

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode dan Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini, metode yang digunakan peneliti yaitu kuantitatif. Penelitian dengan metode kuantitatif merupakan penelitian yang didasari oleh positivisme dari sebuah filsafat, dipergunakan untuk mengamati suatu populasi ataupun sampel, dengan pengambilan sampel yang umumnya secara random, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, serta analisa data yang bersifat statistik dan bertujuan untuk menguji hipotesa yang ditetapkan (Sugiyono, 2015:14). Singkatnya, data yang akan dipergunakan dan dianalisa pada penelitian ini berbentuk angka.

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan kuesioner dan disebarikan kepada responden. Kuesioner merupakan sebuah teknik dalam mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan ataupun pernyataan secara tertulis yang kemudian akan diberikan jawaban oleh responden (Sugiyono, 2015:199). Pada penelitian ini, kuesioner yang akan digunakan oleh peneliti berbentuk *Google Form* yang nantinya akan diberikan kepada responden.

#### **3.2 Populasi**

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari subyek yang memiliki kualitas serta karakteristik yang telah ditetapkan peneliti untuk dianalisis dan dilakukan penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2015:117). Peneliti menjadikan

pengikut akun *Instagram* Kastem Space Semarang @kastemspace\_ dengan jumlah 2.238 orang sebagai populasi dalam penelitian ini.

### 3.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* yakni teknik *sampling* yang mana tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama kepada anggota populasi yang telah dipilih menjadi sampel dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2015:122). Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan cara *purposive sampling*. Penggunaan *purposive sampling* dilakukan dengan menerapkan beberapa karakteristik yang harus dipenuhi oleh sasaran responden (Mulyatiningsih, 2011:12). Berikut beberapa karakteristik responden :

1. Mengikuti akun Instagram Kastem Space Semarang.
2. Pernah melihat iklan Kastem Space Semarang di Instagram.
3. Pernah melakukan pembelian produk Kastem Space Semarang.

### 3.4 Sampel

Sampel merupakan bagian dari suatu populasi yang mempunyai karakter tertentu (Sugiyono, 2015:118). Adapun perhitungan untuk menentukan jumlah sampel yaitu dengan menggunakan rumus *Slovin*. Rumus *Slovin* merupakan rumus untuk menentukan jumlah sampel dari suatu populasi yang umumnya memiliki jumlah yang besar sehingga diperlukan perhitungan untuk memperkecil jumlahnya

namun tetap mewakili jumlah keseluruhan (Hidayat, 2017:1). Rumus yang digunakan sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : jumlah minimal sampel

N : banyaknya populasi

e : toleransi batas kesalahan atau *margin of error* 10% (0,1)

Dari rumus di atas, maka perhitungan sampel sebagai berikut :

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

$$n = \frac{2.238}{1 + 2.238 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.238}{1 + 2.238 \times 0,01}$$

$$n = \frac{2.238}{22,39}$$

$n = 99,95$  dibulatkan menjadi 100.

Jadi, dalam penelitian ini akan menggunakan sampel sejumlah 100 orang yang sekiranya cukup mewakili dari jumlah populasi yang ada.

### 3.5 Operasional Konsep

Pada penelitian ini diperlukan adanya operasional konsep, yaitu suatu langkah yang diperlukan untuk menentukan indikator pada masing – masing variabel.

Operasional konsep akan memberikan sketsa atau gambaran yang nantinya akan diukur oleh peneliti. Berikut merupakan tabel daripada operasional konsep dalam penelitian ini :

**Tabel 3.5 Operasional Konsep**

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>Iklan Kastem Space Semarang di Instagram (X)</b> <i>(konsep Wibisono mengenai iklan ideal)</i>	Menimbulkan perhatian	1. Menampilkan gambar yang menarik. 2. Menampilkan gambar dengan warna yang serasi dan mencolok. 3. Pesan dalam iklan <i>Instagram</i> mudah dimengerti dan mengandung janji atau jaminan. 4. Iklan <i>Instagram</i> menunjukkan kualitas produk.	<i>Likert</i>
	Menarik	5. Pemilihan <i>figure</i> iklan <i>Instagram</i> yang menarik.	<i>Likert</i>
	Dapat menimbulkan keinginan	6. Pesan dan gambar dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk mencoba produk yang ditawarkan dalam iklan <i>Instagram</i> .	<i>Likert</i>
	Menghasilkan suatu tindakan.	7. Pesan dan gambar menghasilkan suatu tindakan atau aksi membeli produk yang ditawarkan dalam iklan <i>Instagram</i> .	<i>Likert</i>
<b>Keputusan Pembelian Konsumen (Y)</b> <i>(konsep Lucas dan Britt)</i>	Perhatian	8. Mengundang perhatian karena iklan <i>Instagram</i> menarik.	<i>Likert</i>
	Ketertarikan	9. Setelah melihat iklan, timbul ketertarikan terhadap produk yang sedang ditawarkan dalam iklan <i>Instagram</i> .	<i>Likert</i>
	Keinginan	10. Adanya keinginan untuk membeli produk yang sedang ditawarkan dalam iklan <i>Instagram</i> .	<i>Likert</i>

	Keyakinan	11. Adanya rasa yakin dalam benak konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.	Likert
--	-----------	---	--------

Sumber : olah data peneliti

Indikator pada variabel iklan Kastem Space Semarang di Instagram (X) ditentukan peneliti melalui teori yang dipaparkan oleh Wibisono (2005) mengenai iklan ideal. Sedangkan indikator pada variabel keputusan pembelian konsumen (Y) ditentukan peneliti melalui teori Lucas dan Britt (2003) mengenai tahapan proses keputusan pembelian. Selanjutnya peneliti akan menyusun beberapa pertanyaan yang sesuai dengan indikator di atas. Responden akan memilih pilihan jawaban yang telah memiliki skor masing – masing menurut skala *likert*.

### 3.6 Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu subjek maupun objek yang memiliki variasi dan dipelajari sehingga nantinya akan menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2015:61). Dengan kata lain, variabel penelitian yaitu suatu atribut baik sifat atau konstrak yang memiliki variasi tertentu yang akan diamati dan dipelajari oleh peneliti yang selanjutnya akan ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini, terdapat variabel bebas atau *independent* (X) dan variabel terikat atau *dependent* (Y). Variabel bebas adalah variabel yang mampu memberikan pengaruh atau yang menjadi sebab terhadap perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang terpengaruhi oleh adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015:61). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah iklan media sosial *Instagram* Kastem Space Semarang (X) dan yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini yakni keputusan pembelian konsumen (Y).

### 3.7 Hipotesis Riset

Hipotesis adalah jawaban sementara yang didasari oleh pendekatan pemikiran deduktif atau yang umum menuju kepada hal - hal yang khusus. Hipotesis berfungsi untuk memberikan arahan pada penelitian, pengumpulan data, analisis, pengujian syarat analisis, uji hipotesis serta penarikan kesimpulan. (Winarno, 2013:20). Berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini :

Ha : Iklan Kastem Space Semarang di *Instagram* (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen (Y).

Ho : Iklan Kastem Space Semarang di *Instagram* (X) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen (Y).

### 3.8 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yakni proses identifikasi informasi yang peneliti lakukan dan dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian tersebut. Data penelitian merupakan segala informasi yang dibutuhkan guna memecahkan masalah dalam penelitian (Winarno, 2013:143). Pada penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan teknik menyebarkan kuesioner.

Kuesioner merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data dengan memberikan sekumpulan pernyataan maupun pertanyaan secara tertulis terhadap responden untuk diberikan jawaban. Setelah responden memberikan jawaban, kuesioner tersebut akan dikembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2015:199). Peneliti akan memberikan beberapa pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden mengenai iklan Kastem Space Semarang di *Instagram* yang nantinya

akan diisi dan diberikan kembali kepada peneliti. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner tertutup yang mana setiap pertanyaan ataupun pernyataan telah diberikan pilihan jawaban yang akan dipilih responden. Kuesioner yang akan digunakan untuk pengumpulan data berupa *Google Form*. Untuk mendapatkan hasil data yang akurat, diperlukan adanya skala pengukuran. Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*.

Skala *likert* yakni pernyataan yang diberikan terhadap responden untuk menunjukkan setuju atau ketidaksetujuan mereka dengan pertanyaan ataupun pernyataan yang tertera dalam kuesioner. Boone & Boone (2012) mengatakan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur karakter, watak kepribadian dan sikap dari seseorang (Budiastuti, 2018:32). Dalam menganalisis data penelitian kuantitatif, maka skor yang akan diberikan pada setiap jawaban adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.8 Skor Jawaban Responden**

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (SS)	2
3.	Setuju (S)	3
4.	Sangat Setuju (SS)	4

Sumber : Budiastuti (2018:33)

### 3.9 Uji Validitas Data dan Uji Reliabilitas Data

#### 3.9.1 Uji Validitas Data

Uji validitas merupakan sebuah uji untuk mengetahui ketepatan dari alat ukur dalam mengukur suatu instrumen yang akan diukur. Suatu instrumen terbilang valid jika memperoleh dukungan dari hasil skor yang kuat atau tinggi (Setyawan, 2014:2). Melalui uji validitas akan terlihat kinerja dari suatu kuesioner dalam mengukur instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan rumus *Pearson Product Moment* dengan program SPSS. Berikut merupakan kriteria validasi dan rumus dari *Pearson Product Moment* :

1. Jumlah  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka butir dari variabel tersebut terbilang valid.
2. Jumlah  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka butir dari variabel tersebut terbilang tidak valid.

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

Keterangan :

$r$  : koefisien korelasi dari skor butir dan skor total.

$N$  : jumlah dari subyek dalam penelitian (jumlah sampel).

$\sum x$  : jumlah skor pada tiap butir.

$\sum y$  : jumlah skor total.

$\sum xy$  : jumlah dari perkalian antara skor butir dan skor total.



### 3.9.2 Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui nilai ketetapan atau konsistensi dari suatu instrumen variabel dalam penelitian. Reliabilitas instrumen dapat diuji melalui analisis konsistensi pada setiap butir pertanyaan dengan cara tertentu (Setyawan, 2014:7). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan program SPSS. Rumus *Cronbach's Alpha* tepat digunakan untuk tes non objektif, tes esai serta memperoleh data melalui skala sikap seperti *Likert* (Komarudin, 2017:155). Adapun pengambilan keputusan uji reliabilitas melalui kriteria sebagai berikut :

1. Jumlah nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka data dikatakan reliabel.
2. Jumlah nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka data dikatakan tidak reliabel.

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  : koefisien reliabilitas data.

$k$  : jumlah item.

$\sum S_i$  : jumlah varian dari setiap skor item.

$\sum S_t$  : varian dari total skor.

**Tabel 3.9.2 Interpretasi Reliabilitas**

Besar Nilai	Intepretasi
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup
0,600 – 0,799	Tinggi
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber : Supriadi (2021:86)

### 3.10 Teknik Analisis Data

#### 3.10.1 Uji Normalitas Data

Dalam sebuah penelitian, data yang diperoleh harus berdistribusi dengan normal. Maka dari itu uji normalitas diperlukan karena untuk melihat data sampel berdistribusi dengan normal atau tidak (Supriadi, 2021:47). Peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan rumus *Kolmogorov Smirnov* dengan program SPSS. Rumus *Kolmogorov Smirnov* memiliki prinsip kerja yaitu membandingkan frekuensi distribusi teoritis dengan frekuensi distribusi observasi atau empiris (Supriadi, 2021:53). Berikut merupakan dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas :

1. Nilai signifikansi  $> \alpha$  0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal.
2. Nilai signifikansi  $< \alpha$  0,05 maka data dikatakan berdistribusi tidak normal.

#### 3.10.2 Uji Korelasi Data

Uji korelasi merupakan uji statistika untuk melihat adanya hubungan linier antara variabel satu dengan variabel lainnya (Supriadi, 2021:109). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment* untuk uji korelasi. Penggunaan rumus *Pearson Product Moment* bertujuan untuk mengetahui skor korelasi dari setiap butir pertanyaan dengan skor keseluruhan dari pertanyaan. Setyawan (2014:2).

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

Keterangan :

$r$  : Koefisien korelasi.

$\sum xy$  : Jumlah dari perkalian antara variabel  $x$  dan  $y$ .

$\sum x^2$  : Jumlah kuadrat dari nilai  $x$ .

$\sum y^2$  : Jumlah kuadrat dari nilai  $y$ .

$n$  : Jumlah subyek dalam penelitian (jumlah sampel).

**Tabel 3.10.2 Interpretasi Korelasi**

Besar Nilai	Intepretasi
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

*Sumber : Supriadi (2021:112)*

### 3.10.3 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji analisis regresi sederhana yakni untuk mengetahui hubungan linier antara variabel bebas ( $X$ ) dan variabel terikat ( $Y$ ). Uji ini juga bertujuan untuk melihat arah dari hubungan kedua variabel bernilai positif atau negatif . Selain itu, tujuan dari uji regresi linier sederhana adalah untuk memprediksi nilai variabel terikat jika nilai daripada variabel bebas menunjukkan kenaikan ataupun penurunan (Supriadi, 2021:129). Berikut merupakan rumus dalam uji analisis regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : variabel terikat.

a : nilai konstan.

b : nilai kenaikan atau penurunan (koefisien regresi).

X : variabel bebas.

Adapun rumus untuk mencari a dan b pada persamaan analisis regresi linier sederhana :

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{N} = \bar{Y} - b\bar{X}$$

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

Keterangan :

a : nilai konstan.

b : nilai kenaikan atau penurunan (koefisien regresi).

N : jumlah subyek dalam penelitian (jumlah sampel).

$\bar{X}$  : skor rata – rata dari variabel X.

$\bar{Y}$  : skor rata – rata variabel Y.

#### 3.10.4 Uji T (Uji Hipotesis)

Uji T atau uji hipotesis merupakan sebuah uji yang dipergunakan untuk menguji kebenaran dari hipotesis statistik populasi menggunakan data yang berasal

dari sampel populai dalam penelitian tersebut (Nuryadi, 2017:74). Selain itu, uji t juga berfungsi untuk mengetahui hubungan dari variabel X terhadap variabel Y bernilai signifikan atau tidak (Supriadi, 2021:112). Berikut adalah rumus dari uji t :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t : nilai uji T (uji hipotesis).

r : nilai koefisien korelasi.

n : jumlah subyek dalam penelitian (jumlah sampel).

Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji t :

1. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak dan dikatakan adanya pengaruh.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima dan dikatakan tidak adanya pengaruh.