

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2016:17) penelitian ini menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan menggunakan data-data primer yang terukur dan menggunakan metode analisis statistik sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Bentuk penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Pengertian deskriptif menurut teori Sugiyono (2016:59) adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Surabaya Indonesia sebagai negara yang menempati posisi kedua pengguna Instagram terbesar di dunia setelah Negara Swedia.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) populasi adalah wilayah 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 seluruh pengguna Instagram di Kota Surabaya, Indonesia.

3.3.2. Sampel

Sugiyono (2016:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut Ferdinand dalam Arianto (2013:299), yang mengungkapkan bahwa dalam penelitian multivariate (termasuk yang menggunakan analisis regresi multivariate) besarnya sampel ditentukan sebanyak 25 kali Variabel Independen. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independent yaitu *Perceive Risk*, *Consumer Lifestyle* dan *Online Trust* sehingga berdasarkan ketentuan tersebut maka besarnya sampel yang digunakan adalah $3 \times 25 = 75$ Responden.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling. Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel

(Sugiyono, 2016:84). Teknik yang digunakan adalah sampling aksidental. Teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2016:85). Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah para pengguna instagram yang mengikuti akun toko kategori fashion atau pernah membeli dalam produk tersebut. Teknik sampling aksidental pada penelitian ini digunakan baik untuk sampel responden kuesioner maupun sampel informan wawancara.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2016:102) Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel atau *construct* dengan cara memberikan arti atau menspesifikan kegiatan dalam bentuk operasional pengukuran terhadap variabel tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa definisi operasional akan meliputi batasan dan ukuran dari suatu variabel sehingga dapat diuji kebenarannya. Uraian jenis variable beserta definisi operasionalnya dikemukakan pada bagian berikutnya.

Tabel 3.1
Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Perceive Risk	Tingkat persepsi risiko yang akan dialami oleh konsumen pada saat membeli produk Fashion di instagram	1. Risiko Keuangan 2. Risiko produk 3. Risiko psikologi 4. Risiko Waktu	Likert
Gaya Hidup	Pola kehidupan atas	1. Kegiatan (Activities)	Likert

(Lifestyle)	minat beli yang dialami oleh konsumen pada saat membeli produk fashion di instagram	2. Minat (Interest) 3. Pendapat (Opinion)	
Online Trust	Kepercayaan konsumen akan produk fashion yang dijual di toko online instagram,	1. Integritas 2. Reliabilitas 3. Contact personnel	Likert
Minat Beli	Keingin konsumen akan produk yang di jual di Instagram	1. Ketertarikan mencari Informasi produk 2. Mempertimbangkan untuk membeli 3. Keinginan untuk mengetahui produk 4. Keinginan untuk membeli produk	Likert

3.5. Pengukuran Variabel

Dalam pengukurannya, variabel penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016:93). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dimana responden dalam menentukan jawaban dengan mengikuti pertanyaan-pertanyaan yang sebelumnya disusun melalui indikator-indikator yang ditentukan. Jawaban setiap indikator instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari nilai tertinggi sampai nilai yang terendah.

Untuk analisis data kuantitatif, maka jawaban responden diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skor Kuesioner

No.	Sikap Responden	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Ragu-ragu	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber: Ghozali, 2012: 47

3.6. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yaitu dengan cara melakukan survey kuesioner kepada responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan populasi yang ditentukan di dalam penelitian ini. Kuesioner tersebut digunakan untuk memperoleh data-data mengenai tanggapan responden tentang variabel-variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016:142) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, sedangkan data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Sumber data penelitian ini didapat dari jawaban Responden melalui kuesioner.

3.7. Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini menggunakan Kuisisioner. Menurut sugiyono (2016:142) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara memeberi pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada di bawah 0,05.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2012:45) Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach's alpha* > 0,06 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,06.

3.9. Teknik Analisis Data

3.9.1. Uji Asumsi Klasik

Uji mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang terdiri dari normalitas, heterokedastisitas, multikolineritas. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah estimasi telah memenuhi kriteria ekometrik

dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

3.9.1.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018: 161) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Data pengambilan keputusan normalitas data yaitu jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka regresi tersebut memenuhi normalitas, sedangkan jika data menyebar lebih jauh dan tidak mengikuti arah garis maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.1.2. Uji Heteroskedastis

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

3.9.1.3. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\geq 0,01$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10

3.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis berganda. Ghozali (2018:95) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis tentang antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan suatu variabel tergantung. Penggunaan analisis regresi berganda karena pada penelitian ini memiliki 3 variabel bebas. Berikut ini adalah persamaan regresi berganda yang digunakan:

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

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = *Standart Error*

X1 = Variabel Perceive Risk

X2 = Variabel consumer Lifestyle

X3 = Variabel Online Trust

Hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, baik secara simultan atau parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

3.9.2.1. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinan (R²) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh sangat kuat terhadap variabel dependen. Sedangkan, jika R² kecil maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat rendah (Ghozali, 2018:97). Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent

3.9.3. Uji Hipotesis

3.9.3.1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:99) Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel *Perceived Risk*, *Consumer Lifestyle* dan *Online Trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli.

2. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel *Perceived Risk*, *Consumer Lifestyle* dan *Online Trust* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli.