platform TikTok yang mampu memengaruhi persepsi dan respon audiens (Oktaviani et al., 2025).	Kualitas Informasi	Tingkat kejelasan, kelengkapan, dan manfaat informasi yang disampaikan dalam konten.	Likert 1-5
		Daya Tarik Visual	Tingkat ketertarikan visual berdasarkan warna, desain, kreativitas, dan estetika video.	Likert 1-5
		Interaktivitas	Tingkat keterlibatan yang dihasilkan konten melalui fitur TikTok (likes, komentar, CTA).	Likert 1-5

		Frekuensi Konten	Seberapa sering konten serupa muncul dan diterima audiens.	Likert 1-5
		Kredibilitas Kreator	Tingkat kepercayaan audiens terhadap pembuat konten, reputasi, dan keaslian informasi.	Likert 1-5

(Sumber: Olahan Peneliti, 2025)

Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Konsep Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Ukuran	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Proses mental dan emosional yang dilalui konsumen dalam memilih dan memutuskan untuk membeli suatu produk atau layanan (Habibah & Sumiati dalam Alvianti et al., 2024).	Kemantapan Membeli	Tingkat keyakinan konsumen dalam memilih dan memutuskan membeli suatu produk.	Likert 1-5
		Pertimbangan Pembelian	Tingkat penilaian konsumen terhadap alternatif produk yang tersedia.	Likert 1-5
		Kesesuaian Atribut Dengan Kebutuhan	Sejauh mana produk yang dibeli mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.	Likert 1-5

(Sumber: Olahan Peneliti, 2025)

Berikut merupakan tabel berisikan daftar pernyataan kuesioner untuk variabel konten TikTok (X) menurut Oktavianti et al., (2025) yaitu Kualitas Informasi, Daya Tarik Visual, Interaktivitas, Frekuensi Konten dan Kredibilitas Kreator.

Tabel 3. 4 Daftar Pernyataan Kuesioner Variabel Konten TikTok (X)

Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Konten TikTok (X)	Kualitas Informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Pernah Berbelanja di TikTok <i>Shop</i> setelah terpapar konten TikTok - Konten TikTok yang saya lihat dapat menyampaikan informasi dengan jelas. - Konten TikTok memberikan informasi yang bermanfaat bagi saya. - Informasi dalam konten TikTok disajikan secara lengkap. - Informasi dalam konten TikTok relevan dengan yang saya butuhkan. 	Likert 1-5
	Daya Tarik Visual	<ul style="list-style-type: none"> - Tampilan visual konten TikTok menarik perhatian saya. - Visual dalam konten TikTok terlihat kreatif. - Visual yang terlihat di konten TikTok membuat saya ingin menonton konten tersebut sampai akhir. 	Likert 1-5
	Interaktivitas	<ul style="list-style-type: none"> - Saya sering memberikan like, komentar, save atau share pada suatu konten TikTok. - Konten TikTok mendorong saya untuk berinteraksi (klik link/CTA). - Fitur interaksi pada TikTok membantu saya memahami produk lebih baik. 	Likert 1-5
	Frekuensi Konten	<ul style="list-style-type: none"> - Saya sering melihat konten serupa tentang produk yang sama di TikTok. - Konten TikTok tentang suatu produk tertentu muncul berulang kali di beranda saya. - Semakin sering saya melihat konten tersebut, semakin saya lebih mengenal produknya lebih dalam. 	Likert 1-5
	Kredibilitas Kreator	<ul style="list-style-type: none"> - Saya percaya dengan konten kreator yang mengulas suatu produk di TikTok. - Kreator yang mengulas suatu produk terlihat apa adanya dalam menyampaikan opininya. 	Likert 1-5

		- Reputasi kreator membuat saya semakin yakin dengan konten yang dibagikannya.	
--	--	--	--

(Sumber: Olahan Peneliti, 2025)

Berikut merupakan tabel berisikan daftar pernyataan kuesioner untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) menurut Habibah & Sumiati dalam Alvianti et al., (2024) yaitu Kemantapan Membeli, Pertimbangan Pembelian dan Kesesuaian Atribut Dengan Kebutuhan.

Tabel 3. 5 Daftar Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Konsep Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan Membeli	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa yakin untuk membeli parfum setelah melihat konten TikTok. - Konten TikTok membantu saya memutuskan membeli parfum di TikTok Shop. - Saya tidak ragu ketika memutuskan membeli produk parfum. 	Likert 1-5
	Pertimbangan Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> - Konten TikTok membantu saya dalam membandingkan suatu parfum dengan alternatif lainnya. - Saya mempertimbangkan membeli parfum karena penjelasan pada konten TikTok. - Saya mengevaluasi kelebihan, kekurangan parfum sebelum akhirnya membeli. - Setelah melihat konten TikTok, TikTok Shop menjadi pilihan saya karena produk parfum yang saya inginkan lebih mudah ditemukan. - Saya lebih percaya membeli parfum langsung lewat TikTok Shop. - Saya membeli parfum di TikTok Shop karena proses transaksi, pengiriman lebih mudah dibandingkan <i>e-commerce</i> lainnya. 	Likert 1-5
	Kesesuaian Atribut	<ul style="list-style-type: none"> - Parfum di TikTok Shop sesuai dengan informasi yang saya lihat di konten TikTok. 	Likert 1-5

	Dengan Kebutuhan	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi dalam konten TikTok cocok dengan kenyataan parfum yang saya terima. - Saya merasa parfum yang dibeli di TikTok <i>Shop</i> sesuai ekspektasi dari konten TikTok. 	
--	------------------	---	--

(Sumber: Olahan Peneliti, 2025)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur atau langkah sistematis yang digunakan untuk memperoleh informasi, fakta, maupun data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer.

a. Data Primer

Kuesioner menjadi salah satu instrumen utama dalam penelitian kuantitatif karena mampu mengukur variabel penelitian secara terencana dan terstruktur. Data yang diperoleh melalui kuesioner termasuk ke dalam data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari responden sebagai sumber pertama melalui kegiatan survei yang dirancang dan disebarakan oleh peneliti (Hildawati et al., 2024). Dalam proses pengukuran, penelitian ini menerapkan skala Likert yaitu skala ordinal yang digunakan untuk mengetahui tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan tertentu. Skala Likert umumnya terdiri atas lima alternatif jawaban yang menunjukkan rentang tingkat persetujuan dari paling rendah hingga paling tinggi sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai sikap dan persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Adapun tabel skala Likert disajikan sebagai berikut:

No	Skala
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)

4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Tabel 3. 6 Skala *Likert*

(Sumber: Hildawati et al., 2024)

3.6 Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas)

3.6.1 Uji Validitas

Suatu hasil penelitian dapat dikatakan valid apabila data yang diperoleh memiliki kesesuaian dengan kondisi sebenarnya dari objek yang diteliti. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan benar-benar layak, karena instrumen yang valid merupakan prasyarat utama dalam menghasilkan temuan penelitian yang sah (Hildawati et al., 2024). Validitas menggambarkan kemampuan setiap butir pernyataan dalam kuesioner untuk mewakili variabel yang diteliti, baik variabel independen (X) yaitu konten TikTok maupun variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dan dianalisis menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 30.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} atau nilai signifikansi lebihkecil 0,05 maka H_0 ditolak dan dinyatakan valid.
2. Jika nilai r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} atau nilai signifikansi lebih besar 0,05 maka H_0 diterima dan dinyatakan tidak valid.
3. Nilai r_{tabel} adalah 5% ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan (db) = $n - 2$

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung hubungan antara skor masing-masing item pernyataan dan skor total menggunakan metode korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N : Jumlah responden

x : Skor item

y : Skor total

$\sum xy$: Jumlah hasil perkalian skor item dan skor total

x^2 : Jumlah kuadrat skor item

y^2 : Jumlah kuadrat skor total

$(\sum x)^2$: Kuadrat jumlah skor item

$(\sum y)^2$: Kuadrat jumlah skor total

Untuk mengukur validitas penelitian ini menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan *pre-test* Uji Validitas dilakukan dengan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 30 terhadap 30 responden. Pengujian validitas dilakukan terhadap 30 responden, sehingga nilai *degree of freedom* (df) ditentukan dengan rumus $df = n - 2$, yaitu $30 - 2 = 28$. Pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), nilai r tabel yang digunakan adalah sebesar 0,361.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Pre-Test Variabel X

Item Pernyataan	R Tabel	R Hitung (Pearson)	Keterangan
X1	0,361	0,828	VALID
X2	0,361	0,638	VALID
X3	0,361	0,807	VALID
X4	0,361	0,721	VALID
X5	0,361	0,737	VALID
X6	0,361	0,696	VALID
X7	0,361	0,755	VALID

X8	0,361	0,599	VALID
X9	0,361	0,661	VALID
X10	0,361	0,528	VALID
X11	0,361	0,423	VALID
X12	0,361	0,391	VALID
X13	0,361	0,852	VALID
X14	0,361	0,786	VALID
X15	0,361	0,670	VALID
X16	0,361	0,435	VALID
X17	0,361	0,846	VALID

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS 30, n=30, 2025)

Berdasarkan tabel tersebut, variabel pengaruh konten TikTok (X) menunjukkan hasil yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,361. Nilai yang diperoleh variabel (X) dinyatakan valid karena melebihi nilai r tabel yang sudah ditetapkan yaitu 0,361.

Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Pre-Test Variabel Y

Item Pernyataan	R Tabel	R Hitung (Pearson)	Keterangan
Y1	0,361	0,869	VALID
Y2	0,361	0,432	VALID
Y3	0,361	0,574	VALID
Y4	0,361	0,816	VALID
Y5	0,361	0,751	VALID
Y6	0,361	0,624	VALID
Y7	0,361	0,840	VALID
Y8	0,361	0,797	VALID
Y9	0,361	0,769	VALID
Y10	0,361	0,827	VALID
Y11	0,361	0,727	VALID
Y12	0,361	0,441	VALID

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS 30, n=100, 2025)

Berdasarkan tabel tersebut, variabel Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan hasil yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,361. Nilai yang diperoleh variabel (Y) dinyatakan valid karena melebihi nilai r tabel yang sudah ditetapkan yaitu 0,361.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik, sehingga mampu menghasilkan data yang reliabel sebagai syarat utama dalam memperoleh hasil penelitian yang dapat dipercaya (Hildawati et al., 2024). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini diterapkan pada seluruh item pernyataan yang terdapat pada variabel konten TikTok (X) dan keputusan pembelian (Y).

Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha* dengan pertimbangan bahwa instrumen penelitian menggunakan skala *Likert* yang bersifat ordinal. Proses pengujian dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 30. Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas didasarkan pada nilai *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

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

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α : Koefisien reliabilitas

k : Jumlah item pernyataan

σ_i^2 : Varians setiap item

σ_t^2 : Varians total

Untuk menguji instrumen pernyataan pada kuesioner dinyatakan reliabel atau tidaknya, maka dilakukan pre-test kepada 30 responden.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.923	17

Gambar 3. 1 Hasil Uji Reliabilitas pre-test Variabel X

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS 30, n=30, 2025)

Berdasarkan data dari gambar diatas, nilai yang didapatkan dari uji reliabilitas variabel konten TikTok (X) memiliki angka sebesar 0,923 yang menunjukkan bahwa item pernyataan yang ada dalam variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	12

Gambar 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas pre-test Variabel Y

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS 30, n=30, 2025)

Berdasarkan data tabel dari gambar diatas, nilai yang didapatkan dari uji reliabilitas variabel keputusan pembelian pada TikTok *Shop* (Y) memiliki angka sebesar 0,910 yang menunjukkan bahwa item pernyataan yang ada dalam variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari hasil penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), yang bertujuan untuk menilai *goodness of fit* dengan melihat tingkat kesesuaian antara distribusi data sampel dan distribusi teoritis tertentu khususnya distribusi normal. Metode ini membandingkan sebaran data pada sampel penelitian dengan distribusi normal sebagai acuan (Fitri et al., 2023). Adapun ketentuan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

1. “Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan memiliki distribusi normal.”

2. “Jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari atau sama dengan 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.”

Hasil dari pengujian normalitas ini selanjutnya dijadikan dasar untuk menilai kelayakan data sebelum dilakukan analisis regresi linear sederhana pada tahap pengujian berikutnya.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana atau *simple linear regression* merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi, memahami, serta mengukur pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen (Fitri et al., 2023). Pada penelitian ini, regresi linear sederhana diterapkan untuk menguji pengaruh konten TikTok (X) terhadap keputusan pembelian pada TikTok Shop (Y) pada mahasiswa yang berada di wilayah Tangerang Raya. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengetahui arah hubungan serta tingkat pengaruh yang dihasilkan oleh variabel konten TikTok terhadap variabel keputusan pembelian.

Model persamaan regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Keputusan pembelian

X : Konten TikTok

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

Nilai konstanta (a) bertujuan menunjukkan besarnya nilai keputusan pembelian ketika variabel konten TikTok bernilai nol. Koefisien regresi (b)

bertujuan untuk menunjukkan besarnya perubahan keputusan pembelian yang terjadi akibat peningkatan satu satuan pada variabel konten TikTok.

3.7.2 Uji Parsial(t)

Uji beda rata-rata yang dikenal sebagai uji t (t -test) digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi (Fitri et al., 2023). Pada penelitian ini, uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel konten TikTok (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop (Y) pada mahasiswa di wilayah Tangerang Raya. Pengujian ini dilakukan dengan menganalisis nilai t hitung serta tingkat signifikansi (Sig.).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t mengacu pada taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), dengan ketentuan sebagai berikut:

1. “Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.”
2. “Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.”

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Koefisien determinasi merupakan hasil kuadrat dari koefisien korelasi (r^2) (Ulum, 2018).

Besarnya koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R Square (R^2) yang diperoleh dari hasil analisis regresi linear sederhana. “Nilai R^2 berada pada kisaran antara 0 hingga 1. Semakin mendekati nilai 1, maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen”. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati 0 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin rendah. Dalam

penelitian ini nilai R^2 digunakan sebagai informasi pendukung untuk memperkuat temuan hasil analisis regresi linear sederhana dan uji parsial (uji t).

