

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode dan jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik (Sugiyono, 2020: 16). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survei. Metode survei merupakan metode pengumpulan data melalui instrumen yang bisa merekam tanggapan-tanggapan responden dalam sebuah sampel penelitian. (Danuri 2019:232).

3.2 Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang dijadikan sebagai objek penelitian oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2020:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Peneliti menggunakan populasi mahasiswa Semarang yang berumur 19 sampai 24 tahun pengguna *e-commerce* Lazada. Pendapat menurut Sugiyono (2020:143) ukuran populasi yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 27.148. Serta berdasarkan data dari BPS Jawa tengah bahwa jumlah mahasiswa dan mahasiswa di Kota Semarang

berjumlah 27.148 sehingga populasi dalam penelitian ini berjumlah 27.148 mahasiswa.

3.3 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penulis menggunakan rumus slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono (2020:137) sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = Batas Toleransi Error (10% / 0,1)

Penjabaran:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 27.148 / (1 + (27.148 \times 0,1^2))$$

$$n = 27.148 / (1 + (27.148 \times 0,01))$$

$$n = 27.148 / (1 + 271,48)$$

$$n = 27.148 / 272,48$$

$$n = 99,63 (100)$$

Jadi pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 100 orang

3.4 Teknik Sampling

Teknik sampling yang penulis akan gunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah salah satu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan untuk menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian

3.5 Operasionalisasi Konsep

| Variabel X | Indikator |
|---|--|
| Aktor Lee Min Ho sebagai <i>Brand Ambassador</i> (Lea Greenwood 2013:77) – Dimensi Pengaruh | <ul style="list-style-type: none">•Aktor Lee Min Ho memberikan dukungan pada <i>e-commerce</i> Lazada seperti bentuk ajakan untuk melakukan transaksi di <i>e-commerce</i> Lazada•Bentuk dukungan dapat dilihat dari berapa iklan atau event iklan belanja yang diperankan oleh Aktor Lee Min Ho•Bentuk dukungan Lee Min Ho terhadap <i>e-commerce</i> Lazada berhasil mempengaruhi keputusan pembelian di Lazada, dilihat dari transaksi atau sudah pernah melakukan proses transaksi |
| Aktor Lee Min Ho sebagai <i>Brand Ambassador</i> (Lea Greenwood 2013:77) – Dimensi Kesesuaian | <ul style="list-style-type: none">•Kecocokan aktor Lee Min Ho menjadi <i>brand ambassador</i>•Lee Min ho memberikan kepercayaan untuk menggunakan <i>e-commerce</i> Lazada•Lee Min Ho memiliki karakteristik yang sesuai dengan citra perusahaan Lazada•Dilihat dari konsumen bahwa aktor Lee Min Ho cocok dan sesuai untuk |

| | |
|---|--|
| | menjadi <i>brand ambassador</i> Lazada |
| Aktor Lee Min Ho sebagai <i>Brand Ambassador</i> (Lea Greenwood 2013:77) – Dimensi Kredibilitas | <ul style="list-style-type: none"> •Tingkat pengetahuan Lee Min Ho terhadap <i>e-commerce</i> Lazada dilihat dari aktor merekomendasikan suatu kategori di Lazada •Aktor Lee Min Ho memiliki kemampuan dan pengetahuan yang memberikan pengaruh kredibilitas bagi Lazada •Aktor Lee Min Ho membagikan cara menggunakan <i>e-commerce</i> Lazada dibuktikan dengan konsumen dapat menerima dengan mudah tips dan rekomendasi yang disampaikan aktor Lee Min ho |
| Aktor Lee Min Ho sebagai <i>Brand Ambassador</i> (Lea Greenwood 2013:77) – Dimensi Daya Tarik | <ul style="list-style-type: none"> •Aktor Lee Min Ho memberikan penyampaian yang menarik mengenai produk atau <i>e-commerce</i> Lazada •Daya tarik Lee Min Ho untuk melakukan pembelian di <i>e-commerce</i> Lazada •Iklan <i>e-commerce</i> Lazada dengan Lee Min Ho menarik •Pesona Aktor Lee Min Ho membuat loyal •<i>E-commerce</i> Lazada dengan menggunakan Aktor Lee Min Ho memberikan daya tarik |
| Aktor Lee Min Ho sebagai <i>Brand Ambassador</i> (LeaGreenwood 2013:77) – Dimensi Kekuasaan | <ul style="list-style-type: none"> •Lee Min Ho memiliki penggemar yang banyak •Lee Min Ho memiliki kepribadian yang baik •Lee Min Ho memiliki kharisma •Lee Min ho memiliki wibawa yang tinggi •Lee Min Ho dapat memberikan pengaruh pada tindakan yang akan diambil |
| Variabel Y | Indikator |
| Keputusan Pembelian (M. Anang Firmansyah 2019:78) – Dimensi Rasional | <ul style="list-style-type: none"> •Responden membeli produk di <i>e-commerce</i> Lazada, karena pertimbangan sesuatu seperti harga, kualitas, merek. •Responden membeli produk di <i>e-</i> |

| | |
|---|---|
| | <p><i>commerce</i> Lazada karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responden memilih membeli produk di <i>e-commerce</i> Lazada karena kualitas dari produk tersebut. |
| Keputusan Pembelian (M. Anang Firmansyah 2019:78) – Dimensi Irasional | <ul style="list-style-type: none"> • Responden membeli produk di <i>e-commerce</i> Lazada karena <i>brand ambasadornya</i> adalah Lee Min Ho • Responden membeli produk karena penggemar berat Lee Min Ho sehingga menunjukkan dukungan kepada aktor Lee Min Ho • Reponden membeli produk di <i>e-commerce</i> Lazada karena terbujuk tawaran yang ditawarkan atau ada hal lain yang menjadikan pertimbangan |

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah kuesioner, kuesioner adalah alat pengumpulan data yang nantinya data peneliti diolah untuk menghasilkan data tertentu. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan kuesioner berbasis *online* yaitu *google form*.

3.7 Teknik Validitas dan Reabilitas Data

Uji validitas merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan keakuratan satu instrumen pengukur, yaitu keakuratan pengukuran terhadap apa yang seharusnya diukur. (L. Benu,2019:185). Untuk menemukan koefisien korelasi hubungan antara variabel bebas dan terikat pada penelitian ini, maka peneliti menggunakan rumus Korelasi Product Moment yang dikemukakan oleh Karl Pearson (Siswanto, 2018:130)

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

r = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan

Realibilitas adalah pengujian untuk menunjukkan suatu hasil pengukuran yang konsisten apabila dilakukan berulang di mana jika suatu penelitian yang reliabel adalah ketika orang lain dapat mengulangi atau mereplikasi proses penelitian tersebut (Sugiyono, 2020:372). Untuk penelitian ini, penulis menggunakan rumus Cronbach's Alpha lebih besar 0,60 digunakan untuk menentukan nilai derajat reliabilitas dan teknik pengumpulan datanya menggunakan angket dan menghasilkan angka (Nugroho, 2020:32).

3.8 Teknik Analisis Data

Penulis mengolah data penelitian ini untuk menganalisis hubungan antara variabel *dependent* dan *independent* dan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian ini maka penulis menggunakan

A. Statistik Deskriptif

Deskripsi dari variabel dalam penelitian ini bertujuan agar melihat kecenderungan dari jawaban seluruh responden terhadap suatu butir pernyataan kuesioner. Metode analisis datanya menggunakan skala *likert*

yang dapat memperlihatkan tanggapan konsumen terhadap karakteristik suatu produk (sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju).

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian dengan menggunakan analisis deskriptif dilakukan dengan analisis rentang skala dan bentuk dalam tabel frekuensi. Jadi seluruh jawaban dari responden akan dikelompokkan dan menghasilkan sebuah presentase nilai untuk setiap pernyataannya.

B. Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini membahas mengenai hubungan antara variabel bebas dan terikat, maka untuk melihat hubungan antara kedua variabel di mana analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel dependen dengan variabel, sehingga peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana berdasarkan jurnal dari Imran (2018:53), sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: Variabel terikat (*Dependent*)

X: Variabel prediktor atau variabel faktor penyebab (*Independent*)

a: Konstanta

b: Koefisien regresi (kemiringan) besaran respon yang ditimbulkan oleh prediktor

C. Pengujian Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Shapiro Wilk adalah sebuah metode atau rumus perhitungan sebaran data. Metode shapiro wilk adalah metode uji normalitas yang efektif dan valid digunakan untuk sampel berjumlah kecil.

H_0 = Distribusi normal

H_1 = Distribusi tidak normal

Penentuan hasilnya dapat dilihat dari p-value, apabila nilai p-value ($\text{Prob} > F$) $< \alpha$ (taraf signifikansi), maka keputusannya adalah tolak H_0 atau distribusi data tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat keterkaitan antar variabel bebas dalam satu persamaan atau satu model regresi. Suatu persamaan atau model regresi memiliki syarat wajib yakni tidak terdapat multikolinearitas dalam persamaan atau model tersebut. Pengujian ini dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) atau tolerance. Ketentuan pada nilai VIF ini tidak boleh lebih dari 10 dan untuk nilai tolerance tidak boleh kurang dari 0,01 untuk mencegah adanya multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah ada perbedaan nilai varian dari tingkat error pada objek penelitian atau variabel yang digunakan. Heteroskedastisitas adalah permasalahan yang terjadi akibat suatu kejadian yang terjadi diluar dugaan atau kontrol

sehingga menghasilkan analisis regresi semu dan sulit untuk diprediksi kedepannya. Pembentukan hipotesisnya sebagai berikut:

H0: Homokedastisitas

H1: Heterokedastisitas

Penentuan permasalahan heteroskedastisitas dapat dilihat dari perbandingan nilai p value ($\text{Prob}>F$) dengan taraf nyata atau batas toleransi pada error. Nilai p-value yang lebih besar dari taraf nyata memiliki makna tidak tolak H0 atau tidak terdapat permasalahan heteroskedastisitas.

