

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu proses yang berkaitan dengan protokol, metodologi, dan taktik sistematis yang digunakan oleh para peneliti untuk memperoleh, meneliti, menafsirkan, dan sampai pada kesimpulan dari data dan informasi. Sugiyono (2012) menyimpulkan bahwa metodologi penelitian adalah pendekatan ilmiah yang sah untuk memperoleh data dengan tujuan memungkinkan deskripsi, pembuktian, pengembangan, dan eksplorasi pengetahuan, teori, serta pemahaman, resolusi, dan prediksi masalah-masalah dalam eksistensi manusia.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang melibatkan penggunaan angka-angka untuk menggambarkan situasi secara objektif, dimulai dengan pengumpulan data, diikuti dengan interpretasi, dan diakhiri dengan presentasi dan hasil.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Dalam bidang penelitian, istilah “lokasi penelitian” biasanya menunjukkan lokasi aktual atau geografis tempat penelitian dilaksanakan. Hal ini menggambarkan latar belakang atau lingkungan yang ditentukan di mana pengumpulan data, observasi, eksperimen, atau kerja lapangan dilakukan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pagedangan, dengan alasan dan pertimbangan bahwa peneliti berdomisili di wilayah kecamatan Pagedangan sehingga penelitian dapat dilakukan secara efektif dan ekonomis, mengingat adanya keterbatasan dana dan waktu dalam melaksanakan penelitian ini.

### 3.3 Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Tahun 2023 - 2024					
		Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan-Mar
1.	Pengajuan Judul	X					
2.	Penyusunan Proposal		X				
3.	Seminar Proposal			X			
4.	Pengumpulan Data				X		
5.	Analisis Data				X		
6.	Seminar Hasil				X		
7.	Sidang Meja Hijau				X		

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Hadari Nawawi (2012) mengungkapkan bahwa pengertian populasi adalah merupakan kesatuan objek dalam penelitian yang terdiri berupa individu, barang, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, serta nilai tes atau kejadian-kejadian sebagai pusat data yang mempunyai karakteristik tertentu pada suatu penelitian.

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah kecamatan Pagedangan dengan kriteria pernah melakukan pembelian produk *Scarlett Whitening* dan aktif menggunakan sosial media.

#### 3.4.2 Sampel

Siyoto dan Sodik (2015) menyatakan bahwa sampel merupakan subset individu dan atribut yang sesuai dari keseluruhan populasi, yang dipilih melalui prosedur tertentu untuk mewakili populasi secara efektif.

Senada dengan hal tersebut, Sugiyono (2018) menekankan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sesuai, dan sampel yang dipilih harus benar-benar mewakili atau mencerminkan populasi yang sedang diteliti. Penentuan ukuran populasi dalam penelitian ini cukup menantang karena karakteristik pengambilan sampel yang sangat spesifik.

Dalam penelitian ini, dipilih teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang diketahui sebagai *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik di mana sampel dipilih berdasarkan penilaian yang cermat terhadap relevansinya dengan populasi yang diinginkan. Sesuai dengan temuan Turner (2020), *purposive sampling* adalah metodologi pengambilan sampel yang digunakan oleh para peneliti ketika mereka memiliki target individu tertentu yang menunjukkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, keuntungan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah waktu yang digunakan menjadi lebih efektif.

Ukuran sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus Hair, *et al.* Rumus ini digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui secara pasti dan dapat diukur dengan cara jumlah indikator dikali 5 sampai 10 kali. Ukuran sampel minimum dapat ditentukan dengan menggunakan rumus ini:

$$N = \{10 \times \text{Jumlah indikator setiap variabel}\}$$

$$N = 10 \times 13 = 130$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang akan dianalisis adalah 130 responden.

### 3.5 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer, yang dikenal juga sebagai data mentah atau data tangan pertama, menunjukkan data yang diperoleh langsung dari sumber asli

secara eksklusif untuk tujuan penelitian tertentu. Sehingga, bersifat otentik karena belum pernah diperoleh, dianalisis, atau dibagikan oleh orang lain sebelumnya.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah metode angket tertutup atau kuesioner tertutup. Angket atau kuesioner ialah sejumlah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada para subjek penelitian guna memperoleh berbagai informasi yang berkaitan dengan penelitian (Kusumah, 2011).

Kuesioner tertutup, biasanya terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang telah ditentukan yang membatasi responden untuk secara bebas memberikan jawaban mereka sendiri, karena peneliti telah menyediakan pilihan jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan tersebut. Tautan *Google form* berisi kuesioner tertutup didistribusikan oleh pengecer produk *Scarlett Whitening* melalui sosial media dan WhatsApp grup, calon responden dapat secara suka rela berpartisipasi dalam pengisian kuesioner dan menggunakan skala Likert sebagai bentuk penilaian. Skala Likert 1-5 dipergunakan saat mengisi kuesioner untuk mengukur tingkat persetujuan mereka terhadap rentetan pertanyaan.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Kode	Keterangan	Nilai
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	KS	Kurang Setuju	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

### 3.7 Operasional Variabel

Sugiarto (2017) mendefinisikan variabel penelitian sebagai karakteristik yang dapat diukur dari sebuah unit yang diamati yang dimiliki oleh sekelompok objek. Tujuannya adalah untuk membuat perbedaan antara objek-objek yang berbeda dalam suatu kelompok tertentu. Sedangkan menurut Winarno (2013), variabel dapat dikategorikan berdasarkan posisinya dalam sebuah penelitian. Beragam tipe variabel dapat ditentukan dalam penelitian yang menelaah hubungan sebab-akibat diantara sejumlah variabel. Ini termasuk variabel dependen, variabel independen, variabel moderator, variabel kontrol, dan variabel perantara atau intervening. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen dan satu variabel dependen, yaitu pemasaran sosial media ( $X_1$ ), kesadaran merek ( $X_2$ ), dan keputusan pembelian ( $Y$ ). Penjelasan berikut ini menguraikan variabel independen dan variabel dependen:

1) Variabel Independen ( $X$ )

Variabel independen adalah variabel yang mampu bertindak secara independen, tanpa pengaruh dari variabel lain, namun berpotensi memberikan pengaruh pada variabel lain. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen, yang secara khusus dilambangkan sebagai  $X_1$  (Pemasaran Sosial Media) dan  $X_2$  (Kesadaran Merek).

2) Variabel Dependen ( $Y$ )

Variabel dependen merujuk pada jenis variabel yang dipengaruhi oleh jenis variabel independen, dan menjadi hasil yang disebabkan oleh pengaruh variabel independen. Dalam penelitian ini, Keputusan Pembelian ( $Y$ ) berfungsi sebagai variabel dependen.

**Tabel 3.3 Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Pemasaran Sosial Media (X <sub>1</sub> )	Pemasaran sosial media adalah bentuk strategi pemasaran digital yang menggunakan platform sosial media untuk membuat serta berbagi konten dengan tujuan mempromosikan merek, produk, atau layanan, serta melibatkan dan memengaruhi target audiens (Kaplan dan Heinlein, 2010).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Komunitas <i>Online</i></li> <li>2) Interaksi</li> <li>3) Berbagi Konten</li> <li>4) Aksesibilitas</li> </ol>	Likert
2.	Kesadaran Merek (X <sub>2</sub> )	Kesadaran merek mengacu pada kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi atau mengingat kembali sebuah merek dalam kategori produk tertentu (Aaker, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pengenalan Merek</li> <li>2) Pengingatan Kembali</li> <li>3) Puncak Pikiran</li> <li>4) Merek Dominan</li> </ol>	Likert
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen berupa tindakan yang berkaitan langsung (Tjiptono, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pemilihan Produk</li> <li>2) Pemilihan Merek</li> <li>3) Pemilihan Tempat</li> <li>4) Waktu Pembelian</li> <li>5) Jumlah Pembelian</li> </ol>	Likert

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk mengubah data penelitian menjadi informasi berharga yang dapat digunakan untuk mencapai suatu kesimpulan. Seperti yang dinyatakan oleh Qomari (2009), teknik analisis data memiliki peran penting dalam proses penelitian. Khususnya, tahap analisis data merupakan komponen yang tidak dapat diabaikan dalam proses penelitian. Untuk menjawab masalah penelitian yang sedang diteliti, sangat penting untuk mengumpulkan data melalui berbagai teknik, memprosesnya dengan cermat, dan kemudian menyajikan hasil yang ditemukan pada saat ini.

Peneliti memanfaatkan teknik analisis data statistik deskriptif dengan bantuan perangkat SPSS 23 dan dikerjakan dalam beberapa tahap. Tahap pertama yang diambil oleh peneliti adalah uji validitas dan reliabilitas, tahap kedua dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari: uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Tahap ketiga peneliti melakukan uji analisis regresi linear berganda, dan diakhiri dengan tahap keempat yaitu, uji hipotesis yang terdiri dari: uji f (simultan), uji t (parsial), dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Teknik analisis statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan dan menyajikan gambaran menyeluruh tentang atribut-atribut dari kumpulan data yang diberikan, dan menahan diri dari perumusan kesimpulan yang berlaku umum (Ghozali, 2016). Alasan peneliti untuk memilih teknik ini karena dapat membuat data menjadi lebih bermakna, mudah dibaca dan mudah dipahami oleh pengguna data.

### **3.8.1 Uji Validitas**

Uji validitas ialah metode yang dipergunakan untuk memeriksa sejauh mana alat uji yang dipergunakan dapat menilai subjek pengukuran yang dituju secara efektif. Ghozali (2009) berpendapat bahwa uji validitas dilaksanakan untuk menetapkan kevalidan suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dapat dianggap valid apabila pertanyaan yang dilontarkan mampu mengungkapkan hal yang hendak diukur melalui kuesioner tersebut. Proses pengujian biasanya dilakukan menggunakan teknik *Pearson's Product Moment Correlation*. Sebuah pertanyaan akan dianggap valid jika menunjukkan hasil  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sebaliknya akan dianggap tidak valid jika menunjukkan hasil  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel. Besarnya sebuah nilai  $r$  tabel dapat ditentukan melalui rumus  $df (N-2)$ . Dalam penelitian ini digunakan perangkat lunak SPSS 23 untuk melakukan pengujian validitas.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu kuesioner dapat diketahui dari konsistensi atau stabilitas jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan dalam kurun waktu tertentu (Ghozali, 2016). Menurut Simamora (2022), suatu kuesioner dianggap memiliki reliabilitas yang tinggi ketika nilai cronbach alpha berada pada rentang 0,7-0,9, sedangkan kuesioner dianggap moderat ketika nilai cronbach alpha berada di antara 0,5-0,7.

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah rentetan pengujian yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan untuk mengidentifikasi apakah ada inkonsistensi dalam sebuah data.

#### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji penyebaran data dari sekumpulan data atau variabel, untuk membuktikan apakah data tersebut berasal dari distribusi normal atau tidak. Sesuai dengan pendapat dari Sugiyono (2017), kegunaan dari uji normalitas ialah untuk memeriksa normalitas variabel yang sedang diteliti dan memastikan apakah datanya menampilkan distribusi yang normal.

#### 3.9.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui jika dalam suatu model regresi terjadi korelasi antar variabel independen. *Tolerance*, sebuah pengukur keragaman dari variabel independen yang terplih, adalah tetap tanpa terpengaruh oleh variabel independen yang lain. Nilai toleransi yang kecil mengindikasikan nilai VIF yang tinggi, karena VIF adalah invers dari



toleransi ( $VIF = 1/Tolerance$ ). Secara umum, multikolinearitas ditemukan jika nilai toleransi di bawah 0,10 atau nilai VIF 10.

### 3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang lebih baik menunjukkan homoskedastisitas, yang mengimplikasikan adanya kesamaan varians, atau tidak adanya heteroskedastisitas. Untuk memastikan adanya heteroskedastisitas, sangat penting untuk mengamati grafik scatterplot untuk mengidentifikasi pola yang terlihat.

### 3.10 Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan dari analisis ini adalah untuk menyelidiki adanya hubungan sebab akibat antara kedua variabel, atau untuk menentukan sejauh mana pemasaran sosial media dan kesadaran merek mempengaruhi variabel dependen, khususnya keputusan pembelian konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

### 3.11 Pengujian Hipotesis

#### 3.11.1 Uji F (Simultan)

Uji F (Uji Simultan) dipergunakan sebagai alat untuk memastikan ada tidaknya suatu pengaruh secara simultan atau bersama-sama diantara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun taraf yang digunakan yaitu sebesar 0,5 atau 5%, apabila nilai signifikan  $F < 0,05$ , dapat diartikan bahwa variabel independen tersebut secara simultan memberikan pengaruh secara signifikan kepada variabel dependen atau sebaliknya (Ghozali, 2016).

### 3.11.2 Uji T (Parsial)

Menurut temuan Ghozali (2012), uji-t dapat berfungsi sebagai alat yang bermanfaat untuk menilai sejauh mana variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual memberikan kontribusi dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun beberapa kriteria pengambilan keputusan yang diterapkan untuk uji-t adalah sebagai berikut:

- a) a) Jika nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05, maka hasilnya adalah hipotesis ditolak. Penolakan hipotesis menjadi bukti bahwa variabel independen tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Namun sebaliknya, jika nilai probabilitas ditetapkan signifikan lebih rendah dari 0,05, maka hasilnya hipotesis akan diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.11.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Ghozali (2012) mengemukakan bahwa uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bermanfaat untuk mengkaji sejauh mana kemampuan sebuah model dalam menggambarkan variasi variabel dependen. Besar koefisien ini ditentukan dalam rentang nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang lebih rendah menandakan kemampuan variabel independen yang minim dalam menguraikan variabilitas variabel dependen. Namun sebaliknya, nilai yang semakin mendekati satu dapat manandakan bahwa variabel-variabel independen mampu menjelaskan semua data penting yang diperlukan untuk memprediksikan variabel dependen.