

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen, yaitu media sosial dan kualitas produk, terhadap variabel dependen, yaitu minat beli konsumen.

Sugiyono (2019), Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2019), Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, yaitu media sosial dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen terhadap produk Kahf.

3.2 Populasi Dan Sampel

(Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk Kahf di Kota Malang.

(Sugiyono, 2017) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Non-Probability Sampling dengan jenis Accidental Sampling.

3.3 Sumber data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data

primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui membagikan kuesioner. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, data yang diperoleh dari situs internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan penelitian. Menentukan jumlah sampel dengan metode non probability sampling dengan jenis Accidental Sampling yang digunakan pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Hair. Menurut Hair et al (2019) rumus Hair pada penelitian yang memiliki jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Berikut perhitungannya

Sampel = Jumlah Indikator x 10

$12 \times 10 = 120$ Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang pada penelitian ini sebanyak 120.

3.4 VARIABEL, OPERASIONALISASI DAN PENGUKURAN

3.4.1 Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel lain, di dalam penelitian ini variabel bebas yang di gunakan adalah Media Sosial (X1), Kualitas Produk (X2)

b. Variabel Terikat (Dependen)

Jenis variabel yang digunakan sebagai faktor yang di pengaruhi oleh satu atau banyak variabel lain, pada penelitian ini variabel terikat nya adalah Minat Beli (Y)

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Daftar Pustaka
Media Sosial (X1)	Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan konsumen terlibat dalam pencarian informasi, komunikasi, dan interaksi dua arah antara pengguna dan brand.	1. Intensitas penggunaan 2. Interaksi (like, komentar, share) 3. Kualitas konten yang dilihat 4. Kepercayaan terhadap informasi dari media sosial	Whiting, A., & Williams, D. (2021).
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah keseluruhan karakteristik produk yang memengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen.	Kesesuaian dengan harapan Ketahanan atau durability Fitur dan manfaat Desain dan kemasan	Tjiptono, F. (2020).
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah kecenderungan	Ketertarikan terhadap produk	Idinand, A. (2022)

	konsumen untuk mengambil tindakan pembelian berdasarkan evaluasi dan persepsi mereka terhadap suatu produk	Niat membeli Dalam waktu dekat Keinginan mencari informasi lebih lanjut Kecenderungan merekomendasikan	
--	--	--	--

3.4.3 Pengukuran Variabel

Untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala dan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala social (Riduwan & Sunarto, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis instrument angket dengan pemberian skor sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Skala Perhitungan

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.4.4 METODE PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuisioner. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 120 responden yang berisikan pernyataan tentang **Pengaruh Media Sosial Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kahf Di Kota Malang** Dalam pengumpulan data responden juga dibimbing bagaimana cara pengisian kuisioner tersebut. Adapun dalam pelaksanaannya, kuesioner diberikan kepada Konsumen Produk

3.5 METODE ANALISIS

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum melakukan uji regresi, terlebih dahulu dilakukan beberapa uji sebagai berikut:

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan seberapa valid suatu instrument penelitian, suatu instrument akan di anggap valid apabila instrumen tersebut mampu menunjukkan data yang tepat dari variabel yang diteliti. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan suatu program statistic SPSS. Metode uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan hasil dari masing masing nilai item dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data tersebut dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data tersebut dinyatakan tidak valid.

3.5.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan pengertian bahwa ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur. Suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Jadi uji reliabilitas instrument dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrument sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Mustafa, 2009). Menurut Sambas dan Maman dalam membuat kesimpulan, dengan caramembandingkan nilai hitung r dan nilai tabel r . kriterianya jika nilai hitung r lebih besar ($>$) dari nilai tabel r , maka instrument dinyatakan reliabel (Maman, 2007). Reliabilitas variabel ditentukan berdasarkan nilai Cronbach alpha, apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan. Rumus yang digunakan dalam Uji Realibilitas sebagai berikut: Rumus : $r = (\frac{k}{k-1}) (1 - \sum a_i^2 / \sum a_i^2)$

Dimana :

r : Realibilitas instrument

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\Sigma ab2$: Jumlah varian butir $at2$: Varian total

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas merupakan sebuah uji data untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Dengan anggapan apabila suatu variabel tidak berdistribusi normal, maka dapat dikatakan suatu uji statistik mengalami penurunan. Berikut adalah dasar analisis yang digunakan pada uji kolmogorov smirnov :

- a. Jika nilai signifikansi $>$ dari 0,05, maka suatu distribusi dikatakan normal.
- b. Jika nilai signifikansi $<$ dari 0,05 maka suatu distribusi dikatakan tidak normal.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) uji multikolinearitas merupakan suatu uji untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Efek dari pengujian multikolinearitas adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut membuktikan 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 mempengaruhi variabel dependen. Untuk menentukan ada dan tidaknya multikolineritas pada suatu model regresi, dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance mengukur variabilitas dari variabel bebas yang dipilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Sehingga nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/\text{tolerance}$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang digunakan adalah untuk nilai tolerance 0,10 atau nilai VIF diatas angka 10.

3.5.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji heteroskedastisitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah terdapat

ketidaksamaan varian pada residual dari satu pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya maka disebut heteroskedastisitas. Terjadinya kondisi heteroskedastisitas yaitu akan berakibat tidak mutlak koefisien, misalnya akan terjadinya kekurangan maupun kelebihan.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu dilakukan dengan membuat model regresi yang melibatkan nilai absolute residual, yaitu menregresikan nilai absolute residual pada variabel independen, ketentuan yang digunakan jika nilai signifikan $> 0,05$ maka akan terjadi heteroskedastisitas yaitu artinya model regresi ini tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3.5.4 Analisa Regresi Linear Berganda

Analisa regresi berganda merupakan teknik statistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk meramal nilai variabel dependen dengan berdasarkan nilai variabel independen dan menganalisa hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen secara simultan maupun secara parsial. Analisa regresi linear berganda digunakan untuk menguji apakah variabel β independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial. Analisis regresi linear berganda (Sugiyono, 2017).

3.5.4.1 Uji Statistik

Uji statistic yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari:

3.5.4.2 Uji T

Uji statistik t dapat digunakan untuk menunjukkan seberapa pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerapkan variasi independen (Ghozali, 2018). Perolehan hipotesis

dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ($\text{Sig} < 0,05$), maka hipotesis diterima. Hal ini secara parsial Media sosial, kualitas produk, mempunyai pengaruh terhadap Minat beli.

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau probabilitas lebih besar dari signifikan ($\text{Sig} > 0,05$) maka hipotesis akan ditolak. Hal ini berarti secara parsial media sosial, kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli

