

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar mengenai suatu masalah. Pengetahuan yang dihasilkan oleh penelitian dapat berupa fakta, konsep, generalisasi, dan teori. Desain penelitian merupakan rencana dan prosedur penelitian yang meliputi asumsi-asumsi luas hingga metode rinci dalam pengumpulan data dan analisis data, dan interpretasi data. Menurut (Creswell, 2009) pemilihan atas rancangan penelitian juga perlu didasarkan pada masalah atau isu yang ingin diteliti, pengalaman pribadi si peneliti, dan target atau sasaran pembacanya. (Kusumastuti et al., 2020).

Penelitian ini adalah penelitian survei dengan menggunakan pendekatan metode kuantitatif statistik. Menurut (Suryani & Hendryadi, 2015) metode kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk angka atau numerik. Untuk pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode *survei* dengan menggunakan teknik angket (kuesioner) sebagai instrumen penelitian.

Dalam penelitian ini menganalisis hubungan antar variabel, dengan menetapkan *digital marketing* dan *influencer marketing* sebagai variabel bebas (*independen*) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (*dependen*) dengan objek penelitian yaitu konsumen produk Skintific di *ecommerce* Shopee.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah kumpulan objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri dan jumlah tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan

ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk Skintific di *e-commerce* Shopee.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah pada populasi, peneliti menggunakan sampel pada populasi besar karena keterbatasan sumber daya dan waktu, dan tetap mendapatkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. (Sugiyono, 2019).

Menurut Kusumastuti et al., (2020), teknik sampling adalah teknik untuk mengambil sampel dari populasi penelitian, dengan tujuan agar sampel tersebut dapat mewakili keseluruhan karakteristik yang ada dalam populasi, sehingga kesimpulan penelitian dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi. Sampel yang terpilih merupakan sumber data yang akan diolah secara statistik dan dapat memberikan gambaran untuk populasi. Jadi sampel merupakan gambaran karakteristik populasi. Kesalahan dalam pengambilan sampel dapat menghasilkan sampel yang tidak mampu mewakili karakteristik populasi secara menyeluruh. (Syahza, 2021).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan teknik sampling *insidental*. Teknik ini merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau siapa saja yang kebetulan (*insidental*) bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan akan dijadikan sampel.

Populasi pengguna Skintific di *shopee* tidak diketahui jumlah pastinya, untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$\frac{Za^2 \times P \times Q}{D^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = nilai standar dari distribusi sesuai nilai = 5% = 1,96

P = maksimal estimasi = 50% = 0,5

Q = 1-P

D = tingkat ketelitian 10% atau *alpha* (0,10)

Berdasarkan rumus lemeshow di atas maka dilakukan perhitungan dengan hasil yang akan menentukan jumlah sampel yang akan diteliti yaitu:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel di atas, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 96 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden. Maka populasi yang akan digunakan untuk menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan definisi yang berdasarkan pada karakteristik yang dapat diamati dari suatu objek. Pentingnya konsep yang dapat diamati atau diobservasi terletak pada kemampuannya untuk membuka kemungkinan bagi orang lain, selain peneliti, untuk melakukan hal serupa, sehingga apa yang dilakukan oleh peneliti terbuka untuk diuji kembali oleh orang lain.. (Syahza, 2021).

Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel bebas (*Independen*)

Variabel yang keberadaannya dapat menyebabkan atau memengaruhi perubahan kondisi atau nilai lain, biasanya disimbolkan dengan huruf (X).

2. Variabel terikat (*Dependen*)

Variabel yang keberadaannya akibat pengaruh dari variabel *independen*.

Variabel ini diukur oleh peneliti untuk melihat bagaimana variabel *independen* memengaruhinya, biasanya disimbolkan dengan huruf (Y).

Berdasarkan landasan teori di atas, dalam mengukur variabel perlu membuat definisi operasional variabel yang bisa diukur dengan indikator sebagai berikut:

Tabel III. 1
Definisi Operasional Variabel Pengaruh Digital Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Digital Marketing	1. Aksesibilitas (<i>Accessibility</i>)	Konsumen mudah menemukan produk.	Likert
	2. Interaktivitas (<i>Interactivity</i>)	Seberapa cepat dan efektif sistem merespon konsumen.	Likert
	3. Hiburan (<i>Entertainment</i>)	Konten yang di buat menarik dan kreatif.	Likert
	4. Kepercayaan (<i>Credibility</i>)	Sumber yang disediakan untuk memberikan informasi terpercaya.	Likert
	5. Gangguan (<i>Irritation</i>)	Iklan atau promosi yang muncul mengganggu pengalaman konsumen.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
	6. Informatif (<i>Informativeness</i>)	Informasi yang diberikan cukup lengkap dan mendetail mengenai produk.	
Influencer Marketing	1. Visibilitas (<i>Visibility</i>)	Konten dan produk sering terlihat dan ditemukan.	Likert
	2. Kredibilitas (<i>Credibilit</i>)	Sumber informasi atau promosi yang di gunakan dapat dipercaya.	Likert
	3. Daya Tarik (<i>Attractiveness</i>)	Kualitas dan design visual menarik.	Likert
	4. Kekuatan (<i>Power</i>)	Konten yang dibuat dapat mempengaruhi sikap keputusan pembelian.	Likert
Keputusan Pembelian	1. Pengenalan Masalah	Konsumen menyadari adanya kebutuhan atau masalah yang harus diatasi.	Likert
	2. Pencarian informasi	Sumber yang digunakan konsumen untuk mencari informasi tentang produk atau layanan seperti internet dan media sosial.	Likert
	3. Evaluasi alternatif	Citra merek skintific menjadi pertimbangan untuk menggunakan produk skintific	Likert
	4. Keputusan pembelian	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.	Likert
	5 .Perilaku setelah pembelian	Tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian.	Likert

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Salah satu proses keperluan dalam penelitian yaitu pengumpulan data, melalui penelitian, data bermanfaat sebagai sumber informasi untuk membuat keputusan. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data sekunder diperoleh dari buku dan jurnal ilmiah yang berisi sumber-sumber informasi dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, sedangkan untuk data primer, peneliti mengumpulkan data primer langsung dari sumbernya dan diolah dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data secara efisien dari populasi responden yang cukup luas. (Sugiyono, 2019) Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala menjadi alat pengukuran yang sesuai untuk mengukur pendapat atau persepsi individu. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dengan cara memberikan kuesioner secara *online* menggunakan *Google Forms* kepada responden yang dapat mengaksesnya melalui internet. Berikut penilaian pernyataan angket atau kuesioner menurut (Sugiyono, 2019) yang digunakan dalam penelitian:

Tabel III. 2
Skala Likert Kuesioner

Pilihan Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3

Pilihan Jawaban	Nilai
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2019

Untuk memastikan kesesuaian kuesioner dengan penelitian, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas. Tujuannya untuk memastikan bahwa kuesioner tersebut sesuai dengan topik penelitian dan cukup untuk menyampaikan isi dalam penelitian ini.

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif statistik deskriptif dan statistik inferensial, tujuannya untuk menarik kesimpulan tentang populasi berdasarkan data sampel. (Sugiyono, 2019). Selanjutnya, data diolah menggunakan software IBM SPSS (*Statistical Product and Services Solutions*) yang merupakan salah satu program untuk menggambarkan data, pengujian hipotesis, dan mencari korelasi atau hubungan antara satu atau lebih variabel. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa analisis yaitu:

1. Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

(Ghozali, 2011:49) menyatakan validitas kuesioner diuji untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner relevan dan mampu mengukur konsep yang ingin diukur. Kuesioner yang valid menghasilkan data yang dapat digunakan untuk membuat keputusan yang tepat.. (Yusuf, 2014). Instrumen yang valid akan memberikan hasil yang akurat dan konsisten dengan apa yang ingin diukur, hasil penelitian yang valid akan lebih dapat dipercaya dan dapat

digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik dan juga uji validitas membantu untuk meningkatkan kualitas penelitian.

Kriteria dalam pengujian validitas sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima apabila nilai r -hitung $>$ r -tabel (data dianggap valid)
- 2) H_0 ditolak apabila nilai r -hitung $<$ r -tabel (data dianggap tidak valid)

Jika nilai signifikan (sig) hasil korelasi lebih kecil dari 0,05, maka dinyatakan valid, dan sebaliknya jika lebih besar dari 0,05, maka dinyatakan tidak valid. Cara menentukan nilai R tabel yaitu R tabel = df ($N-2$), dengan tingkat signifikansi uji dua arah, untuk mendapatkan nilai R tabel dapat dilihat pada tabel R .

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi suatu pengukuran. Reliabilitas merupakan alat untuk menilai kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel. Sebuah kuesioner dianggap reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban seseorang terhadap pernyataan di dalamnya tetap konsisten dari waktu ke waktu. (Wahjusaputri & Purwanto, 2022)

Kata reliabilitas diambil dari kata "*reliability*" dalam bahasa Inggris, yang berasal dari kata "*reliable*" yang berarti dapat dipercaya.. Data dapat dikatakan dapat dipercaya bila memberikan hasil yang tetap apabila dilakukan tes berulang kali. Sebuah tes dikatakan *reliable* apabila hasil-hasil tes tersebut menunjukkan ketetapan. Sebelum melakukan uji reliabilitas data harus dilakukan uji validitas, hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus valid, lalu dilanjutkan dengan uji reliabilitas data. *Cronbach* adalah tes yang paling umum digunakan untuk menilai konsistensi internal suatu instrumen. Tes ini bisa diterapkan pada instrumen dengan pertanyaan yang memiliki lebih dari dua pilihan jawaban.

Hasil dari tes *Cronbach* berupa angka antara 0 dan 1. Suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh lebih dari 0,70.

2. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok variabel atau data, apakah sebaran variabel atau data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas berfungsi untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi yang normal. (Ismail & Indrawati, 2022). Untuk mengetahui apakah data mengikuti distribusi normal digunakan uji Kolmogorov-Smirnov (KS), kelebihan dari tes ini yaitu sederhana dan tidak menimbulkan persepsi antara satu pengamat dengan pengamat lain. Uji KS mengevaluasi nilai probabilitas data, jika nilai probabilitas melebihi 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai probabilitas turun di bawah 0,05, maka data menunjukkan penyimpangan yang signifikan dari normalitas, yang menunjukkan distribusi tidak normal.

B. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independen*. Jika terdapat atau adanya korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas (*multiko*). Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independen*. (Gunawan & Mengolah, 2020). Model regresi yang baik tidak terjadi multikolinearitas.

Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* > 0,10, maka dinyatakan tidak ada terjadi multikolinearitas.
- 2) jika nilai VIF > 10 atau nilai *Tolerance* < 0,10, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan 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. (Duli, 2019)

1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk membuat model pengaruh dua atau lebih variabel *independen* terhadap satu variabel *dependen*. (Nihayah, 2019). Model ini dirumuskan secara umum dengan persamaan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Dimana:

Y = *dependent* variabel

A = konstanta

B1 = koefisien regresi X1, b2 = koefisien regresi X2, dan seterusnya.

E = Residual atau error

Selain untuk memprediksi nilai variabel *dependen* (Y), persamaan regresi juga berfungsi untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y).

4. Pengujian hipotesis

A. Uji t

Uji t atau *independen sampel test* berfungsi untuk menguji pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y. Untuk mengetahui pengaruh signifikan atau tidak maka angka t-hitung harus dibandingkan dengan t-tabel. Kriteria pengujian t-tabel yaitu:

- 1) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan signifikansi < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *independen* dan *dependen* secara signifikan.
- 2) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan signifikansi > 0.05 maka dapat disimpulkan tidak ada pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

B. Uji F

Uji f merupakan koefisien regresi secara bersama-sama atau antara variabel X1 dan X2 terhadap Y, dengan kriteria pengujian:

- 1) Jika $F\text{ hitung} > F\text{ tabel}$ dan signifikansi < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara simultan.
- 2) Jika $F\text{ hitung} < F\text{ tabel}$ dan signifikansi > 0.05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara simultan.

5. Uji koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi adalah uji yang menerangkan variasi pengaruh variabel-variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikatnya (*dependen*). Nilai koefisien determinasi bisa diukur dengan nilai *R Square* atau *Adjusted R-Square*. *R-Square* digunakan pada saat variabel bebas hanya satu saja (biasa disebut dengan

regresi linear sederhana), sedangkan Adjusted R-Square digunakan pada saat variabel bebas lebih dari satu (regresi linear berganda). (Ismanto & Pebruary, 2021).

