

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Arikunto (2017), penelitian deskriptif kuantitatif merupakan data kuantitatif yang dikumpulkan dalam penelitian korelasional, komparatif atau eksperimen diolah dengan rumus-rumus statistik yang sudah disediakan, baik secara manual maupun dengan menggunakan jasa komputer. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research*.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Produk Zoya Jombang yang memiliki akun media sosial Instagram. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner, dan dokumentasi. 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*).

Menurut Sugiyono (2017) pengertian variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel bebas (*independent*) terdiri dari :

a. Media Sosial Instagram (X1), dengan indikator menurut (Lim dan Yazdnifard, 2016) :

a) Isi Konten Produk

Isi konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum diskusi, chatting, tweet, podcating, pin, gambar digital, hingga berbagai bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan para pengguna sistem atau layanan online yang seringkali dilakukan lewat sebuah situs media sosial. Penggunaan konten-konten tersebut semakin banyak digunakan oleh pengguna sosial media khususnya instagram dengan tujuan untuk berbagi informasi yang disediakan dalam media tersebut untuk disebar ke pengguna lainnya.

b) Fungsi Berbagi Video dan Foto Produk

Fungsi berbagi video dan foto yang sekarang begitu populer dikalangan masyarakat, berbagai merek baik besar atau kecil berusaha menarik minat pelanggan melalui fitur ini.

c) Mampu menekan biaya promosi produk agar barang atau jasa mudah dikenal. Yang dimaksud adalah mampu menekan biaya promosi ditiap-tiap tenant dengan adanya akun instagram.

b. Lifestyle (X2)

Menurut Waruyanti dan Suyanto (2018), Indikator lifestyle terbagi menjadi tiga yaitu:

a) Aktifitas

Aktifitas adalah bagaimana konsumen menghabiskan waktu dalam kehidupan sehari-hari. Indikator aktifitas meliputi bekerja, hobi, kegiatan sosial, liburan, organisasi/komunitas, olahraga dan *hang out*.

2. Minat

Minat adalah sesuatu hal yang menjadi minat atau apa saja yang ada di sekeliling konsumen yang dianggap penting dalam kehidupan berinteraksi sosial. Indikator minat meliputi trend, fashion, media elektronik, media sosial.

3. Opini

Opini adalah cara konsumen memandang diri sendiri dan dunia disekitar mereka. Indikator dari opini meliputi pendapat pribadi, pengetahuan dan citra diri.

c. Variabel terikat (*dependent*) yaitu

Menurut Sugiyono (2017) pengertian variabel terikat yaitu merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

Keputusan Pembelian (Y), dengan indikator (Kotler dan Keller, 2012):

- a. Pengenalan Masalah
- b. Pencarian Informasi
- c. Evaluasi Alternatif atau Pilihan
- d. Keputusan Pembelian

**Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pernyataan</b>
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	Mengetahui produk hijab Zoya Jombang dari akun instagram
	Pencarian Informasi	Mencari informasi produk hijab Zoya Jombang dari akun Instagram
	Evaluasi Alternatif atau Pilihan	Membeli produk hijab di Zoya Jombang setelah membandingkan dengan produk merek lain
	Keputusan Pembelian	Memutuskan membeli produk Hijab di Zoya Jombang
Media Sosial Instagram (X1)	Isi konten produk	Isi Konten Instagram berisi penjelasan tentang produk hijab Zoya Jombang
	Fungsi berbagi video dan foto produk	Video dan foto produk yang ditampilkan di akun instagram Zoya Jombang menarik perhatian konsumen
	Mampu menekan biaya promosi produk agar barang atau jasa mudah dikenal	Biaya promosi di instagram yang dilakukan Zoya Jombang lebih murah dan mudah
Lifestyle (X2)	Aktifitas	Menggunakan produk Zoya Jombang untuk mendukung aktivitas sehari – hari
	Minat	Membeli produk hijab di Zoya Jombang untuk mengikuti trend
	Opini	Memakai produk hijab Zoya Jombang bisa meningkatkan rasa percaya diri

### 3.3 Skala Pengukuran Variabel

Dalam Penelitian ini kuisisioner yang digunakan yaitu kuisisioner terbuka dan langsung sehingga respon dan tinggal memilih jawaban yang tersedia untuk mendapatkan informasi dan kuisisioner diberikan secara langsung kepada

responden. Skala pengukuran merupakan kesimpulan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur.

Dalam operasional variabel ini semua diukur oleh instrument pengukuran dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan tipe skala Likert. Menurut Sugiyono (2017) skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenasosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka respon dengan harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif).

**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

**Sumber : Sugiyono, 2017**

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

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 dalam penelitian ini adalah konsumen Zoya Jombang yang memiliki akun media sosial instagram. Diketahui jumlah Followers Instagram Zoya Jombang sebanyak 899 pengikut periode Juli 2022.

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel (Arikunto, 2017).

Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi menggunakan purposive sampling. Dengan ketentuan apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua. Jika subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55% atau lebih tergantung pada kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana (Arikunto, 2012). Berdasarkan data jumlah followers Instagram akun Zoya Jombang sejumlah 899 pengikut maka untuk mengukur berapa minimal sampel yang dibutuhkan peneliti menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%, sebagai berikut :

$$\frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran Sampel

N = ukuran Populasi

e = ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir dalam hal ini sebesar 10%.

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

$$n = \frac{899}{1 + 899 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{899}{9,99}$$

$$n = 89,98$$

Dari perhitungan rumus slovin diatas didapat sampel sejumlah 90 orang, yang kemudian akan digunakan untuk mewakili populasi sejumlah 90 orang.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive sampling. Menurut Sugiyono, (2012) Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu.

## 3.5 Jenis dan Sumber Data

### 3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif.

Data kuantitatif adalah 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

Merupakan asal mula pengambilan suatu data, dalam penelitian ini data yang diambil dari lembar kuesioner yang diisi oleh responden.

#### 1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden, dalam hal ini data didapatkan melalui lembar kuesioner yang diambil peneliti dari responden.

#### 2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari beberapa referensi selain dari responden, seperti buku-buku, literatur dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

#### 3.6.1 Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian diartikan sebagai daftar pernyataan yang sudah tersusun dengan baik dan responden memberikan jawaban sesuai pemahaman (Arikunto, 2017).

Penelitian 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.



### 3.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengambil data yang berasal dari dokumen asli. Dokumen asli tersebut dapat berupa gambar, table atau daftar pustaka dan film documenter (Arikunto, 2017). Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan oleh peneliti Produk Zoya Jombang.

## 3.7 Uji Instrumen

Instrumen dikatakan baik jika instrumen tersebut valid dan reliabel. Arikunto (2017) menyebutkan bahwa instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yang penting yaitu valid dan reliabel. Supaya mendapat hasil penelitian yang valid dan reliabel, maka sebelum instrumen berupa angket tersebut diberikan kepada responden perlu diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Hal tersebut dikuatkan dengan pendapat Arikunto (2017) yang menyatakan bahwa suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Sesuai dengan cara pengujiannya, validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas internal. Validitas internal dicapai apabila

terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen dengan instrumen secara keseluruhan. Untuk menguji validitas instrumen menggunakan rumus *Korelasi Product Moment Pearson* dengan bantuan program *SPSS versi 16 for windows*. jika pada taraf koefisien korelasi (r) yang diperoleh > dari pada nilai r kritis di tabel yaitu pada taraf signifikansi 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.

Pengujian yang pertama dilakukan adalah pengujian validitas kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner disusun sendiri oleh peneliti dilakukan uji validitas dengan rumus r *Product moment*, yaitu dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dengan rumus (Arikunto, 2010):

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

Keterangan:

$r_{xy}$  : Korelasi

N : Jumlah sampel

Valid  $r_{xy} > r_{xy}$  tabel

Tidak valid  $r_{xy} < r_{xy}$  table

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Validitas**

No item	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Media Sosial Instagram(X1)	0.733	0,3	Valid
2		0.893	0,3	Valid
3		0.716	0,3	Valid
1	Lifestyle (X2)	0.801	0,3	Valid
2		0.784	0,3	Valid
3		0.834	0,3	Valid
1	Keputusan Pembelian (Y)	0.841	0,3	Valid
2		0.683	0,3	Valid
3		0.720	0,3	Valid
4		0.850	0,3	Valid

*Sumber : data primer yang diolah 2022*

Tabel 3.3 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

Para ahli mencoba mendefinisikan reliabilitas. Reliabilitas menurut Arikunto (2017) yaitu reliabilitas yang diperoleh dengan cara menganalisis data dari satu kali hasil pengujian dengan menggunakan rumus *Alpha*.

Ghozali (2008) mengemukakan bahwa instrumen yang berupa tes/angket dinyatakan reliabel jika harga cronbach Alpha yang diperoleh

paling diatas 0,60. Analisis reliabilitas yang dilakukan menggunakan bantuan program SPSS *for windows* versi 16.

Untuk mengetahui realibilitas digunakan rumus Alpha sebagai berikut (Arikunto, 2017):

$$r_{xy} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Realibilitas

$k$  : Jumlah butir soal

$\delta_b^2$ : Varian skor setiap butir

$\delta_t^2$ : Varian total

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.4 berikut ini:

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel	Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
Media Sosial IG (X1)	0,670	0,6	Reliabel
Lifestyle (X2)	0,727	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,779	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

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

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

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- |               |                |
|---------------|----------------|
| 1) 1,0 – 1,8  | = Buruk sekali |
| 2) 1,81 - 2,6 | = Buruk        |
| 3) 2,61 - 3,4 | = Cukup        |
| 4) 3,41 – 4,2 | = Baik         |
| 5) 4,21 - 5,0 | = Sangat Baik  |

**Sumber : (Sudjana, 2017)**

#### 3.8.2. Analisis Inferensial

Analisis regresi linier berganda adalah suatu hubungan secara linier antara variabel independen yang berjumlah lebih dari satu biasanya menggunakan simbol X1, X2, X3.....Xn 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:

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian (variabel dependen)
- X1 = Media sosial instagram (variabel independen)
- X2 = Lifestyle (variabel independen)
- e = Residu atau prediction error
- a = Konstanta Persamaan Regresi
- b1,b2 = Koefisien Garis Regresi

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

Statistik parametrik memerlukan beberapa pengujian pendahuluan sebagai prasyarat analisis. Hal tersebut terjadi karena pengujian statistik dalam beberapa jenis analisis asumsi tertentu sebelum analisis dilakukan (Triton, 2018).

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai uji asumsi klasik.

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas data dapat diketahui di antaranya dari rasio skewness, rasio kurtosis, dan bentuk diagram batang pada histogram. Dengan data yang sama, berikut akan diuraikan uji normalitas data dengan statistik uji Kolmogorov Smirnov, Shapiro Wilk, Lilliefors (Triton, 2018). Berdasarkan pengujian ini data dikatakan normal apabila nilai  $p$  lebih besar dari 0,05. apabila data yang dihasilkan tidak berdistribusi normal maka akan menambah data atau mentransformasi data agar menjadi normal.

**b. Uji Heteroskedastisitas.**

Adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengalaman, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* atau acak (Triton, 2018).

Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas-nya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu (Triton, 2018).

**c. Uji Multikoleniaritas**

Menurut Ghozali (2017) 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 multikolinieritas 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, 2017).

#### **d. Uji Autokorelasi**

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode dengan kesalahan-kesalahan pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW test):



Penentuan pengambilan keputusan :

Jika  $D-W > dU$ , maka tidak ada autokorelasi.

Jika  $D-W < dL$ , maka terjadi autokorelasi.

Jika  $DW > dU > dL$ , dengan demikian dapat diputuskan tidak terjadi autokorelasi, atau model regresi memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang autokorelasi (Triton, 2018).

### **3.10 Uji Hipotesis**

#### **3.10.1 Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji secara partial pengaruh tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun untuk menarik kesimpulan apakah hasil hipotesis dapat diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan signifikansi t dengan taraf signifikansi 0,05 pada probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Signifikansi  $t < 0,05$  maka hipotesis nol ditolak sedangkan hipotesis alternatif di terima.
- b. Signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis nol diterima sedangkan hipotesis alternatif ditolak.

(Triton, 2018).

#### **3.10.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Pengujian ini pada dasarnya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinan

sebesar 0 dan 1. 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 1 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. (Ghozali, 2018).