

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut (Fadilla dkk., 2023) Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia dengan menyebar kuesioner yang kemudian akan diisi oleh Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan kurang lebih selama satu bulan, yaitu dari bulan Desember 2023 – Januari 2024.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif adalah sebuah metode penelitian dengan objek berupa

data yang berbentuk angka atau numerik, sedangkan data kualitatif adalah berupa narasi, keterangan yang berkaitan dengan obyek yang diteliti.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data langsung yang dikumpulkan dari objek penelitian yaitu dengan langsung menyebarkan kuesioner kepada responden yang dipilih, sedangkan data sekunder berupa data yang berhubungan dengan informasi dari sumber yang telah ada sebelumnya seperti dokumen-dokumen penting, situs web, buku, dan sebagainya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data penelitian (Sugiyono,2018). Metode yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data yaitu:

1. Observasi, cara-cara mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati tingkah laku individu atau kelompok yang diteliti secara langsung.(Basrowi dan Suwandi, 2008)
2. Wawancara, Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab gambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide.(Nazir, 1988)
3. Angket/ kuesioner, Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.(Sugiyono, 2017)

4. Dokumentasi, suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. (Sugiyono, 2018)

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Amin dkk., 2023) populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Jadi pada prinsipnya, populasi adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam suatu tempat secara terencana menjadi terbagi kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian. Populasi dalam penelitian adalah 485 mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muslim Indonesia angkatan 2020.

2. Sampel

Menurut (Firmansyah dkk., 2022), sampel adalah sekelompok elemen yang dipilih dari kelompok yang lebih besar dengan harapan mempelajari kelompok yang lebih kecil ini (sampel) akan mengungkapkan informasi penting tentang kelompok yang lebih besar (populasi).

Jumlah sampel yang didapat menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% adalah sejumlah 83 mahasiswa manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020.

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

keterangan:

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

E: batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel alias tingkat signifikansi adalah 10%

F. Metode Analisis Data

Analisis pada penelitian ini akan menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS, untuk menguji pengaruh variabel independen *Digital Marketing* dan Keragaman Produk terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli Konsumen. Dalam penggunaan teknik analisis regresi berganda terdapat beberapa asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi.

Asumsi-asumsi tersebut antara lain adalah Analisis Statistik Deskriptif, Uji Validitas, Uji Realibilitas dan Uji Asumsi Klasik. Setelah persamaan regresi terbebas dari asumsi dasar tersebut maka selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Muhson, 2006) Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan.

2. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur.

Untuk uji validitas terhadap kuesioner dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Nilai r hitung merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang dianalisis dengan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) dan outputnya bernama corrected item correlation. Sedangkan untuk mendapatkan r tabel, dilakukan dengan tabel r product moment = 0,30, yaitu dengan menentukan $\alpha = 0,05$ kemudian n (sampel) sehingga didapat nilai r -tabel dua sisi sebesar. Tingkat kevalidan instrumen penelitian dapat ditentukan, apabila:

- $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
- $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$

3. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji tingkat kekonsistenan kuesioner. Adapun uji reliabilitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik internal consistency dengan teknik Cronbach's alpha. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai alpha cronbach's $> 0,60$ (Puspasari dkk., 2022).

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara yang dapat digunakan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal adalah dengan melakukan uji Kolmogorov-smirnov terhadap model yang diuji. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan melakukan analisis grafik normal probability plot dan grafik histogram. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pada distribusi normal, maka model regresi memnuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Deteksi gejala adanya multikolonieritas dengan menggunakan nilai variance inflaction faktor (VIF) dan

tolerance melalui SPSS. Jika nilai VIF dibawah 10 dan nilai toleransi diatas 0,10 maka model regresi terbebas dari multikolonieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Dasar analisisnya yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka diidentifikasi terjadi heteroskedastisitas. Akan tetapi jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Perhitungan dengan menggunakan program SPSS 29.0.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear berganda merupakan regresi linear untuk pengujian lebih dari dua variabel bebas (*independent*). Analisis regresi berganda adalah pengembangan dari regresi sederhana untuk memprediksi permintaan yang akan datang berdasarkan data masa lalu untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) pada penelitian digunakan untuk menganalisis apakah ada pengaruh dua atau lebih variabel (bebas) dengan satu variabel dependen (terikat) dalam penelitian, yang dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

α = Konstanta

β = Koefisien

ε = Kesalahan residual/Tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

X_1 = *Digital Marketing*

X_2 = Keragaman Produk

6. Uji Hipotesis

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan koefisien regresi. jika suatu koefisien regresi signifikan menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (*explanatory*) secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Untuk menguji koefisien hipotesis : $H_0 = 0$. untuk itu langkah yang digunakan untuk menguji hipotesa tersebut dengan uji t adalah sebagai berikut:

1) Menentukan H_0 dan H_a

H_0 : $\beta_1 = 0$ (Tidak berpengaruh signifikan antara variabel *independent* dan variabel *dependent*)

H_a : $\beta_1 \neq 0$ (Berpengaruh signifikan antara variabel *independent* dan variabel *dependent*)

2) Menentukan *level of Significance* yang digunakan sebesar 5% atau $(\alpha)=0,05$

3) Menentukan nilai t (thitung)

4) Melihat nilai t hitung dan membandingkan dengan t tabel.

5) Menentukan penerimaan atau penolakan H_0 yaitu:

Jika signifikansinya <0.05 maka H_0 di tolak, dan Jika signifikansinya > 0.05 maka H_0 di terima.

G. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Definisi operasional variabel penelitian adalah batasan atau spesifikasi dari variabel-variabel penelitian secara konkret berhubungan dengan realitas yang akan diukur dan merupakan manifestasi dari hal-hal yang akan diamati peneliti berdasarkan sifat yang didefinisikan dan diamati sehingga terbuka untuk diuji kembali oleh orang atau peneliti lain. Adapun batasan atau definisi operasional variabel yang diteliti adalah :

a. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan objek dalam sebuah penelitian yang akan berubah apabila dalam variabel independen berubah. Variabel dependen penelitian ini yaitu minat beli.

b. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel-variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen (terikat). Variabel independen penelitian ini yaitu *digital marketing* dan keragaman produk. (Izzah Nur Masyithoh dan Ivo Novitaningtyas, 2021)

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	Digital Marketing (X1)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Website</i> • <i>E-mail Marketing</i> • <i>Social Networking</i> • <i>Affiliate Marketing</i> 	Skala Likert
2.	Keragaman Produk (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran produk yang beragam 	Skala Likert

		<ul style="list-style-type: none"> • Merek produk yang beragam • Model produk yang beragam • Kualitas produk 	
--	--	---	--

Tabel 2 Lanjutan

No.	Variabel	Indikator	Pengukuran
3.	Minat Beli (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Minat Transaksional • Minat Referensial • Minat Preferensial • Minat Eksploratif 	Skala Likert