

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiono (2015;2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu: cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah yaitu kegiatan penelitian tersebut didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kuantitatif deskriptif. Kuantitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Pengumpulan data yang dilakukan yakni dengan menggunakan dan menyebarkan kuesioner, analisis data bersifat statistik ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang menghitung sampel dengan menggunakan metode z-score atau dikenal juga dengan rumus lemeshow.

Tabel 3.1

Operasional Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Brand Ambassador</i> idol K-pop	seberapa besar popularitas idol K-pop menjadi <i>brand ambassador</i> Tokopedia di STIE Gentiaras. Pandangan audiens atau responden mengenai penampilan idol K-pop secara fisik, non-fisik maupun kepribadian yang mendukung untuk melakukan pembelian Tokopedia di STIE Gentiaras.	1. <i>visibility</i> 2. <i>attraction</i> 3. <i>power</i>	Ordinal Ordinal Ordinal
Keputusan pembelian	Proses keputusan membeli ini yang didapat setelah konsumen melakukan tahap pengenalan terhadap suatu produk, pencarian informasi lain, evaluasi keunggulan dan kelemahan produk, sampai terciptannya keputusan pembelian dan keputusan pasca pembelian di Tokopedia di STIE Gentiaras	1. pilihan produk 2. pilihan merek 3. jumlah pembelian	Ordinal Ordinal Ordinal

Sumber : gagasan penulis berdasarkan teori

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian Ini dilakukan di STIE GENTARAS.

2. Waktu Penelitian

Mulai bulan maret sampai dengan bulan juli.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiono (2015:80) pupulasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang memiliki objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu setelah itu ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa atau mahasiswi yang kuliah STIE Gentiaras yang merupakan konsumen yang sering belanja lewat Tokopedia atau calon konsumen yang baru akan belanja menggunakan Tokopedia. Populasi ini bersifat infinite karena jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel penelitian

Menurut Wiyono (2011:76) sampel adalah bagian populasi yang mewakili dan yang akan diteliti atau sebagai jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang mewakili. Dikarenakan jumlah populasi didalam melakukan penelitian ini tidak diketahui dan penelitian ini merupakan penelitian survey, serta pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*. Sugiyono (2008) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Responden yang menggunakan aplikasi Tokopedia dan yang belanja menggunakan aplikasi tokopedia

- b. Mahasiswa dan Mahasiswi STIE Gentiara yang melakukan pembelian Tokopedia.

Karena jumlah populasinya infinite, maka dalam penentuan jumlah sampel digunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

Dimana :

Rumus:
$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

N = jumlah sampel

Z = score z pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha = 0,10 atau sampling error = 10%

Perhitungan :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\ n &= 96,04 \end{aligned}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100 responden.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Bernoulli, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi jumlah responden didalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang akan digunakan untuk mewakili populasi yang ada.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek yang diteliti melalui penyebaran kuesioner secara online. Sedangkan data sekunder merupakan data dari penelitian ini yang diperoleh peneliti melalui studi pustaka dan data yang diperoleh dari artikel, berita-berita dan media lain yang membahas mengenai penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2015:142) kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagikan dan memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk responden menjawabnya. Pengumpulan data responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online dengan menggunakan media Google Forms. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang dikuantitatifkan, secara kualitatif digunakan dengan skala likert dengan pilihan jawaban responden dengan sebagai berikut:

SS =Sangat Setuju

S =Setuju

KS =Kurang setuju

TS =Tidak Setuju

STS =Sangat Tidak Setuju

Responden disajikan pertanyaan dan pernyataan dan akan diminta untuk memberikan jawaban-jawaban persetujuan dari responden dan diberi skor sebagai berikut:

Sangat Setuju = 5

Setuju = 4

Kurang setuju = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = 1

F. Instrument Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:133) instrumen Penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan begitu jumlah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian digunakan untuk melaksanakan pengukuran dengan tujuan memperoleh atau menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka disetiap instrumen wajib memiliki skala.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir-butir pernyataan dan di uji validitasnya dengan SPSS menggunakan korelasi *product moment* (Sujarweni, 2015) Pada teknik korelasi Product Moment pengujian dilakukan dengan cara

mengkorelasikan skor tiap item pertanyaan dengan jumlah skor total dengan menggunakan nilai (Widi , 2011) dalam (Munawaroh, 2019). Rumus yang digunakan yaitu:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y)^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

$\sum X$ = jumlah skor item/*instrument*

$\sum Y$ = jumlah total skor jawaban

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor item/*instrument*

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat total skor jawaban

$\sum XY$ = jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Dalam uji validitas ini sampel yang digunakan sebanyak 30 responden dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, nilai r untuk n = 30 dengan taraf signifikan 10% adalah 0,361. Jadi apabila r lebih besar dari 0,361 dinyatakan valid dan sebaliknya apabila nilai r lebih kecil dari 0,361 dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reabilitas yang tinggi. Tujuan dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk menguji apakah kuisioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diandalkan sebagai alat ukur. Menurut

Sugiyono (2009,p.183). Peneliti menggunakan teknik Cronbach's Alpha untuk penelitian ini. Suharsimi Arikunto (2010) dalam (Janna & Harianto, 2021) menyatakan, Cronbach's Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 atau 0. Instrumen tersebut misalnya instrumen berbentuk esai, angket, atau kuesioner. Rumus koefisien reliabilitas Alfa Cronbach adalah sebagai berikut :

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan:

r_i = koefisien reliabilitas Alfa Cronbach.

K = jumlah item soal yang sah.

$\sum s_i^2$ = jumlah varians skor tiap item.

s_t^2 = varians total.

Jika koefisien reliabilitas Alfa Cronbach kurang dari 0,70 ($r_i < 0,70$), Tavakol & Dennick (2011) dalam (Yusup, 2018) menyarankan untuk merevisi atau menghilangkan item soal yang memiliki korelasi yang rendah.

G. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa data penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hal ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai pengaruh *brand ambassador* idol K-pop pada aplikasi tokopedia dengan minat beli konsumen yang ditinjau dari pengalaman responden. Hingga dapat mengetahui bagaimana strategi untuk meningkatkan minat beli konsumen di aplikasi tokopedia. Hidayat

(2018) menjelaskan bahwa dalam proses pengolahan data terdapat langkah langkah yang harus ditempuh, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Editing

Editing adalah upaya untuk memeriksa kembali kebenaran data yang diperoleh atau kumpulkan. Editing dapat dilakukan pada tahap pengumpulan data atau setelah data terkumpul.

2. Coding

Coding merupakan kegiatan pemberian kode numerik (angka) terhadap data yang terdiri atas beberapa kategori. Pemberian kode ini sangat penting bila pengolahan dan analisis data menggunakan komputer. Biasanya dalam pemberian kode dibuat juga daftar kode dan artinya dalam satu buku (codebook) untuk memudahkan kembali melihat lokasi dan arti suatu kode dari suatu variabel.

3. Data Entry

Pada langkah proses ini peneliti memasukkan data ke dalam komputer untuk keperluan analisis dengan menggunakan program komputer (Manurung, 2017)

4. Analisis Data

Analisa data dilakukan setelah semua data telah terkumpul dan diperiksa kembali satu persatu. Setiap data dan pernyataan dalam kuesioner diberi kode untuk mempermudah proses tabulasi dan analisa data. Untuk mengetahui arah hubungan dan seberapa besar pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian, maka pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana merupakan

analisis statistika yang bersifat parametrik dimana data yang digunakan harus memiliki skala pengukuran sekurang-kurangnya interval dan berdistribusi normal. Persamaan umum regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2018:188) adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

a = Konstanta regresi sederhana

b = Koefisien regresi

X = brand ambassador

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *brand ambassador* dan kepuasan pembelian produk pada aplikasi tokopedia oleh mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gontar Bandar Lampung dengan perhitungan yang menggunakan uji T.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien parsial dari masing-masing variabel *brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia. Menurut Iqbal Hasan (2012:267) langkah-langkah pengujiannya dilakukan sebagai berikut:

1) Merumuskan formulasi hipotesis

H_{01} :Tidak ada pengaruh variabel *brand ambassador* idol K-pop terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia pada

Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gontar Bandar Lampung.

H_{a1} : ada pengaruh variabel *brand ambassador* idol K-pop terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gontar Bandar Lampung.

2) Menentukan taraf nyata (α) dan nilai t tabel

Menentukan t table dengan tingkat keyakinan 90%, tingkat kesalahan (α) 10% = 0,1 dan derajat kebebasan (db) = n-k, yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh: Ada pengaruh variabel *Attractions* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia Menentukan kriteria pengujian apabila:

H_0 diterima apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

3) Menentukan t_{hitung} menggunakan SPSS .

Dalam mencari nilai uji statistik peneliti menggunakan SPSS.

4) Membuat Kesimpulan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $\text{sig } t < \alpha$ 0,1, maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara Variabel *brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $\text{sig } t > \alpha$ 0,1, maka H_0 diterima H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara *brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia ;

6. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur sebesar jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable terikat. Nilai determinasi antar 0 dan 1. Nilai adjusted R^2 yang kecil berarti kemampuan variable bebas dalam menjelaskan variable terikat sangat terbatas, begitu sebaliknya.