

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Menurut (Sujarweni, 2014) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Dalam penelitian ini penelusuran pengaruh *content marketing*, kualitas produk terhadap keputusan pembelian tersebut didapatkan melalui metode survey ini, dimana menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data merupakan subjek darimana data dapat diperoleh. Sumber data sendiri dibedakan menjadi dua, yaitu pengumpulan menggunakan sumber primer. Data primer didapatkan melalui sumber utama. Hal tersebut didukung oleh pendapat dari (Sugiyono, 2018), menyatakan bahwa data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang dianggap bisa memberikan keterangan dan tambahan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian yang menjadi informan adalah peneliti sendiri untuk menjawab permasalahan penelitiannya secara khusus. Sumber data primer ini berasal dari jawaban responden mahasiswa/i STIE Malangkecewara dalam bentuk kuesioner.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

(Sugiyono, 2018) menyatakan populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dapat dinyatakan bahwa populasi tidak hanya orang melainkan objek dan benda-benda alam yang lainnya. Populasi bukan hanya

sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, akan tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Berdasarkan uraian diatas maka populasi penelitian ini yaitu mahasiswa/i STIE Malangkececwara angkatan 2019-2020 yang berjumlah 325 orang.

### 3.3.2 Sampel

(Sugiyono, 2018) mengatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila jumlah dari populasi yang ada besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua populasi misalnya dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel, maka peneliti dapat menggunakan sampel dalam penelitiannya, namun sampel yang diambil harus representatif (mewakili). Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Riduwan, 2015).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam (Sugiyono, 2016). Alasan meggunakan teknik purposive sampling ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu perusahaan yang memenuhi kriteria tertentu.

Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Mahasiswa/i ABM angkatan 2019 – 2020
2. Mahasiswa/i yang menggunakan Sosial Media TikTok

Mengingat kepraktisan dan keterbatasan waktu penelitian, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk memudahkan penarikan jumlah sampel.

Untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus:

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = batas toleransi kesalahan (error tolerance), dalam penelitian ini akan di gunakan sebesar 0,05

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 325 orang, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{325}{1+0,8125(0,05)^2}$$

$$n = \frac{325}{1,8125} = 179,310 ; \text{ disesuaikan oleh penelitian menjadi } 180 \text{ responden.}$$

Berdasarkan perhitungan yang ada di atas pada sampel yang menjadi responden pada penelitian ini adalah 180 mahasiswa STIE Malangkececwara angkatan 2019 - 2020 yang menggunakan media sosial TikTok.

### **3.4 Variable, Operasional, dan Pengukuran**

#### **3.4.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

### 1. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2019) variable independen adalah variable- variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam variable penelitian ini yang merupakan variabel independent adalah pengaruh *Content Marketing*(X1), Kualitas Produk(X2), Potongan Harga (X3).

### 2. Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2019), variabel dependen sering disebut variabel keluaran, kriteria, dan hasil. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat dari variabel dependen. Dalam penelitian ini yang merupakan variable dependen adalah Keputusan Pembelian (Y). Variabel ini yang dipengaruhi oleh kedua variable sebelumnya dan menjadi tolak ukur dalam penelitian ini.

### 3.4.2 Operational Variabel

Untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi sehingga memudahkan observasi atau pengukuran terhadap variabel independen dan dependen.

**Tabel 2**

**Tabel Indikator**

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Content Marketing (X1)	Menurut Rahman (2019), <i>Content Marketing</i> merupakan strategi untuk menggunakan pemasaran digital yang berfokus pada produksi dan penyebaran informasi yang teratur dan relevan.	a. Bernilai b. Relevansi c. Mudah ditemukan d. Konsisten e. Mudah dipahami Menurut Milhinhos dalam (Amalia, 2020)
2	Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah kemampuan barang atau jasa untuk memuaskan	a. Berbagai macam variasi produk

		dan memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono (2016).	b. Kualitas produk sesuai spesifikasi dari konsumen c. Penampilan kemasan produk (estetika) d. Kualitas produk terbaik dibandingkan dengan merek lain e. Daya tahan produk Menurut Gito Sudarma (2018).
3.	Potongan Harga (X3)	Menurut (Kotler & Keller, 2016) <i>price discount</i> , merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal akan suatu produk.	a. Besarnya potongan harga b. Masa potongan harga c. Jenis produk yang mendapatkan discount Menurut (Baskara, 2018) a. Persepsi nilai b. Persepsi konsumen mengenai kualitas Menurut Grewal, dkk dalam Damayanti (2010)
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Margery & Suryani (2019) menyatakan bahwa keputusan pembelian sebagai tahap dimana konsumen memilah merek mana yang mereka sukai hingga akhirnya memutuskan untuk membeli merek tersebut.	a. Pemilihan produk b. Pemilihan merk c. Jumlah pembelian d. Metode pembayaran e. Waktu pembelian Menurut (Kotler dan Keller, 2016)

### 3.5 Pengukuran

Pengukuran variabel adalah proses menentukan jumlah atau intensitas informasi mengenai orang, peristiwa, gagasan, dan atau objek tertentu serta hubungannya dengan masalah atau peluang bisnis. Menggunakan proses pengukuran yaitu dengan menetapkan angka atau tabel terhadap karakteristik

atau atribut dari suatu objek, atau setiap jenis fenomena atau peristiwa yang menggunakan aturan-aturan tertentu yang menunjukkan jumlah dan atau kualitas dari faktor-faktor yang diteliti (Septyanto,2016). Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena social.

Menurut (Sugiyono,2016) . 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. Variabel dalam peneliti ini terdiri dari variabel independent (X) yang terdiri dari *content marketing* (X1) kualitas produk (X2) dan potongan harga (X3) yang mempengaruhi variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Kuisisioner yang digunakan dalam instrument penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut:

**Tabel 3**

**Tabel Skala Likert**

<b>Pernyataan</b>	<b>Penilaian</b>
<b>Sangat setuju</b>	<b>5</b>
<b>Setuju</b>	<b>4</b>
<b>Kurang setuju</b>	<b>3</b>
<b>Tidak setuju</b>	<b>2</b>
<b>Sangat tidak setuju</b>	<b>1</b>

### **3.6. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah salah satu cara untuk melakukannya mengumpulkan data. Penelitian ini didasarkan pada teknik pengumpulan data merupakan penelitian kuantitatif dengan kuesioner, Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau penjelasan tertulis

kepada responden untuk dijawab Menurut (Sugiyono, 2017). Kuisisioner adalah lembaran yang dapat berupa pertanyaan ditulis dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden tentang apa yang mereka alami dan ketahui menurut (Siyoto dan Sodik, 2015). Penelitian ini peneliti menggunakan instrument yang digunakan dalam pengumpulan data haruslah valid dan reliabel. Suatu instrument dikatakan valid apabila pernyataan pada suatu angket mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner. Kuisisioner yang diberikan berbasis internet dengan menggunakan *google form*.

### **3.7. Metode Analisis Data**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau setidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) maka instrument itu dianggap tidak valid dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka instrument dianggap tidak valid menurut (Sugiyono, 2018).

Validitas menurut (Sugiyono, 2016) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

#### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Menurut (Sugiyono, 2018) uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses

lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan di uji merupakan pernyataan atau pertanyaan yang sudah valid. *Cronbach's alpha* yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitasnya. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah: a. Jika nilai cronbach's alpha  $\alpha > 0,60$  maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya. b. Jika nilai cronbach's alpha  $< 0,60$  maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliable.

### **3.7.3 Uji Asumsi Klasik**

Uji hipotesis klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

#### **3.7.3.1 Uji Normalitas**

Menurut (Ghozali, 2016) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

#### **3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut

heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat Heteroskedastisitas (Ghozali,2016).

### **3.7.3.3 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas. Efek dari multikolinieritas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Nilai Tolerance mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan  $VIF = 1/tolerance$ , dan menunjukkan terdapat kolinieritas yang tinggi. Nilai cut off yang digunakan adalah untuk nilai tolerance 0,10 atau nilai VIF diatas angka 10 Menurut (Ghozali, 2016).

## **3.8 Uji Hipotesis**

### **3.8.1 Uji T**

Menurut (Sugiyono, 2018) “Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen”. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian derajat hubungna antara variabel (X) dan variabel (Y)

yang digunakan dengan koefisien korelasi. Berikut kriteria dalam pengujiannya :

- a.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dan jika  $\text{sig} < \alpha (0,05)$
- b.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  dan jika  $\text{sig} > \alpha (0,05)$