

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana *influencer marketing*, *brand awareness*, dan kepercayaan dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk berdonasi secara daring di platform *Crowdfunding* kitabisa.com. Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan metode survey, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan didukung uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, uji t hitung serta uji f hitung dan uji determinasi.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi Kota Banjarmasin ini karena representatif sebagai kota berkembang di luar Pulau Jawa (Widiastuti, 2011). Hal ini menunjukkan dinamika digital yang cukup aktif, baik dari segi penggunaan media sosial maupun keterlibatan dalam kegiatan sosial daring. Generasi muda di kota ini

tidak hanya menjadi konsumen digital, tetapi juga terlibat dalam berbagai kampanye sosial, kegiatan komunitas, dan platform *Crowdfunding*. Menurut survei APJII (2024), penetrasi internet di Indonesia secara nasional tinggi terutama pada kelompok Milenial (93,17%) dan Gen Z (87,02%), yang menunjukkan generasi muda merupakan pengguna aktif internet. Data nasional ini memberikan indikasi kuat bahwa generasi muda di daerah perkotaan, termasuk kota Banjarmasin, memiliki tingkat akses dan ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi digital.

Dengan demikian, studi ini dilaksanakan berdasarkan data yang tersedia dari sumber tersebut yaitu generasi Z dan generasi Milenial Kota Banjarmasin.

C. Objek dan Subjek Penelitian

Objek Penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Objek dalam penelitian ini meliputi *influencer marketing* (X_1), *brand awareness* (X_2), kepercayaan (X_3), dan keputusan berdonasi (Y) pada platform Kitabisa.com.

subjek penelitian berkaitan erat dengan di mana sumber data penelitian diperoleh. Sesuatu yang melekat masalah yang ingin diteliti dan menjadi tempat diperolehnya data dalam penelitian akan menjadi subjek penelitian (Rahmadi, 2011). Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z dan Generasi Milenial di Kota Banjarmasin yang pernah melakukan donasi melalui platform Kitabisa.com.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna platform kitabisa.com yang melakukan aktivitas donasi secara daring, yang termasuk dalam kategori generasi Z dan generasi milenial di kota Banjarmasin. Populasi tersebut mencakup semua individu yang pernah melakukan donasi melalui platform *crowdfunding* kitabisa.com. Namun, karena jumlah pengguna yang berdonasi di platform tersebut tidak diketahui secara pasti, maka peneliti tidak dapat menentukan jumlah populasi secara keseluruhan.

2. Sampel

sampel yang akan digunakan, peneliti menggunakan rumus lemeshow. Pemilihan rumus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa rumus lemeshow merupakan metode yang tepat untuk menentukan ukuran sampel ketika proporsi populasi tidak diketahui. Rumus ini banyak digunakan karena memberikan estimasi ukuran sampel yang lebih akurat untuk populasi tidak diketahui, dengan mempertimbangkan tingkat kepercayaan dan *margin of error* tertentu (Lemeshow dkk., 1990). Adapun jumlah sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z_1^2 - \alpha/2(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = Koefisien realibilitas 95% = 1,96

p =Maksimal estimasi disarankan 0,5 untuk populasi tidak diketahui

d =Tingkat kesalahan 10% adalah 0,10

Sehingga:

$$n = \frac{1,96^2 - 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Diperoleh sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden dan akan dibulatkan menjadi 100 responden gen Z dan gen milenial kota banjarmasin. Peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden, karena jumlah tersebut telah memenuhi syarat minimal sampel yang diperoleh dari perhitungan rumus lemeshow, sekaligus memberikan tingkat ketelitian yang lebih baik dalam analisis data penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan tingkat kepercayaan 95% dengan tingkat kesalahan 10%. Tingkat kepercayaan 95% merupakan ketentuan yang sering direkomendasikan oleh para peneliti. Pemilihan standar eror 10% karena margin kesalahan 10% umumnya digunakan dalam penelitian atau studi dengan sumber daya terbatas (Data, 2024).

E. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang diambil dari populasi menggunakan teknik

non probability sampling berupa *purposive sampling* (sampel syarat) yaitu memilih anggota sampel secara khusus sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (dalam Pasaribu dkk., 2022) menyatakan bahwa *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, lalu menurut Margono (dalam Pasaribu dkk., 2022), pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Dengan kata lain unit sampel yang disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. Sampel atau responden yang menjawab kuesioner penelitian ini yaitu:

- a. Responden yang sudah pernah berdonasi pada Kitabisa.com.
- b. Berdomisili di Kota Banjarmasin.
- c. Termasuk dalam Generasi Z dan Milenial, Gen Z berusia 14–29 tahun (lahir tahun 1997–2012) dan Milenial berusia 30–45 tahun (lahir tahun 1981–1996).

F. Data dan Sumber Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data bisa berujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol lainnya yang bisa kita gunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian ataupun suatu konsep (Sitoyo & Sodik, 2015). Secara umum, data merupakan sekumpulan informasi atau keterangan yang diperoleh dari

suatu objek penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh (Pasaribu dkk., 2022). Sumber data penelitian dibedakan menjadi 2, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan generasi Z dan generasi milenial di kota Banjarmasin yang pernah berdonasi melalui platform Kitabisa.com.

G. Variabel dan Indikator

1. Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, yaitu pengaruh dari *influencer marketing*, *brand awareness*, dan kepercayaan. Sementara itu, variabel dependennya adalah keputusan berdonasi pada platform *crowdfunding* kitabisa.com.

2. Indikator

Variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini disajikan secara sistematis dalam bentuk tabel guna memberikan gambaran yang lebih jelas.

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator
1. Keputusan berdonasi (Y)	1. Kemantapan pada Donasi 2. Kebiasaan pada Donasi 3. Memberikan Rekomendasi 4. Donasi Ulang
2. <i>Influencer marketing</i> (X1)	1. <i>Reach</i> (jangkauan). 2. <i>Relevance</i> (kesesuaian). 3. <i>Resonance</i> (getaran)
3. <i>Brand awareness</i> (X2)	1. <i>Recall</i> (mengingat) 2. <i>Recognition</i> (pengenalan) 3. <i>Purchase</i> (pembelian) 4. <i>Consumption</i> (penggunaan)
4. Kepercayaan (X3)	1. Integritas 2. Kebajikan 3. Kompetensi

H. Teknik Pengumpulan Data

Dalam konteks penelitian ini, angket disusun dalam bentuk kuesioner daring (*daring questionnaire*) agar dapat menjangkau responden dengan lebih mudah dan efisien. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik responden yang berasal dari gen Z dan milenial yang menggunakan teknologi digital serta aktif. Kuesioner disebarakan melalui media sosial seperti whatsapp, instagram, dan telegram, serta

jaringan komunitas mahasiswa dan pemuda di kota Banjarmasin. Penggunaan metode daring juga memungkinkan efisiensi dalam menjangkau target responden yang sesuai dengan kriteria. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

I. Teknik Analisis Data

Adapun alat bantu yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ini memanfaatkan bantuan *software* statistik SPSS sebagai instrumen pendukung dalam proses analisis.

1. Uji Instrument

a. Uji validitas

Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pada dasarnya, uji validitas mengukur sah atau tidaknya setiap yang digunakan dalam pertanyaan-pernyataan penelitian (Dharma, 2021). Untuk mengetahui apakah suatu instrumen memenuhi kriteria validitas, diperlukan proses pengujian terhadap item-item yang ada dalam kuesioner, kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan valid.

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

b. Uji reliabilitas

Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan

melalui pertanyaan-pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha* dengan tingkat-taraf signifikan yang digunakan (Dharma, 2021). Tingkat taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6, hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut: Jika nilai *cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.

Jika nilai *cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bersifat dependen, independent, atau keduanya apakah berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal, atau mendekati normal (Waty dkk., 2023). Ini digunakan untuk menentukan apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal. Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam pengujian ini, yaitu melalui analisis grafik dan melalui metode statistik. Keduanya bertujuan untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi normalitas sebagai salah satu syarat dalam analisis regresi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk menyatakan bahwa variabel independen harus

terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel (Nugraha, 2022). Multikolinearitas dapat dideteksi melalui nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih dari 10, maka terdapat indikasi adanya multikolinearitas yang perlu diwaspadai. Selain itu, nilai *eigenvalue* juga dapat dijadikan indikator apabila mendekati nol, maka hal tersebut menunjukkan adanya gejala multikolinearitas dalam model.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varian dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam regresi linear berganda, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu (Nugraha, 2022). Suatu model regresi dapat dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas jika nilai probabilitas signifikansinya berada di atas tingkat kepercayaan 5%.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat disebut dengan metode analisis regresi linier berganda. Regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau prediktor. Istilah regresi berganda dapat disebut juga dengan istilah *multiple regression* (Waty dkk., 2023). Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel bebas yaitu *influencer*

marketing, brand awareness, dan kepercayaan serta satu variabel terikat yaitu keputusan berdonasi masyarakat melalui platform *crowdfunding* kitabisa.com. maka persamaan regresi linear bergandanya berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan berdonasi

a = konstanta

$b_1 X_1$ = *Influencer marketing*

$b_2 X_2$ = *Brand awareness*

$b_3 X_3$ = Kepercayaan

e = standar eror

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen (Waty dkk., 2023). Jika nilai R^2 yang diperoleh rendah, maka hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat tergolong lemah. Sebaliknya, semakin mendekati angka 1, maka semakin besar pula kontribusi variabel independen dalam memprediksi variabel dependen secara

keseluruhan.

b. Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_k$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) (Waty dkk., 2023). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

c. Uji T (Parsial)

Uji T merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian guna mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Syazili & Gofar, 2025). Sebuah variabel bebas dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat apabila nilai signifikansi ($P\text{-value}$) $< 0,05$. Selain itu, pengujian juga bisa dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

J. Tahapan Penelitian

Metodologi penelitian menjelaskan secara sistematis tahapan yang dilalui supaya menyelesaikan permasalahan yang diangkat dalam studi ini. Peneliti menyajikannya dalam langkah-langkah atau penyusunan penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut.

1. Tahap perencanaan, peneliti mengidentifikasi masalah, merumuskan

masalah, tujuan, dan manfaat penelitian. Peneliti menyusun desain penelitian yang mencakup variabel, hipotesis, serta instrumen kuesioner. Tahap ini mencakup konsultasi proposal kepada dosen pembimbing dan persetujuan untuk seminar proposal.

2. Tahap pengumpulan data, menyebarkan kuesioner daring kepada responden yang memenuhi kriteria, yaitu generasi Z dan milenial kota Banjarmasin yang pernah berdonasi melalui kitabisa.com. Peneliti juga mengumpulkan data sekunder pendukung dari sumber resmi seperti APJII, dan kitabisa.com untuk memperkuat latar belakang penelitian.
3. Tahap pengolahan dan analisis data, setelah data primer terkumpul, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas). Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software statistik seperti SPSS. Analisis ini bertujuan menguji pengaruh variabel *influencer marketing*, *brand awareness*, dan kepercayaan terhadap keputusan berdonasi.
4. Tahap penyusunan laporan, pada tahap ini peneliti menginterpretasikan hasil analisis dan menyusun laporan penelitian sesuai sistematika penulisan skripsi fakultas ekonomi dan bisnis islam. Selanjutnya, laporan dikonsultasikan secara intensif kepada dosen pembimbing untuk penyempurnaan sebelum tahap seminar hasil atau sidang skripsi.