

**PENGARUH APLIKASI TIKTOK AFFILIATE SEBAGAI SARANA PENAMBAH
UANG SAKU PADA MAHASISWA ADMINISTRASI NEGARA**

Mata Kuliah : Metode Penelitian Administrasi Publik

Dosen pengampu : Intan Fitri Meutia, S.A.N., M.A., Ph.D



Disusun oleh :

Nia Debrita Br Surbakti 2216041090

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NEGARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2023

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan acuan yang menjadi dasar bagi para peneliti untuk mengungkapkan fakta-fakta melalui penelitian yang dilakukan. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma postpositivisme dengan ciri-ciri reduksionistis, logis, empiris berorientasi sebab akibat. Paradigma postpositivisme melihat penelitian sebagai serangkaian langkah yang terhubung secara logis, meyakini keragaman, pemikiran daripada partisipan menjadi realitas tunggal yang mendukung metode pengumpulan serta proses analisis data yang tepat dan teliti. Pendekatan ini sering digunakan dalam riset kuantitatif, untuk ketetapan dan ketelitian maka proses analisisnya menggunakan beberapa tahap dan program untuk mendukung analisis, mendorong pendekatan-pendekatan validitas, dan menulis studi-studi kualitatif dalam bentuk laporan ilmiah dengan struktur menyerupai artikel kuantitatif (Denzin & Lincoln, 2005).

3.2 Metode Dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian survei merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data secara alamiah (tidak dibuat-buat), perolehan data dapat dilakukan dengan mengedarkan kuisioner, pengamatan, dan wawancara terstruktur. Metode survei dengan pendekatan kuantitatif merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan mengukur, mengidentifikasi, dan menganalisis suatu fenomena dalam bentuk angka atau numerik. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasari pada pengumpulan data serta analisis data dalam bentuk angka (numerik). Penelitian kuantitatif fokus pada analisis data-data numerik yang diolah dengan metode statistik. Melalui metode kuantitatif akan menghasilkan signifikasi hubungan variabel.

3.3 Metode Operasionalisasi Konsep

Operasional merupakan definisi terhadap variabel berdasarkan konsep teori namun bersifat teori, agar variabelnya dapat diukur dan diuji baik peneliti sendiri maupun peneliti yang lain. Definisi operasional variabel merupakan kejelasan dari variabel yang diteliti (Samsuri, 2003:3). Menurut Singgarimbun dan Effendi (2001:123) definisi operasional merupakan bagian dari penelitian yang menunjukkan bagaimana seharusnya suatu variabel

diukur. Operasional variabel adalah semua variabel yang telah ditetapkan dan dipelajari untuk membangun dan mengukur variabel dan indikator yang telah ditetapkan dalam penelitian.

Adapun operasional variabel dari penelitian ini adalah :

1. Jumlah Tayangan Pada Video

Adapun indikator yang mempengaruhi :

- a) Fokus atau niche (jenis) dalam video
- b) Audio/sound yang digunakan
- c) Hastag yang digunakan saat mengupload video

2. Keputusan Pembelian Produk

Adapun indikator yang mempengaruhi :

- a) Pesan yang disampaikan dalam video
- b) Kegunaan dari sebuah produk yang disampaikan dengan jelas
- c) Kemudahan untuk mengakses produk yang diiklankan

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017:80), populasi merupakan bidang umum yang terdiri dari objek dan subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi tidak hanya berbicara tentang orang tetapi juga subjek studi lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa administrasi negara yang menggunakan tiktok yang pastinya sudah tau fitur dalam aplikasi tiktok atau bahkan sudah pernah melakukan pembelian ditiktok shop maupun sebagai konten kreator atau affiliator.

Sampel menurut Silaen dan Widiyono (2013:87), populasi yang diambil dengan cara tertentu diamati karakteristiknya untuk mendapat kesimpulan yang dianggap mewakili populasi. Tidak semua populasi diikuti sertakan dalam penelitian karena dengan sampel kita sudah mendapat dan bisa menyimpulkan jawaban dari pertanyaan penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simpel random sampling, diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data sebagai suatu metode yang independen terhadap metode analisis data atau bahkan menjadi alat utama metode dan

teknik analisis data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian akan digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan pada rumusan masalah dan kemudian akan digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan atau kesimpulan.

Adapun metode pengumpulan data yang dapat digunakan adalah metode survei yang datanya dapat dikumpulkan melalui :

1. Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara memberikan angket yang berisi berbagai pertanyaan untuk dijawab oleh responden.

2. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan cara mengamati secara langsung di lokasi penelitian.

3. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab langsung antara peneliti dengan narasumber, namun dapat juga dilakukan melalui media seperti, telepon, zoom, email dan video call.

3.6 Metode Pengujian Data

Pengujian data kuantitatif merupakan proses untuk menguji hipotesis, membuat estimasi, atau mengidentifikasi pola dalam data berdasarkan metode statistik.

3.7 Metode Analisis Data

Untuk mendapatkan hasil data yang valid dan reliabel pada instrumen penelitian maka perlu dilakukan pengujian atau analisis data :

1. Uji Validitas

Hasil penelitian bisa dikatakan valid jika data yang sudah dikumpulkan dengan data yang ada di lapangan menunjukkan kesamaan. Instrumen yang valid berarti instrumen pengukuran yang berguna untuk memperoleh data adalah valid (Sugiyono, 2017:112). Menurut Sugiyono, pengujian validitas dilakukan dengan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan skor numerik item-item instrumen dalam suatu koefisien dan mengkorelasikan skor numerik setiap item instrumen dalam suatu koefisien dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen yaitu:

- a. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner bersifat valid.

b. Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner bersifat tidak valid.

Untuk mengukur keaslian dalam instrumen penelitian menggunakan rumus korelasi product moment oleh Pearson (dalam Suharsimi, 2006:170) yakni:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

2. Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas Hasil penelitian dikatakan reliabel jika hasil data yang diperoleh menunjukkan kesamaan pada interval waktu yang berbeda. Alat tersebut dinyatakan reliabel jika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama dan selalu menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:121). Pengujian reliabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa suatu perangkat cukup andal untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena perangkat tersebut sudah baik.

3.8 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang sudah dilakukan maka ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dan mungkin bisa menjadi hal yang lebih diperhatikan di penelitian selanjutnya. Yang pertama objek penelitian ini sangat terbatas hanya fokus pada satu hal yakni tiktok affiliate. Yang kedua dalam proses pengambilan data, kita tidak dapat memastikan bahwa responden benar-benar menjawab sesuai dengan pendapatnya atau tidak, pendapat yang berbeda dari setiap responden serta faktor jujur atau tidaknya responden saat mengisi kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022, March). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). In FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN-SINTA 4 (Vol. 11, No. 2, pp. 228-241).
- Batubara, J. (2017). Paradigma penelitian kualitatif dan filsafat ilmu pengetahuan dalam konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95-107.
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Tampenawas, J. L. (2023). PENGARUH INFLUENCER MARKETING, CONTENT MARKETING DAN EFEKTIVITAS TIKTOK AFFILIATE TERHADAP BRAND AWARENESS SKINCARE HANASUI (Study Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 772-784.