

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang dipakai dalam judul ini bersifat kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

Pendekatan kuantitatif ini diambil karena melalui pendekatan ini proses penelitian dapat secara terstruktur dan menggunakan sampel penelitian dalam jumlah besar yang dianggap dapat mewakili populasi yang diteliti sehingga hasil yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan sesuatu yang bersifat konklusif untuk populasi atas sampel yang diambil (Malhotra, 1999:164). Pendekatan ini dimulai dengan teori-teori, hipotesa, melakukan analisa, membuat definisi operasional dan sampel serta melakukan analisa antar variabel dengan menggunakan rumus tertentu.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono:2014). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa aktif S1 jurusan manajemen STIE Malangkuçeçwara Malang angkatan 2017 yang berjumlah 172 (Sumber: *BAAK STIE Malangkuçeçwara*)

#### **3.2.2 Sampel**

Secara umum teknik pengambilan sampel dibedakan menjadi dua macam yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. *Probability Sampling* digunakan ketika terdapat peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan kata lain pengambilan sampel pada *Probability Sampling* dilakukan secara acak atau random dari populasi yang ada. Sedangkan *Non Probability Sampling* digunakan ketika tidak terdapat peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menggunakan *Non Probability Sampling* sebagai teknik pengambilan

sampel dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel.

Dimana di dalam *Non Probability Sampling* dibagi lagi kedalam beberapa jenis diantaranya Systematic Sampling, Quota Sampling, Accidental Sampling, Purposive Sampling, Snowball Sampling dan Sampling Jenuh.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono:2014). Pertimbangan atau kriteria – kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1). Berstatus sebagai mahasiswa aktif dan mengambil jurusan manajemen angkatan 2017 di STIE Malangkeçewara Malang.
- 2). Mahasiswa STIE Malangkeçewara Malang yang pernah melakukan transaksi melalui *marketplace* shopee.

Karena dalam penelitian ini jumlah dari populasi mencapai 172. Maka besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan Slovin, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{172}{1 + 172(0,05)^2}$$
$$n = 121,84$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel (122)

z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)

Moe = Margin of Error yaitu tingkat kesalahan maksimum yang yang bisa ditolerir (ditentukan 5%)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui jumlah sampel sebesar 121,84 responden atau dibulatkan menjadi 122 responden

### 3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

Menurut Sugiyono (2014), variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi, hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan pengertian variabel secara teoritis menurut Sugiyono (2014) adalah: Variabel adalah sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau suatu obyek dengan obyek lain.

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Setelah itu penulis akan melanjutkan analisis untuk mencari pengaruh suatu variabel dengan variabel lain. Menurut Sugiyono (2014), berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Variabel penelitian terdiri atas dua macam, yaitu: variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang bergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variable*) atau variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya.

Sesuai dengan judul penelitian, penulis menggunakan 2 variabel independent dan 1 variabel dependent, yaitu :

- a. Variabel independent (X1) dalam penelitian ini adalah *brand ambassador*.
- b. Variabel independent (X2) dalam penelitian ini adalah *tagline*.
- c. Variabel dependent (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.1  
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
<i>Brand ambassador</i> (Variabel X1)	Seseorang yang dipercaya untuk mewakili produk dan atau perusahaan yang dianggap mampu mempengaruhi dan mengajak konsumen untuk menggunakan suatu produk dengan harapan dapat meningkatkan penjualan suatu perusahaan.	Daya tarik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penampilan atau visual yang menarik dan memukau</li> <li>• Dapat memberikan inspirasi</li> </ul>	Likert
		Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan mempromosikan produk</li> <li>• Kemampuan dalam meyakinkan orang lain</li> </ul>	
		Kepopuleran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dikenal oleh publik berkepribadian dan berperilaku baik</li> </ul>	
<i>Tagline</i> (Variabel X2)	Kalimat singkat sebagai penutup teks inti yang menyimpulkan secara singkat tujuan komunikasi suatu iklan	Desain menarik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki desain yang mampu menarik hati</li> </ul>	Likert
		Mudah diingat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki keunikan dan ciri khas</li> </ul>	
		Memperkuat merek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesuai dengan tema, bermakna positif, dan diakui publik</li> </ul>	
Keputusan pembelian (Variabel Y)	Pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan	Pengenalan Kebutuhan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyadari kebutuhan</li> </ul>	Likert
		Pencarian informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari informasi</li> </ul>	
		Evaluasi alternative	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendapat informasi dan alternatif</li> </ul>	

		Keputusan pembelian	• Melakukan pembelian	
		Perilaku pasca pembelian	• Perasaan puas dan melakukan pembelian ulang	

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai data penelitian. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. (Sugiyono:2014).

Sebelum kuesioner atau instrument penelitian disebarakan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

#### 3.4.1 Skala pengumpulan data

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert di gunakan untuk mengukur sikap responden dalam memberikan tanggapan pertanyaan atau masalah yang bersangkutan dalam suatu riset tertentu ( Sarwono, 2012). Maka dalam penelitian ini, di gunakan lima penilaian di antaranya:

- a. Sangat Setuju (SS) = Skor 5
- b. Setuju (S) = Skor 4
- c. Netral (N) = Skor 3
- d. Kurang Setuju (KS) = Skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

#### 3.4.2 Teknik pengujian data

##### 1) Uji validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukam fungsi ukurannya (Azwar 1987;173). Ghozali (2009;45) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk

mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dengan demikian instrumen yang valid merupakan instrument yang benar benar tepat mengukur apa yang hendak diukur.

Berdasarkan definisi diatas maka, validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait tingkat pengukuran sebuah kuisisioner dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid apabila dia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dengan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrument adalah *product moment* dari Karl Peason :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (X)(Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - \sum X^2} \sqrt{N\sum Y^2 - \sum Y^2}}$$

Keterangan :

$R_{xy}$  : koefisien korelasi

$r_{hitung}$

X : nilai dari tiap butir

Y : nilai total dari tiap butir

N : jumlah sampel

Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%, apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka kuisisioner sebagai alat ukur dapat dikatakan valid.

(Semua instrumen penelitian ini sudah melalui uji validitas dan semua item dinyatakan valid, perhitungan lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 3)

#### 1) Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama. Metode yang digunakan metode koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan karena koefisien ini menggunakan variasi dari item baik untuk format benar atau salah atau bukan, seperti format pada skala *likert*.

Suatu variabel dikatakan reliabel apabila kriteria suatu pengujian menunjukkan nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), maka ukuran kuesioner yang dipakai sudah reliabel (**Sugiyono:2014**).

(Semua instrumen penelitian ini sudah melalui uji reliabilitas dan semua variabel dinyatakan reliabel, perhitungan lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 3)

### 3.5 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen untuk kinerja pada masing-masing perusahaan baik secara parsial maupun secara simultan. Sebelum melakukan uji linier berganda, metode mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik (Ghozali, 2011: 105). Tujuan pemenuhan asumsi klasik ini dimaksudkan agar variabel bebas sebagai estimator atas variabel terikat tidak bias.

#### 3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut :

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui gejala tersebut dapat dilihat dari grafik histogram dengan membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati normal, seperti dalam distribusi normal akan mengikuti pola garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga (**Suliyanto,2011**)

##### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (**Ghozali:2011**).

Apabila antar variabel independen terjadi korelasi, maka terdapat multikolinieritas. Mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance melalui program SPSS. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah jika nilai tolerance  $< 0,10$  atau nilai VIF  $>10$  maka terjadi

multikolinieritas, dan apabila nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati *scateplot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai *Predicted Standardized* sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai *Residual Studentized*. Jika *scatterplot* membentuk pola tertentu, hal itu menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Sedangkan jika *scatterplot* menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Untuk mendeteksi secara lebih lanjut mengenai variabel bebas mana yang menjadi penyebab terjadinya masalah heteroskedastisitas, kita dapat mengamati *scatterplot* dimana variabel bebas sebagai sumbu horizontal dan nilai residual kuadratnya sebagai sumbu vertikal (**Suliyanto, 2011**).

d. Uji autokolerasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan menurut waktu (*time series*) atau ruang (*cross section*). Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$ . jika ada, berarti terdapat autokorelasi.

Cara mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai DW (Durbin Watson) dengan kriteria pengambilan jika D-W sama dengan 2, maka tidak terjadi autokorelasi sempurna sebagai *rule of thumb* (aturan ringkas), jika nilai D-W diantara 1,5 – 2,5 maka tidak mengalami gejala autokorelasi (**Suliyanto,2011**).

### 3.5.2 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisa yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis regresi linear berganda untuk menguji kebenaran hipotesa, yaitu *brand ambassador* (X1) dan *tagline* “gratis ongkir” shopee berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa manajemen STIE Malangucecwara Malang.

Dalam persamaan Regresinya dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + X_1b_1 + X_2b_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b1, b2 = Koefisien regresi

X1 = *brand ambassador*

X2 = *tagline* “gratis ongkir” shopee

e = error term

### 3.5.3 Uji hipotesis (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan. Analisis uji F dilakukan dengan membandingkan Fhitung dan Ftabel namun sebelum membandingkan nilai F tersebut harus ditentukan tingkat kepercayaan dan derajat kebebasan =  $n-(k+1)$  agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai alfa yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Di mana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut (**Suliyanto:2011**) :

1) Apabila Fhitung > Ftabel atau F value <  $\alpha$  maka:

- a) Ha diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan,
- b) H0 ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

2) Apabila Fhitung < Ftabel atau F value >  $\alpha$  maka:

- a) Ha ditolak karena tidak terdapat pengaruh yang signifikan,
- b) H0 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan.

### 3.5.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut **Suliyanto (2011)** Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini:

0 = Tidak Berkorelasi

0,1 – 0,20 = Sangat Rendah

0,21 – 0,40	= Rendah
0,41 – 0,60	= Agak Rendah
0,61 – 0,80	= Cukup
0,81 – 0,99	= Tinggi
1	= Sangat Tinggi