

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang digunakan dalam mengadakan penelitian ini dimulai pada bulan November 2022 sampai dengan Mei 2023. Lokasi penelitian dilakukan di Jl. Veteran No.53A, Jetis, Kec. Lamongan, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur, kode pos 62211, Kampus Universitas Islam Lamongan (UNISLA).

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017:8) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan pada suatu penelitian dengan menggunakan populasi atau sampel tertentu. mengumpulkan data dengan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dan bertujuan untuk pengujian hipotesis yang telah ditetapkan.

Penggunaan data, tabel, dan angka yang dengan teori-teori dan rumus-rumus yang sesuai sehingga diperoleh hasil yang valid dan baik dengan menggunakan penelitian kuantitatif ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang akan diteliti.

3.3 Teknik Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:215). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Islam Lamongan angkatan 2019 pelanggan dari produk scarlett.

Tabel 3. 1 Tabel Populasi Mahasiswa Aktif Angkatan 2019

No	Prodi	Jumlah
1	Manajemen	312
2	Akuntansi	109
3	Teknik elektro	43
4	Teknik sipil	96
5	Teknik informatika	115
6	Ilmu hukum	63
7	Manajemen sumber daya perairan	14
8	Peternakan	49
9	Agrobisnis perikanan	17
10	Pendidikan bahasa inggris	45
11	Pendidikan agama islam	119
12	Pgmi	58
13	Piaud	35
14	Pendidikan ipa	21
15	Pendidikan matematika	19
16	Ekonomi syariah	22
17	Kesehatan lingkungan	22
	Total	1.159

Sumber : Sistem Informasi Universitas Islam Lamongan, 2022.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi. Misalnya penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai yang dimiliki pada organisasi tertentu, jumlah guru dan murid yang dimiliki di sekolah tertentu dan sebagainya (Sugiyono, 2013:215).

Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan harus valid yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.

Jumlah sampel dalam penelitian adalah sejumlah 93 sampel.

Didapatkan dari pengisian pada kuesioner mahasiswa angkatan 2019 di Universitas Islam Lamongan. Rumus Slovin terdapat suatu ketentuan sebagai yaitu :

- a. Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
- b. Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian (Nur Amalia dan Juminto, 2016). Penulis menggunakan rumus Slovin untuk menghitung sampel sebagai berikut:

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

Maka :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{1.159}{1 + 1.159 (0,1)^2} \\ &= \frac{1.159}{12,59} = 92,05 = 93 \end{aligned}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel yang di cari

N = Jumlah populasi

e = Margin eror yang ditoleransi

Berdasarkan perhitungan sampel menggunakan rumus slovin telah didapatkan hasil sampel sejumlah 92.05 yang telah penulis bulatkan menjadi 93 sampel.

Tabel 3. 2 Tabel Sampel Penelitian

NO	Prodi	Pengukuran	Jumlah
1	Manajemen	$\frac{312}{1.159} \times 93$	25
2	Akuntansi	$\frac{109}{1.159} \times 93$	9
3	Teknik elektro	$\frac{43}{1.159} \times 93$	3
4	Teknik sipil	$\frac{96}{1.159} \times 93$	8
5	Teknik informatika	$\frac{115}{1.159} \times 93$	9
6	Ilmu hukum	$\frac{63}{1.159} \times 93$	5
7	Manajemen sumber daya perairan	$\frac{14}{1.159} \times 93$	1
8	Peternakan	$\frac{49}{1.159} \times 93$	4

NO	Prodi	Pengukuran	Jumlah
9	Agrobisnis perikanan	$\frac{17}{1.159} \times 93$	1
10	Pendidikan bahasa inggris	$\frac{45}{1.159} \times 93$	4
11	Pendidikan agama islam	$\frac{119}{1.159} \times 93$	9
12	Pgmi	$\frac{58}{1.159} \times 93$	5
13	Piaud	$\frac{35}{1.159} \times 93$	3
14	Pendidikan ipa	$\frac{21}{1.159} \times 93$	2
15	Pendidikan matematika	$\frac{19}{1.159} \times 93$	1
16	Ekonomi syariah	$\frac{22}{1.159} \times 93$	2
17	Kesehatan lingkungan	$\frac{22}{1.159} \times 93$	2
Total			93

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Definisi sampel acak sederhana (*simple random sampling*) adalah cara pengambilan sampel dengan memilih langsung dari populasi dan besar peluang setiap anggota populasi untuk menjadi sampel sangat tinggi (Ruqo'iyeh, 2012:53-54). Alasan pelaksanaan pengambilan sampel random

sampling adalah karena keanggotaan populasi penelitian dianggap homogen karena sampel yang diambil identic karena sampel yang diambil adalah mahasiswa aktif di Universitas Islam Lamongan angkatan 2019.

3.4 Metode Pengumpulan Data

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Metode pengumpulan data dengan cara membaca literatur yang dijadikan sebagai landasan teori dalam penulisan skripsi ini dan beserta catatan kuliah yang diperoleh selama penulis menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung ke tempat yang akan diteliti. Disini penulis memilih tempat penelitian di Universitas Islam Lamongan untuk mendapatkan data melalui penyebaran angket kuesioner yang akan dibagikan kepada mahasiswa Universitas Islam Lamongan angkatan 2019. Guna memperoleh data yang relevan dalam penelitian. Maka metode yang digunakan oleh peneliti meliputi:

a. Metode Kuesioner (Angket)

Pengumpulan data menurut (Syofian Siregar, 2013:17) adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam suatu penelitian yang sangat penting karena data yang telah dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang

sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Ruang lingkup penelitian ini adalah konsumen produk scarlett mahasiswa pada Universitas Islam Lamongan dan mempermudah dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2019) angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Penelitian ini menggunakan skala Likert yang dimana responden dapat menjawab pernyataan yang sudah disediakan oleh peneliti. Pengukuran skala Likert memiliki skala satu sampai lima (*five 46 point Likert scale*).

Tabel 3. 3 Skala Likert

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

b. Metode Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2016:52) wawancara dapat digunakan sebagai jenis teknik pengumpulan data ketika seorang peneliti ingin melakukan studi pendahuluan agar penulis mengetahui permasalahan yang akan diteliti ketika seorang peneliti ingin

mempelajari persoalan dari responden dengan lebih mendalam agar memperoleh hasil dari jumlah respondennya rendah atau sedikit.

c. Metode Observasi

Menurut (Sugiyono, 2016:52) observasi sebagai teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik dibandingkan dengan teknik lainnya yaitu wawancara dan kuesioner. Wawancara dan kuesioner selalu digunakan unruk berkomunikasi dengan seseorang, sedangkan observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek alam yang lainnya.

3.5 Operasional Variabel

Operasional variabel digunakan untuk mempermudah suatu penelitian sehingga bermuara pada suatu tujuan yang jelas. Perlakuan terhadap variabel penelitian akan bergantung pada model yang dikembangkan untuk memecahkan masalah penelitian yang diajukan. Penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu *Digital marketing*, *Celebrity Endordment* dan *Digital Knowledge*. Variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian Pelanggan. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Peng-ukuran	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut (Yoestini, 2007) pengambilan keputusan dapat dikatakan sebagai suatu pemecahan masalah selama proses pengambilan keputusan,	a. <i>Stability</i> b. <i>Habitude</i> c. <i>Recommendation</i> d. <i>Re-purchase</i>	Skala Likert 1-5	Kotler (2012)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran	Sumber
	konsumen memiliki tujuan dan tindakan yang mereka butuhkan untuk atau dipuaskan. Selanjutnya konsumen membuat keputusan perilaku mana yang ingin dilakukan untuk mencapai sasaran tersebut.			
<i>Digital Marketing</i> (X1)	<i>Digital marketing</i> adalah penggunaan internet dan teknologi interaktif lainnya untuk membuat dan menghubungkan informasi antara bisnis dan konsumen dalam bentuk <i>website, search engine marketing, web banner, social networking, viral marketing, e-mail marketing</i> dan <i>affiliate marketing</i> (Malik, 2017).	a. <i>Accessibility</i> b. <i>Interactivity</i> c. <i>Entertainment</i> d. <i>Credibility</i> e. <i>Interference</i> f. <i>Informative</i>	Skala Likert 1-5	Yazer (2012)
<i>Celebrity Endorment</i> (X2)	<i>Celebrity Endorsment</i> adalah pemasaran dengan memanfaatkan seorang artis, <i>entertainer</i> , atlet, dan <i>publik figure</i> yang dikenal karena kesuksesan mereka di bidang sponsorship. Sementara itu, <i>celebrity Endorsment</i> adalah istilah yang terkenal didunia perinstagraman atau biasa dikenal dengan “selebram” merujuk pada orang-orang terpercaya yang dapat menjual produknya secara online melalui akun Instagramnya (Shimp, 2010:450) dalam (Ash-shiddieq dan Fahri, 2014).	a. <i>Visibility</i> b. <i>Credibility</i> c. <i>Attraction</i> d. <i>Power</i>	Skala Likert 1-5	Percy <i>et.al</i> (1987)
<i>Digital Knowledge</i> (X3)	Menurut (Hague dan Payton, 2010) juga mengemukakan bahwa literasi digital (<i>Digital knowledge</i>) merupakan kemampuan untuk membuat dan berbagi	a. <i>Digital Skills</i> b. <i>Digital Culture</i> c. <i>Digital Ethics</i> d. <i>Digital Safety</i>	Skala Likert 1-5	Kominfo siberkreasi dan deloitte (2020)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Peng-ukuran	Sumber
	dalam mode atau format dalam bentuk yang berbeda. Untuk berkolaborasi, dan berkomunikasi menggunakan teknologi digital yang baik untuk mendukung proses tersebut dengan melibatkan mengembangkan kesadaran social dan pemahaman budaya untuk menyampaikan sebuah informasi.			

Sumber : Data diolah peneliti, (2023)

3.6 Metode Analisis Data

Statistical Program For Social Science (SPSS) adalah salah satu metode yang digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari survei atau untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan. Bertujuan untuk membatasi penemuan pada data yang telah relevan dan lebih berarti. Metode analisis data yang digunakan oleh penelitian ini adalah dengan menggunakan uji sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur legitimasi atau validitas suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mampu mengungkapkan apa yang di ukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016:57).

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan keefektivitas atau kevalidan suatu instrumen. Instrumen yang valid atau sah

mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti validitasnya yang rendah.

Rumus untuk menguji validitas juga bisa juga digunakan memakai rumus teknik korelasi *product moment* :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{(n(\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi

x = Skor pertanyaan

y = Total skor responden

n = Jumlah responden

Kriteria uji :

- Jika r-hitung > r-tabel, dinyatakan valid
- Jika r-hitung < r-tabel, dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah mengukur derajat menggunakan target atau objek yang sama akan dihasilkan data yang sama. Kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika respon individu terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner terjawab secara konsisten (Sugiyono, 2017).

Rumus Alpha yang digunakan untuk mencari negatif reliabilitas dengan skor selain 1 dan 0, seperti pertanyaan atau kusioner dalam bentuk angket atau kertas menurut (Arikunto, 2016).

Rumus Alpha:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

Dimana:

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrument

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum si$ = Jumlah varian butir

St^2 = Jumlah varian total

1. Pertanyaan dinyatakan reliabel jika r-alpha positif dan lebih besar dari r-tabel.
2. Pernyataan dinyatakan tidak reliabel jika r-alpha negatif dan lebih kecil dari r-tabel.
 - a. Bila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka reliabel
 - b. Bila nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka tidak reliabel

Suatu variabel dikatakan baik jika telah memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,6 (Priyatno, 2013: 30).

3. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono, 2016:192) analisis regresi linier berganda merupakan jenis regresi dengan memiliki satu, dua variabel dependen atau lebih variabel independen. Persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana :

Y = Variabel dependen

A = Harga konstanta

b₁ = Koefisien regresi pertama

b₂ = Koefisien regresi kedua

X₁ = Variabel independen pertama

X₂ = Variabel independen kedua

4. Uji Korelasi Berganda

Menurut (Ridwan dan Sunarto, 2017) menunjukkan bahwa analisis korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk menilai apakah hubungan antara variabel independen (variabel X) dan variabel dependen (variabel Y) saling terikat. Nilai minimum adalah (-1), menunjukkan hubungan yang sempurna antara variabel X dan variabel Y. Sedangkan nilai maksimumnya adalah 1, menunjukkan hubungan positif antara variabel X dan Y. Jika nilai yang dihasilkan adalah 0, maka nilai ini menunjukkan nilai yang netral. Berikut Pedoman menurut (Sugiyono, 2012:257) untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah:

Tabel 3. 5 Interpretasi Koefisien Korelasi

0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,1000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012 : 257)

Dalam perhitungan korelasi berganda dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan koefisien korelasi peringkat Spearman:

Dimana :

$$Ry(x1, x2) = \sqrt{\frac{r^2yX_1 + r^2yX_2 - 2ryX_1 \cdot ryX_2 \cdot rX_1X_2}{1 - r^2X_1X_2}}$$

Keterangan:

$Ry.X1.X2$ = korelasi ganda antara variabel X1 dan X2 secara bersama sama dengan variabel Y

$ryX1$ = korelasi *Product Moment* antara X1 dan Y

$ryX2$ = korelasi *Product Moment* antara X2 dan Y

$rX1X2$ = korelasi *Product Moment* antara X1 dan X2

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ridwan dan Sunarto, 2017) koefisien determinasi (R^2) pada hakikatnya mengukur kemampuan suatu model dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen untuk menjelaskan perubahan variasi variabel

dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi perubahan variasi variabel dependen.

Data *cross-sectional* biasanya memiliki koefisien determinasi yang relatif rendah, sedangkan data *time series* biasanya memiliki koefisien determinasi yang tinggi karena variabilitas yang besar antara setiap observasi (Ghozali, 2013: 67). Rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Dimana :

KD : Koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi

6. Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Suliyanto, 2018) pengujian ini digunakan untuk mengetahui signifikan variabel pendorong yaitu variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk mempertimbangkan variabel dependen lainnya sebagai konstanta.

Dimana :

$$T_{hitung} = (r\sqrt{(n-2)}) : ((1- r^2)$$

t = t-hitung

r = Korelasi

n = Banyaknya responden

Langkah-langkah koefisien regresi adalah:

a. menentukan pernyataan hipotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$, variabel *Ad Appeal* dan *Celebrity Advocate* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Menentukan taraf 5% ($\alpha=0,05$) tingkat signifikansi (*alfa*) dan derajat kebebasan determinasi ($df = n-k$).

c. Uji Kriteria Keputusan

Signifikansi efek ini dapat diperkirakan dengan membandingkan nilai t-tabel dengan nilai t-dihitung. Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel bebas (X) hanya mempengaruhi variabel terikat (Y). Sebaliknya jika t hitung < t tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).



Gambar 3. 1 T- tabel

7. Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Suliyanto, 2018). Nilai uji F hitung digunakan untuk menguji ketepatan model (*goodness of fit*) dan juga sering disebut sebagai uji simultan, yaitu memeriksa apakah variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel dependen atau tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Rumus yang di pakai dalam uji F adalah:

Dimana:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 : (K)}{(1-R^2) : (n-k-1)}$$

R^2 = Koefisien Determinasi

K = Jumlah Variabel independen

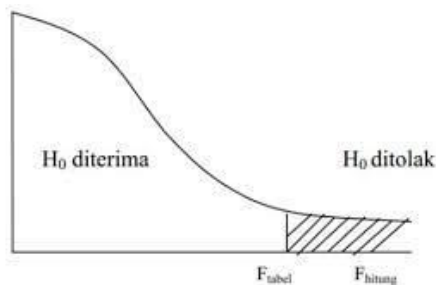
n = Jumlah sampel

Fo = F-hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel

Dengan kriteria sebagai berikut:

Jika F-hitung < F-tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak artinya hipotesis ditolak.

Jika F-hitung > F-tabel, maka H0 ditolak dan Ha. diterima artinya hipotesis diterima.



Gambar 3. 2 F - tabel

