

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:16) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada realitas, gejala atau fenomena yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pemilihan jenis penelitian kuantitatif ini dikarenakan fokus masalah penelitian ini.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2018:64) pendekatan deskriptif merupakan “Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lainnya.”

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Gresik Jl. Sumatera 101 GKB Kelurahan Randu Agung Kecamatan Kebomas, Gresik, Kabupaten Gresik 61121, Jawa Timur – Indonesia

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Sugiyono (2019:26). Populasi dari penelitian ini Berkaitan dengan mahasiswa

dengan Jumlah keseluruhan mahasiswa Manajemen yang dimiliki oleh Universitas Muhammadiyah Gresik saat ini adalah 892 Mahasiswa.

3.3.2 Sampel

Sampel ialah bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono (2019:127). Sampel yang representatif ialah sampel yang mampu mewakili populasi sehingga bisa diambil kesimpulan berupa generalisasi.

Sampel digunakan agar dapat mempermudah jalannya penelitian, karena pada penelitian tidak memungkinkan keseluruhan populasi bisa diteliti dikarenakan adanya keterbatasan waktu, keterbatasan tenaga dan keterbatasan biaya yang tersedia. Mengenai kriteria responden ialah: Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Gresik. Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini merupakan responden dengan patokan sebagai berikut :

- 1) Apakah anda memiliki akun *e-commerce* Shoppe,
- 2) Apakah anda pernah bertransaksi menggunakan *e-commerce* Shopee

Dalam penelitian ini, besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

n = jumlah sampel (responden dalam penelitian)

N = jumlah populasi

α = presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 10%)

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka diperoleh besarnya sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{892}{1+892(0.1)^2} \\n &= \frac{892}{1+892(0.01)^2} \\n &= \frac{892}{1+8,92} \\n &= \frac{892}{9,92} \\n &= 89,9 \\n &= \text{dibulatkan jadi 90}\end{aligned}$$

Dengan memanfaatkan metode Slovin di dapat jumlah sampel yang hendak diperuntukan responden dalam studi ini sebesar 90 responden. Nilai itu dirasa layak guna menggantikan keutuhan populasi sesuai dengan tugasnya selaku delegasi lantaran terdapatnya keterbatasan biaya, kekuatan, serta durasi mengingat banyaknya mahasiswa, bagi Soeratno & Arsyad (2015:109) determinasi jumlah ilustrasi yang ditentukan tergantung pada: anggaran yang ada, sarana yang ada, durasi yang ada, populasi yang ada ataupun yang mau untuk di jadikan sampel, tujuan penelitian, serta serupanya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini yakni dengan menggunakan kuesioner/angket. Kuisisioner yaitu sistem pengumpulan data yang dijalani dengan metode memberi serangkaian pertanyaan pada responden guna dijawabnya Sugiyono (2019:199). Jawaban yang diharapkan penelitian ini telah disuguhkan sehingga responden tinggal memilah jawaban yang sesuai dengan pilihannya.

3.5 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional

1. Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2018:55) variabel adalah: "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

1. Variabel Dependen (*dependent variable*) atau variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas Sugiyono, (2019:4). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Minat Beli (Y).
2. Variabel Independen (*independent variable*) atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen Sugiyono (2019:4). Iklan (X1), Harga (X2) dan *Brand Ambassador* (X3)

2. Definisi Operasional Variabel

Pengertian operasional ialah sesuatu penjelasan yang diberikan pada variabel-variabel penelitian yang kemudian ditetapkan indikator yang dibutuhkan guna mengukur variabel itu. Pengertian operasionalnya yakni sebagai berikut:

1. Variabel Minat Beli (Y) seorang konsumen yang ingin membeli sesuatu, tidak dengan sendirinya melakukan peutusan pembelian, karena biasanya konsumen

cenderung meminta bantuan orang yang dipercayai sebelum mengambil keputusan. Indikator di dalam penelitian ini menurut Adelia (2020) minat beli dapat di identifikasikan melalui indikator-indikator sebagai berikut :

1. Minat transaksional
 2. Minat refrensial
 3. Minat eksploratif
2. Variabel iklan (X1) sarana komunikasi pada produk yang di sampaikan melewati bermacam media yang di buat sedemikian rupa supaya sanggup menarik minat pelanggan. Sebagai indikator iklan yakni bagaimana pendapat maupun presepsi konsumen berdasarkan :
1. Isi iklan yang menarik
 2. Daya tarik pada informasi iklan sehingga mudah diingat konsumen
 3. Kesukaan konsumen pada informasi iklan
 4. Kepercayaan konsumen pada informasi iklan
3. Variabel harga (X2) yaitu uang yang digunakan dalam rangka membayar hal-hal yang diinginkan atau di butuhkan, Ketika membeli sesuatu sebagai ganti nilai barang maupun jasa yang telah kita belanjakan. indikator yang mencirikan harga yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :
1. Keterjangkauan harga
 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 3. Daya saing harga
 4. Kesesuaian harga dengan manfaat

4. Variabel *brand ambassador* (X3) yaitu seorang yang mewakili sebuah produk alias perusahaan dalam mengemukakan sebuah produk. Adapun indikator dari *brand ambassador* adalah :

1. Tokoh yang mendukung suatu merek (*Transferance*)
2. Kesesuaian merek dengan tokoh (*Congruence*)
3. Kredibilitas (*Credibility*)
4. Daya tarik
5. *Power*

3.6 Teknik Pengukuran Data

Menurut Sugiyono (2018:152) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut ini adalah penjelasan 5 poin skala likert Sugiyono (2018:152)

- | | | |
|------------------------|-------|----------|
| 1. Sangat Setuju | (SS) | = skor 5 |
| 2. Setuju | (S) | = skor 4 |
| 3. Netral | (N) | = skor 3 |
| 4. Tidak Setuju | (TS) | = skor 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju | (STS) | = skor 1 |

3.7 Uji Instrumen

Menurut Sugiyono (2018:102) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data primer, sebelum kuesioner tersebut digunakan untuk analisis selanjutnya, kuesioner ini terlebih dahulu

dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program SPSS (*Social Product of Social Science*).

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian, Sugiyono (2018:267). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas pada setiap pertanyaan hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ untuk signifikan 5%. dapat dibandingkan antara r hitung dengan r tabel untuk derajat kebebasan (*degrees of freedom / df*) = $n - 2$, dengan n = jumlah sampel. Hasil uji validitas data menunjukkan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) uji reliabilitas atau uji kehandalan adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Oleh karena itu kita perlu menilai seberapa jauh “goodness” pengukur yang dikembangkan. Jadi kita perlu memastikan bahwa instrumen yang akan mengukur variabel apa yang hendak kita ukur dan mengukurnya secara akurat. Untuk mengukur reliabilitas dapat menggunakan bantuan program SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ Ghazali (2018:46)

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) menyatakan bahwa Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2018:161), Alpha (α) merupakan suatu batas kesalahan yang maksimal yang dijadikan sebuah patokan oleh peneliti. Semisal melakukan suatu penelitian, peneliti menetapkan alpha sebesar 5% atau 0,05 dengan kaidah keputusan jika signifikan lebih dari $\alpha=0,05$ maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinieritas. Mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan juga nilai Tolerance. Tolerance mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yaitu adalah nilai VIF < 10,00 dan nilai Tolerance > 0,10 Ghozali (2018:107).

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila

berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Glejser, yaitu meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya $>0,05$. Sebaliknya, terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya $< 0,05$

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Guna mengukur hipotesis yang dibuktikan dalam riset ini digunakan model Analisa regresi berganda. bentuk analisis yang dibuktikan guna melihat pengaruh variabel-variabel bebas (iklan, harga, serta *Brand ambassador*) variabel terikatnya (minat beli). Adapun formulasi dari model regresi linier dalam riset ialah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat
a = Konstanta
X₁,X₂,X₃ = Variabel bebas
b₁,b₂,b₃ = Koefisien regresi
e = eror

3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (*adjusted R²*) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan nilai antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai *adjusted R²* yang kecil berarti kemampuan variabelvariabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

3.9.3 Pengujian Hipotesis

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018;99). Adapun langkah dalam melakukan uji t adalah:

1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok.

H₀ = berarti secara parsial atau individu tidak ada pengaruh yang signifikan antara X₁, X₂, X₃ dengan Y

H₁ = berarti secara parsial atau individu ada pengaruh yang signifikan antara X₁, X₂, X₃ dengan Y

2. Membandingkan tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat signifikan t yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria
 - a. Nilai signifikan $t < 0,05$ berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
 - b. Nilai signifikan $t > 0,05$ berarti H₀ diterima dan H₁ ditolak, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen