

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan jenis pendekatan kuantitatif jika dilihat dari jenis datanya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang bisa diukur dengan angka, dan bisa dilakukan melalui pengisian kuisisioner, observasi atau dengan menggunakan pengolahan data sekunder (Radjawane, 2023). Data yang telah terkumpul selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk mendapatkan hasil akhir dan kesimpulan yang objektif dan bisa diandalkan.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang secara umum akan menggambarkan wilayah penelitian atau sasaran penelitian secara komprehensif, yang meliputi karakteristik wilayah, sejarah perkembangan, struktur organisasi, tugas pokok dan fungsi lain-lain sesuai dengan pemetaan wilayah penelitian yang dimaksud (Salma, 2021). Adapun objek dari penelitian ini adalah konsumen *e-Commerce* Shopee Live dan TikTok Shop yang melakukan *impulse buying* (pembelian secara mendadak) saat *live shopping*.

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari *product quality*, *impulse buying* & *parasocial interaction* sebagai variabel mediasi. Operasionalisasi dan pengukuran variabel penelitian secara lengkap dapat dilihat dalam tabel 3.1.

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Definisi	Dimensi	Indikator	Ukuran	Kode
<p><i>Product Quality (PQI)</i></p> <p>Salah satu nilai utama dari keseluruhan karakteristik nilai tambah dan suatu spesifikasi yang dimiliki suatu barang atau jasa dan bergantung pada kemampuannya untuk bersaing di pasar dan dapat memenuhi keinginan konsumen</p>	<i>Performance</i>	Karakteristik operasi dari produk inti	1. Tingkat perasaan senang jika produk dapat bersaing dipasar dan memenuhi keinginan konsumen	PQ1
			2. Tingkat perasaan sedih jika produk gagal bersaing di pasar	PQ2
	<i>Durability</i>	Berapa lama produk bisa dipakai	1. Produk dapat bertahan lama di pasaran	PQ3
			2. Tidak kalah dengan produk yang baru launching	PQ4
	<i>Confermance to spesification</i>	Produk memenuhi karakteristik desain dan operasi yang memenuhi standar sebelumnya	1. Produk memenuhi spesifikasi dan tidak cacat	PQ5
			2. Kelengkapan dari sebuah produk	PQ6
	<i>Features</i>	Inovasi produk	1. Merasa senang saat produk dilengkapi dengan fitur yang <i>up to date</i>	PQ7
	<i>Aesthetic</i>	Penampilan produk	1. Warna dari desain dan produk	PQ8
			2. Tampilan fisik dari sebuah produk	PQ9
	<i>Perceived Quality</i>	Pengukuran penggunaan suatu produk	1. Konsumen merasa kurang atas informasi yang diberikan atas produk yang bersangkutan	PQ10

Sumber: Olah data, 2024

Definisi	Dimensi	Indikator	Ukuran	Kode
<p><i>Parasocial Interaction (PI2)</i></p> <p><i>Parasocial Interaction</i> adalah terjadinya suatu interaksi dan adanya respons antara figur dengan audiens yang dilakukan dalam media massa dan biasanya akan terjalannya kedekatan emosional.</p>	Figur Media	Interaksi sosial	1. Tingkat ketertarikan untuk mengunjungi profile dari figur media yang muncul di media sosial	PI1
			2. Mengikuti akun sosial media figur media	PI2
	Perasaan Emosional	Merasa terbawa suasana	1. Terbawa suasana saat terjadinya interaksi antara fitur media dan audiens	PI3
			2. Perasaan bahagia dan merasa ditemani	PI4
	Timbul kedekatan	Produk memenuhi karakteristik desan dan operasi yang memenuhi standar sebelumnya	1. Keinginan untuk bertemu	PI5
			2. Merasa dekat seperti teman	PI6
		Percaya pada informasi	1. Menantikan untuk membaca semua artikel yang berhubungan dengan figur media	PI7
	2. Menyukai semua konten yang dibagikan oleh figur media dan dibagikan pada media sosial		PI8	
	3. Menyebarkan setiap informasi yang diberikan oleh figur media		PI9	

Sumber: Olah data, 2024

Definisi	Dimensi	Indikator	Ukuran	Kode
<p><i>Impulse Buying (IB)</i></p> <p>Suatu kegiatan yang pembelian yang dilakukan secara tiba-tiba didasari dengan adanya dorongan aspek aspek yang mempengaruhi konsumen untuk mendorong munculnya semangat dan motivasi belanja secara impulsif.</p>	Kesenangan belanja	Kenyamanan belanja	1. Perasaan senang saat berbelanja	IB1
			2. Mengetahui tentang produk	IB2
			3. Muncul kenyamanan dengan membandingkan harga	IB3
	Pemasaran yang membangun	Produk	1. Merasa senang saat produk mementingkan kualitas produk	IB4
			Promosi	1. Melakukan inovasi pada produk
				2. Kemudahan dalam memperoleh informasi produk
	Ketersediaan waktu dan uang	Kondisi uang yang dimiliki	1. Melakukan pembelian	IB6
			2. Tidak merasa rugi atas pembelian berulang	IB7
Pekerjaan	Penghasilan perbulan	1. Melakukan pembelian secara impulse pada saat menerima gaji	IB8	

Sumber: Olah data, 2024

Adapun variabel pada indikator di atas dikembangkan menjadi instrumen penelitian yang dituangkan dalam berbagai pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Adapun pengukuran menggunakan skala likert. Skala likert digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sehingga untuk dapat mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini digunakan instrument penelitian berupa penyebaran kuisisioner (Arissaputra, 2018).

3.3 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang peneliti peroleh dari sumber atau informan utama. Sedangkan data sekunder adalah data pendukung atau pelengkap informasi dari data primer (Siregar et al., 2022).

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah langsung oleh peneliti dari objek penelitian dan sumber informan aslinya. Data primer ini dapat diperoleh berupa angka, fakta, opini, atau pengalaman yang dikumpulkan pertama kali oleh peneliti. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada pihak yang berhubungan dengan penelitian sebagai responden (Siregar et al., 2022).

b) Data Sekunder

Data Sekunder merujuk pada data yang diperoleh dari sumber lain. Pengumpulan data sekunder juga dilakukan oleh peneliti, dengan cara membaca buku referensi, jurnal penelitian, dan artikel yang terkait dengan penelitian yang dilakukan (Siregar et al., 2022).

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua metode untuk mengumpulkan data, dua metode yang dimaksud yaitu :

a) Kuisisioner

Kuisisioner merupakan instrumen pengumpulan data dari suatu sampel populasi yang berjumlah banyak dan representatif. Dalam kuisisioner terdapat sekumpulan pertanyaan yang harus di jawab oleh responden. Kuisisioner akan diberikan kepada responden dengan cara terbuka dan sebelumnya peneliti menjelaskan tata cara menjawab kuisisioner dengan menggunakan skala likert. Skala likert ini digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi konsumen (Arissaputra, 2018). Terdapat lima tingkatan instrumen pengukuran skala likert, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

Sumber: Olah data, 2024

Presentase dibagi sesuai dengan metode pengambilan data pada penelitian yaitu dengan menggunakan skala likert dimana tanggapan responden berdasarkan skala 1 sampai 5, 1 adalah sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju, 5 sangat setuju.

- A. Nilai Indeks Maksimum = Skala tertinggi = $100 \times 10 = 1000$ (100%)
 B. Nilai Indeks Minimum = Skala terendah = $100 \times 1 = 100$ (10,0%)
 C. Jarak Interval = [nilai maksimum - nilai minimum]: 5
 = $(100\% - 10,0\%) : 5 = 18,0\%$

Sehingga diperoleh kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Pedoman Kategorisasi Skor Tanggapan Responden

Persentase Skor	Kategori Skor
10,00 – 28,00	Sangat Tidak Setuju
28,01 – 46,00	Tidak Setuju
46,01 – 64,00	Netral
64,01 – 82,00	Setuju
82,01 – 100	Sangat Setuju

Sumber: Olah data, 2024

b) Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian (Arissaputra, 2018).

c) Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan merupakan teknik peninjauan pengumpulan data yang dilakukan dengan mendatangi langsung objek penelitian dengan tujuan untuk mencari bahan penelitian sebenarnya, mengamati subjek dan objek penelitian, sehingga peneliti dapat memahami betul kondisi yang sebenarnya. Pengamatan bersifat partisipatif, yaitu peneliti berada didalam sistem yang diamati (Arissaputra, 2018).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian atau totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti dapat berupa orang, individu, kelompok, atau sesuatu hal yang didalamnya dapat memberikan informasi dan memiliki ciri yang sama (Arissaputra, 2018). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *e-Commerce* Shopee dan TikTok Shop melalui fitur *live shopping*.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini tidak adanya data sekunder yang jelas atau belum diketahui terkait berapa total konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *e-Commerce* Shopee dan TikTok Shop pada saat *live shopping* yang menjadikan tidak adanya kerangka sampel. Oleh karena itu dalam penelitian ini penarikan sampel menggunakan teknik *non-probability* sampling. Peneliti mengambil teknik *non-probability* menggunakan insidental sampling yang dimana calon responden yang terpilih kebetulan berada dalam satu area atau lokasi dan memenuhi kriteria. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka dalam menentukan sampel peneliti menggunakan rumus Lemeshow

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2} = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{(1)^2} = 96,04$$

Keterangan :

n	Jumlah sampel minimum yang diperlukan
$Z\alpha$	Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$
P	Prevelensi outcome yang dipakai 50%
Q	$1-P$
L	Tingkat ketelitian 10%

Dengan menggunakan rumus ini, maka dapat diperoleh jumlah sampel minimum adalah 96 orang. Dengan ini peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random yang akan diteliti sebesar 100 orang dari hasil pembulatan 96 orang.

3.5 Metode Pengujian dan Analisis Data

3.5.1 Metode Pengujian Data

Metode pengujian data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif komparatif dan verifikatif. Teknik analisis deskriptif komparatif bertujuan untuk mengetahui sebab akibat yang menjadi variabel bebas dan mungkin memiliki hubungan dengan akibat yang muncul sebagai variabel terikat berdasarkan dengan

pengamatan yang dilakukan oleh peneliti. Tujuan dari penelitian deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk membuat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat berdasarkan fakta fakta dan hubungan antara fenomena yang menjadi masalah. Dalam metode deskriptif peneliti dapat membandingkan fenomena fenomena tertentu sehingga akhirnya menjadi suatu studi komparatif. Komparatif merupakan suatu penelitian yang membandingkan keberadaan suatu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda (Amelya et al., 2021). Oleh karena itu penggunaan metode deskriptif komparatif dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan fitur-fitur TikTok Shop dan Shopee Live pada saat *live shopping*.

Sedangkan analisis verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menguji seberapa besar pengaruh *product quality* terhadap *impulse buying* melalui *parasocial interaction* pada saat *live shopping*. Analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan metode *partial least square structural equation model* melalui program Smart PLS 4.0. SEM digunakan untuk menguji validitas kerangka teoritis yang diajukan dalam penelitian ini, sekaligus melakukan pengujian terhadap hipotesis yang sudah diajukan. *Partial least square* (PLS) merupakan pendekatan berbasis komponen untuk pengujian model persamaan struktural atau SEM. PLS bersifat *predictive* model, yaitu dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel serta dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif. PLS didasarkan pada gagasan yang memiliki dua prosedur interaktif yang menggunakan estimasi kuadrat terkecil untuk model tunggal dan multi-komponen. PLS menerapkan prosedur algoritma yang bertujuan untuk meminimalkan varians dari semua variabel dependen. Tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk mendapat nilai variabel untuk tujuan prediksi. PLS terbagi atas model pengukuran dan model struktural (Arissaputra, 2018).

3.5.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yang didalamnya berisi data berupa angka angka dan cara pembahasannya. Data kuantitatif yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM). SEM digunakan untuk menguji validitas kerangka teoritis yang diajukan dalam penelitian ini, sekaligus melakukan pengujian terhadap hipotesis yang sudah diajukan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan PLS SEM karena model penelitian yang diteliti mempunyai konstruk yang berbentuk formatif yaitu hubungan antara konstruk *second order* dengan konstruk *first order* sebagai indikatornya. PLS mengenal dua macam komponen pada model kausal, yaitu model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*). Model struktural terdiri dari dua jenis konstruk laten yang tidak dapat diobservasi, yaitu konstruk *first order* dan *second order*. Sedangkan model pengukuran terdiri dari indikator-indikator yang dapat diobservasi. Pada pengujian ini juga dilakukan estimasi koefisien-koefisien jalur yang mengidentifikasi kekuatan dari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Model pengukuran terdiri dari hubungan indikator-indikator variabel yang dapat diobservasi dan konstruk *first order* yang diukur dengan indikator-indikator tersebut. Selanjutnya konstruk *second order* yang diukur dengan konstruk *first order* sebagai indikatornya (Arissaputra, 2018). Tabel 3.4 menjelaskan kriteria penilaian model PLS.

Tabel 3. 4
Kriteria Penilain PLS

Kriteria Evaluasi Model Pengukuran Refleksif	Penjelasan
<i>Loading factor</i>	Nilai <i>loading factor</i> harus di atas 0,70.
<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite reliability</i> mengukur <i>internal consistency</i> dan nilainya harus di atas 0,60.
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Nilai AVE harus di atas 0,50.
Validitas Diskriminan	Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.
<i>Cross Loading</i>	Merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan. Diharapkan setiap blok indikator memiliki <i>loading</i> lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk variabel lainnya.

Sumber : (Arissaputera, 2018)

Tabel 3. 5
Kriteria Penilaian PLS (sambungan)

Kriteria Evaluasi Model Pengukuran Formatif	Penjelasan
Signifikansi nilai <i>Weight</i>	Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikansi ini dinilai dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .
Multikolonieritas	Variabel <i>manifest</i> dalam blok harus diuji apakah terdapat multikol. Nilai <i>variance inflation factor</i> (VIF) dapat digunakan untuk menguji hal ini. Nilai VIF di atas 10 mengindikasikan terdapat multikol.

Sumber : (Arissaputera, 2018)

Evaluasi Model Struktural	Penjelasan
R ² untuk variable laten endogen	Hasil R ² sebesar 0,67, 0,33 dan 0,19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan bahwa model “baik”, “moderat”, dan “lemah”.
Estimasi koefisien jalur	Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikansi ini dapat diperoleh dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .
f ² untuk <i>effect size</i>	Nilai f ² sebesar 0,02, 0,15 dan 0,35 dapat diinterpretasikan apakah prediktor variabel laten mempunyai pengaruh yang lemah, medium atau besar pada tingkat struktural.
Relevansi Prediksi (Q ² dan q ²)	Nilai Q ² di atas nol memberikan bukti bahwa model memiliki <i>predictive relevance</i> . Q ² di bawah nol mengindikasikan model kurang memiliki <i>predictive relevance</i> .

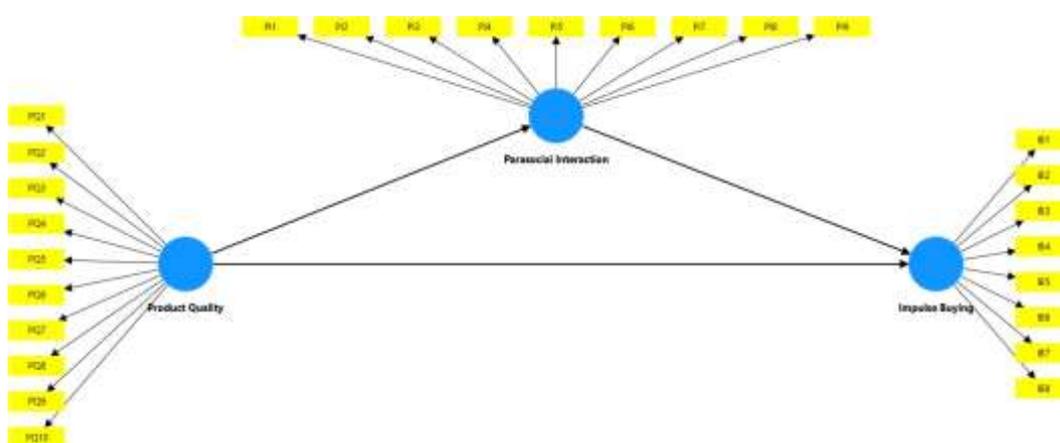
Sumber : (Arissaputera, 2018)

Adapun metode analisis data yang dipakai sebagai berikut :

a. Model Diagram Jalur

Tujuan diagram jalur adalah untuk memudahkan peneliti melihat hubungan antara konstruk dengan lainnya serta antara konstruk dengan indikatornya dalam bentuk visualisasi berupa gambar. (Arissaputra, 2018)

Berikut gambar model diagram jalur pada penelitian ini:



Gambar 3. 1 Diagram Jalur

Sumber: Olah data, 2024

b. Analisis Outer Model

Menurut (Arissaputra, 2018) *Outer model* sering disebut juga model *measurement* yang mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel. *Outer Model* digunakan guna menilai adanya validitas dan realibilitas model. Adapun uji yang dilakukan pada *outer model* :

- 1) *Convergent Validity*. Nilai *convergent validity* merupakan nilai loading faktor yang terdapat pada variabel laten dengan indikator-indikator. Adapun nilai *loading factor* >0,7 akan dikatakan ideal.
- 2) *Discriminant Validity*. Nilai yang berguna untuk mengetahui apakah ada konstruk yang cukup deiskriminan dengan menggunakan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dimaksud, dan memiliki nilai lebih besar dari nilai loading dengan konstruk lain.
- 3) *Composite Realibity*. SEM digunakan untuk menguji validitas kerangka teoritis yang diajukan dalam penelitian ini, sekaligus melakukan pengujian terhadap hipotesis yang sudah diajukan
- 4) *Cronbanch Alpha*. Nilai yang diharapkan > 0,6 dan berlaku bagi semua konstruk. Dalam PLS, uji realibilitas diperkuat dengan adanya cronbach alpha dimana konsistensi setiap jawaban diujikan. Cronbach's alpha dikatakan baik apabila $\alpha > 0.60$.

c. Analisis Inner Model

Menurut (Arissaputra, 2018) *Inner model* merupakan spesifikasi hubungan *structural model* yang menggambarkan adanya hubungan antar variabel laten berdasarkan dengan teori substantif penelitian. Berikut persamaan inner model pada penelitian ini:

$$\eta = \square_{11} \epsilon_1 + \square_{21} \epsilon_2 + \zeta$$

atau

$$\eta = \square_{11} \text{product quality} + \square_{21} \text{impulse buying} + \zeta$$

Keterangan:

- η = variabel laten endogen pembelian impulsif online
 ε_1 = variabel laten eksogen *product quality*
 ε_2 = variabel laten eksogen *impulse buying*
 $\square_{11}, \square_{21}$ = koefisien jalur pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen
 ζ = kekeliruan dari variabel laten endogen

R-square digunakan untuk mengevaluasi model struktural pada konstruk dependen. Disamping melihat nilai *R-square*, model PLS juga dievaluasi dengan *Q-squared predictive relevance* untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

d. *Multi Group Analysis* (MGA)

Multi Group Analysis bertujuan untuk menguji kelompok data yang sebelumnya telah ditentukan dengan memiliki perbedaan yang signifikan dalam perkiraan parameter spesifik kelompok (School of Business and Economics, Universiti Putra Malaysia, Selangor, Malaysia et al., 2020). MGA ini diuji dengan menggunakan SmartPLS yang memberikan hasil dari tiga pendekatan berbeda yang didasarkan dengan hasil bootstrapping dari setiap kelompok.

e. Uji Hipotesis

Berdasarkan hipotesis penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, dapat dirumuskan hipotesis statistik sebagai berikut:

1. Uji hipotesis untuk mengetahui perbedaan pengaruh antara *product quality* terhadap *parasocial interaction* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live

H0: *Product quality* tidak berpengaruh positif terhadap *parasocial interaction* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

Ha: *Product quality* berpengaruh positif terhadap *parasocial interaction* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

2. Uji hipotesis untuk mengetahui perbedaan pengaruh antara *parasocial interaction* terhadap *impulse buying* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

H0: *parasocial interaction* tidak berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

Ha: *parasocial interaction* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

3. Uji hipotesis untuk mengetahui perbedaan pengaruh antara *product quality* terhadap *impulse buying* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

H0: *product quality* tidak berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

Ha: *product quality* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

4. Uji hipotesis untuk mengetahui perbedaan pengaruh antara *product quality* terhadap *impulse buying* melalui *parasocial interaction* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

H0: tidak terdapat pengaruh positif antara *product quality* terhadap *impulse buying* melalui *parasocial interaction* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live.

Ha: terdapat pengaruh positif antara *product quality* terhadap *impulse buying* melalui *parasocial interaction* pada layanan fitur *live shopping* TikTok Shop dan Shopee Live

Setelah dikemukakan hipotesis statistik, selanjutnya dilakukan uji statistik berupa uji statistik t. Menurut (Arissaputra, 2018) uji statistik t dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan diantara variabel independen dan variabel dependen secara parsial. selanjutnya dibandingkan antara nilai thitung dengan nilai ttabel pada keyakinan yang digunakan adalah 95%, sehingga tingkat presisi atau batas ketidakakuratan sebesar (α) = 5% = 0,05, dengan kriteria keputusan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$: H0 diterima, Ha ditolak.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$: H0 ditolak, Ha diterima