

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif. Menurut Sugiyono (2017), penelitian verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih melalui pengumpulan data di lapangan, sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *explanatory research*.

Populasi dari penelitian ini adalah *Followers* Instagram I Love Jombang Merchandise. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner, dan observasi. Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan pengujian hipotesis uji t dan Koefisien Diterminasi (R^2).

3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu

1. variabel bebas (*independent*). Variabel bebas (*independent*) terdiri dari :
 - a. *Promosi Online* (X1), dengan indikator :
 - 1) Iklan adalah alat untuk membantu mengingatkan, memberi informasi dan menyadarkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
 - 2) Promosi merupakan metode yang dipakai perusahaan untuk menarik minat beli kembali konsumen.

- 3) Internet Marketing menggunakan media on-line dan memiliki hubungan dengan teknik promosi online seperti mesin pencari, iklan banner, e-mail langsung dan link atau jasa dari dari situs web lainnya untuk mendapatkan pelanggan.
- b. Selelgram Endoser (X2), Terdiri dari :
- 1) Daya Tarik (*Attractive*), Penampilan menarik, kecantikan selegram endoser dan Keindahan fisik yang dimiliki
 - 2) Kepercayaan (*Trustworthiness*, Tingkat keandalan *selegram endorser* dalam menyampaikan pesan atas produk yang dipromosikan, kejujuran dalam menyampaikan pesan, kehandalan selegram endoser
 - 3) Keahlian (*Expertise*), Keahlian menyampaikan pesan kepada konsumen, Tingkat wawasan terhadap pengetahuan produk, Tingkat keterampilan yang terkait dengan topik iklan
2. Variabel terikat (*dependent*) yaitu Minat Beli (Y), dengan indicator :
- a. Minat Transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk
 - b. Minat Refrensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
 - c. Minat Preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

- d. Minat Eksploratif yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sikap-sikap positif dari produk tersebut.

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item
<i>Promosi Online (X1)</i>	Iklan	1) Iklan akun Instagram I Love Jombang Merchandise Shop memberi informasi
		2) Iklan pada akun Instagram I Love Jombang Merchandise Shop menyadarkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan
	Promosi	3) Promosi pada akun Instagram I Love Jombang Merchandise Shop mampu menarik minat beli kembali konsumen
		4) Saya ingin membeli produk pada akun Instagram I Love Jombang Merchandise Shop dari promosi yang dilakukan
	Internet Marketing	5) I Love Jombang Merchandise Shop menggunakan media on-line yang tepat
		6) I Love Jombang Merchandise Shop memiliki hubungan dengan teknik promosi online melalui akun instagram
Selegram Endoser (X2)	Daya Tarik (<i>Attractive</i>),	7) Endoser pada akun Instagram I Love Jombang Merchandise Shop memiliki penampilan yang menarik
	Kepercayaan (<i>Trustworthiness</i>)	8) Kecantikan selegram endoser pada akun Instagram I Love Jombang Merchandise Shop mampu menarik perhatian banyak followers
	Daya Tarik (<i>Attractive</i>),	9) endoser pada akun Instagram I Love Jombang Merchandise Shop memiliki keahlian menyampaikan pesan kepada konsumen
		10) endoser pada akun Instagram I Love Jombang Merchandise Shop memiliki tingkat wawasan terhadap pengetahuan produk dengan baik
Minat Beli (Y)	Minat Transaksional	11) Saya memiliki kecenderungan untuk membeli produk I Love Jombang Merchandise Shop
	Minat Preferensial	12) Saya memiliki kecenderungan untuk mereferensikan produk I Love Jombang Merchandise Shop kepada orang lain
	Minat Preferensial	13) Saya memiliki preferensi utama pada produk I Love Jombang Merchandise Shop
		14) Saya selalu mencari informasi informasi mengenai produk I Love Jombang Merchandise Shop

3.3 Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2017) skala pengukuran adalah perjanjian yang dipergunakan sebagai dasar untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga menghasilkan data kuantitatif dari hasil pengukuran menggunakan alat ukur. Dalam penelitian ini digunakan skala likert agar mempermudah peneliti ketika melakukan pengujian terhadap analisa yang digunakan.

Skala likert adalah cara perhitungan dengan menghadapkan responden dengan beberapa pertanyaan kemudian diminta untuk menjawab. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5 dengan kategori (Sugiyono, 2017):

Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara

angkatan tahun 2016 berjumlah 463, angkatan tahun 2017 berjumlah 439, angkatan tahun 2018 berjumlah 553 dengan total mahasiswa sebanyak 1455 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2012). Sampel menurut Arikunto (2012), adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, Umar (2012) menyatakan bahwa untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui dapat dilakukan dengan rumus slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \qquad n = \frac{1455}{1 + (1455 \times (0.1)^2)} = 93.5$$

Dimana

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran karena ketidaktelitian karena kesalahan yang dapat ditoleransi 10% atau 0,1

Dengan menggunakan rumus diatas diperoleh nilai sampel sebesar 93.5 Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 94 responden.

Pengambilan sampel *proportionate stratified random sampling* yakni mengambil sampel secara acak dengan strata secara proposional (Sugiyono, 2012). Pengambilan sampel terbagi dalam 3 angkatan dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 3.3
Pembagian jumlah sampel

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah sampel
1	Tahun 2016/2017	463	$463/1455 \times 94 = 30$
2	Tahun 2017/2018	439	$439/1455 \times 94 = 28$
3	Tahun 2018/2019	553	$553/1455 \times 94 = 36$
Jumlah		1455	94

Sumber data: STIE PGRI Dewantara Jombang 2019.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data kualitatif yang telah diangkakan atau sebuah data yang berbentuk angka. Data ini didapat dari hasil penghitungan kuesioner yang akan dilakukan oleh peneliti yang sebelumnya telah berhubungan langsung dengan masalah yang akan diteliti. (Sugiyono, 2017)

3.5.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan sumber data primer. Sumber data primer adalah data yang didapat dari lapangan dengan responden sebagai sumbernya. Pengumpulan data ini dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara dan kuesioner. Sehingga akan menghasilkan kesimpulan dalam penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data survey atau riset lapangan dengan cara membagikan selebaran/link untuk kuesioner *online* yang didalamnya berisi beberapa pertanyaan yang ditujukan untuk dijawab responden dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan juga oleh peneliti, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah tersedia. Karena kuesioner dalam penelitian ini adalah kuesioner *online*, sehingga peneliti membagikan link kuesioner *online* kepada calon responden yang kemudian akan dipilih sesuai kriteria yang telah ditentukan peneliti dalam teknik pengambilan sampel.

3.6.2 Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang dengan melakukan tanya jawab seputar hal yang dibutuhkan. Dalam hal ini peneliti melakukan percakapan secara langsung dengan responden atau pemilik tempat yang diteliti untuk mendapatkan informasi seputar data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara antara peneliti dengan pemilik dan karyawan I Love Jombang Merchandise.

3.7 Uji Instrumen

Dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif. Menurut Widodo (2009) mengungkapkan bahwa uji instrument variabel dalam

penelitian kuantitatif harus melalui beberapa pengujian agar menghasilkan data pengukuran variabel penelitian yang akurat. Pengujian instrumen yang paling banyak digunakan dalam penelitian yaitu uji validitas dan reliabilitas, para ahli juga mengungkapkan bahwa pengujian ini bersifat baku. Sehingga dalam penelitian ini juga digunakan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Sunyoto (2014) mengungkapkan bahwa uji validitas digunakan untuk pengukuran terkait dengan kuesioner yang valid atau tidak. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang disajikan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Sehingga instrumen ini harus sesuai dengan pengukuran atau bisa menghasilkan sesuai yang diinginkan peneliti. Dalam uji validitas ini, penulis menggunakan validitas konstruk (*construct validity*) sehingga menggunakan teknik korelasi item total atau sering disebut juga (*Corrected Item Total Correlation*).

Skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017), penentuan validitas didasarkan atas perbandingan nilai korelasi, produk moment lebih besar dibandingkan dengan 0,3 pada tingkat keyakinan 95% dapat diartikan bahwa item-item tersebut valid. Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut hasil uji validitas item pernyataan :

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas

No item	Variable	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r kritis	Keterangan
1	Promosi Online (X1)	0.891	0,3	valid
2		0.957	0,3	valid
3		0.918	0,3	valid
4		0.885	0,3	valid
5		0.957	0,3	valid
6		0.917	0,3	valid
1	Selebgram Endoser (X2)	0.342	0,3	valid
2		0.668	0,3	valid
3		0.786	0,3	valid
4		0.692	0,3	valid
1	Minat Beli (Y)	0.832	0,3	valid
2		0.585	0,3	valid
3		0.494	0,3	valid
4		0.843	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Tabel 3.4 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung $> 0,3$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Sunyoto (2014) mengungkapkan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk pengukuran indikator dari setiap variabel-variabel penelitian yang dikemukakan dalam kuesioner. Data dapat dinyatakan reliable apabila jawaban dari responden dalam pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dari waktu ke waktu tetap konsisten/stabil. Pengukuran reliabilitas menggunakan uji statistik cronbach alpha. Sebuah variabel dapat dikatakan reliable apabila nilai cronbach alpha lebih besar ($>$) dari 0,6.

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien α	Keterangan
<i>Promosi Online (X1)</i>	0,976	0,6	Reliabel
Selebgram Endoser (X2)	0,795	0,6	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,839	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 & \frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{jumlah kategori}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- | | | |
|--------------|----------------|--------------------------|
| 1) 1,0 – 1,8 | = Buruk sekali | |
| 2) 1,9 - 2,6 | = Buruk | |
| 3) 2,7 - 3,4 | = Cukup | |
| 4) 3,5 – 4,2 | = Baik | |
| 5) 4,3 - 5,0 | = Sangat Baik | Sumber : (Sudjana, 2005) |

3.8.2 Analisis Inferensi

3.8.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah langkah awal sebelum melakukan uji statistik, dimana pengujian ini adalah dasar dari analisa regresi. Dalam uji asumsi klasik ini terdapat tiga langkah awal dalam analisa regresi, yaitu:

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013) uji normalis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi kedua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Pengujian ini sangat penting dilakukan karena akan berpengaruh pada pengujian-pengujian selanjutnya. Jika uji normalis ini tidak dilakukan maka akan berakibat pada uji statistik yang tidak valid dan statistik parametrik juga tidak bisa digunakan. Untuk mendeteksi tingkat normalitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

a. Analisis Grafik

Tingkat normalitas dapat diketahui melalui grafik histogram, namun akan lebih mudah dengan cara melihat *normal probability plot* dengan

perbandingan antara distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Pengambilan keputusan ini diambil sesuai dengan dasar berikut:

- 1) Apabila diketahui data yang dihasilkan menyebar pada sekitar daerah diagonal dan mengikuti garis lurus diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pada model distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar jauh pada sekitar area diagonal ada pola yang tidak jelas pada arah garis diagonal dan grafik histogram juga tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Statistik

Untuk pengujian statistik yang dapat digunakan dalam uji statistic adalah non-parametrik kosmolgorov-Smirnov (K-S). Data dari setiap variabel berdistribusi normal apabila memiliki nilai yang signifikan atau lebih dari 0.05.

2. Uji Multikoleniaritas

Menurut Ghozali (2013) mengungkapkan bahwa uji multikoleniaritas memiliki tujuan untuk mengetahui terjadinya korelasi atau tidak antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen maka model bersifat baik dan sebaliknya.

Sebagai dasar untuk pengujian multikolonieritas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *tolerance* dan lawannya, serta varian inflation factor (VIF). Kedua pengukuran ini akan menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya, *tolerance* adalah pengukuran variabilitas variabel independen yang telah terpilih tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Sehingga nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance < 0,01$). Nilai *cutoff* pada umumnya digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $tolerance < 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2013).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu dimana adanya ketidaksamaan varian dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi. Apabila variance dari residu dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap disebut homokedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heterokedastisitas. Homokedastisitas adalah model regresi yang baik karena tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2013).

3.8.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu hubungan secara linier antara variabel independen yang berjumlah lebih dari satu biasanya menggunakan simbol $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ dengan variabel dependen

biasanya menggunakan simbol Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif dan memprediksi nilai kenaikan atau penurunan dari variabel dependen. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli (variabel dependen)

X1 = Promosi Online (variabel independen)

X2 = Selegram Endoser (variabel independen)

e = Residu atau prediction error

a = Konstanta Persamaan Regresi

b1,b2,. = Koefisien Garis Regresi

3.8.2.3 Uji Hipotesis

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang bernilai signifikan atau tidak. Maka dari itu setiap koefisien regresi wajib diuji. Dalam hal ini jenis hipotesis yang dapat digunakan ada dua yaitu uji t. Pengujian ini pada dasarnya ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Cara untuk melakukan uji t adalah dengan menggunakan perbandingan antara nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel.

Uji t dilakukan dengan dasar Probabilitas/sig. Apabila P value > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan, apabila P value < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Keterangan:

H_0 = variabel independen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

H_a = variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

3.8.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini pada dasarnya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinan sebesar nol dan satu. Nilai (R^2) yang diperoleh minim memiliki pengertian dimana kapasitas dari semua variabel independen menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Nilai (R^2) yang diperoleh mendekati atau satu memiliki pengertian dimana dari semua variabel independen memberikan hampir semua informasi yang akan dibutuhkan untuk memprediksikan variasi variabel dependen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin kuat kemampuan variabel independen bisa menjelaskan bagaimana variabel dependen.