

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dalam bentuk kuesioner (angket), yang kemudian disebarluaskan kepada responden. Jawaban dari responden dalam penelitian survei memungkinkan peneliti untuk dapat menyimpulkan, serta menggeneralisasikan sebuah populasi yang diwakilkan oleh responden.

Sedangkan penelitian ini pendekatannya menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menekankan pada data-data numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode statistik. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada perguruan tinggi di kota Banjarmasin, namun peneliti membatasi lokasi penelitiannya di tiga perguruan tinggi, yaitu Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin,

Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dan Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di kota Banjarmasin. Objek dari penelitian ini adalah *celebrity endorsement* dan *social media marketing* terhadap keputusan belanja *online*.

### **D. Populasi dan Sampel**

Menurut (Bungin, 2005) Populasi berasal dari kata Bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian kata populasi digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di kota Banjarmasin. Melansir dari PDDikti, ayokuliah.co.id, dan uniska-ac.id, Jumlah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin berjumlah 11.436 orang, mahasiswa di ULM Banjarmasin berjumlah 14.622 orang dan jumlah mahasiswa di UNISKA MAB Banjarmasin berjumlah 19.380 orang. Jika ditotalkan keseluruhan maka jumlah mahasiswa yang sedang menempuh Pendidikan di kota Banjarmasin adalah 45.438 orang.

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) = 10%

Berdasarkan rumus diatas diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

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

$$n = \frac{45438}{1 + 45,438 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{45438}{1 + 454,38 (0,01)}$$

$$n = \frac{45438}{1 + 454,38}$$

$$n = \frac{45438}{454,38}$$

$$n = 99,7 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Berdasarkan metode Slovin diatas maka jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di kota Banjarmasin sebagai responden. Alasan peneliti menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan 10% adalah karena metode ini dapat menghasilkan sampel yang representatif dan akurat untuk populasi yang besar.

### **E. Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah para mahasiswa di tiga perguruan tinggi di Kota Banjarmasin yang akan menjadi responden, sedangkan data sekunder yang digunakan oleh penelitian ini diperoleh dari buku, dan berbagai karya ilmiah seperti artikel, jurnal, dan skripsi.

Berdasarkan sumber datanya, maka sumber data dalam penelitian ini termasuk data primer, penulis mengumpulkan data jumlah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di tiga perguruan tinggi di kota Banjarmasin. Penarikan sampel dilakukan dengan mengambil sampel acak dari mahasiswa di tiga perguruan tinggi di Kota Banjarmasin, kemudian kelompok sampel ditargetkan memiliki atribut-atribut tertentu. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan memberikan kuesioner ke 30 mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, 35 mahasiswa ULM Banjarmasin dan 35 mahasiswa UNISKA Banjarmasin untuk mereka jawab sebagai sumber data.

### **F. Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen (bebas) adalah variabel yang memengaruhi atau sebab timbulnya variabel terikat yang disimbolkan dengan huruf X (Sugiyono, 2013, Hlm. 61). Variabel

independen (tidak terikat) dalam penelitian ini yaitu Pengaruh *Celebrity Endorsment* ( $X^1$ ) dan *Social Media Marketing* ( $X^2$ ). Sedangkan, variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel terikat disimbolkan dengan huruf Y (Sugiyono, 2013). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Belanja Online (Y).

#### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang yang digunakan dalam pengambilan sampel untuk memilih responden dalam penelitian ini adalah Teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan target tertentu, Adapun kriteria dalam pengambilan sampel ini antara lain:

- a. Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin
- b. Mahasiswa ULM Banjarmasin
- c. Mahasiswa UNISKA MAB Banjarmasin
- d. Sering menggunakan media sosial
- e. Sering melihat *celebrity endorser* melakukan promosi
- f. Pengalaman berbelanja di *marketplace* minimal 1 kali

Instrumen yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner. Instrument kuesioner ini dikembangkan dari variabel penelitian, baik variabel independen maupun variabel dependen.

Desain pengukuran dalam penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert dimana semua variable diukur dengan skala ini maka variable

yang diukur dijabarkan menjadi indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik pangkal untuk menyusun berbagai macam instrumen yang berbentuk pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradiasi mulai dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

Masing-masing dari jawaban tersebut akan diberi nilai, sebagai berikut:

- |                        |   |
|------------------------|---|
| a. Sangat Setuju       | 5 |
| b. Setuju              | 4 |
| c. Cukup setuju        | 3 |
| d. Tidak Setuju        | 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju | 1 |

Dalam penelitian ini terdapat kisi-kisi instrumen penelitian pada tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Indikator Variabel dan Kisi-kisi Pertanyaan**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Kisi-kisi pertanyaan</b>	<b>Nomor Soal</b>	<b>Skala Ukur</b>	
<i>Celebrity Endorsment</i> (X1)	<i>Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect, dan Similarity</i>  (Shimp Terence, 2010, hlm. 251-253)	Integritas seorang selebriti	1	<i>Likert</i>	
		Profesionalitas selebriti	2		
		Daya tarik yang dilihat oleh konsumen	3		
		Nama baik seorang selebriti	4		
		Kesamaan karakteristik selebriti	5		
	<i>Rabbaniyah, Akhlakiyyah, Al-Waqiyah, dan Al-Insan iyyah</i>  (Prakkasi, 2021)	Sikap dalam memperkenalkan produk	6		<i>Likert</i>
		Koridor dalam melakukan promosi	7		
		Aturan berpenampilan pada saat melakukan promosi	8		
		Sikap dalam menghadapi produk kompetitor	9		

<i>Social Media Marketing (X2)</i>	Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, dan Koneksi  (Brian, 2011, hlm. 224)	Meningkatkan informasi	1	<i>Likert</i>
		Proses penyampaian informasi	2	
		Interaksi antara konsumen dengan <i>marketer</i>	3	
		Hubungan yang terjalin antara <i>marketer</i> dengan konsumen	4	
	transparansi produk, menyesuaikan harga dengan kualitas, dan memenuhi janji  (Bayanuloh, 2019, hlm. 9-12)	Penjelasan informasi produk	5	<i>Likert</i>
		Menyesuaikan harga dengan kualitas	6	
		Amanah dalam melakukan promosi	7	
<i>Keputusan Belanja Online (Y)</i>	Kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, dan memberikan rekomendasi  (Kotler & Keller, 2018. hlm. 70)	Kualitas produk	1	<i>Likert</i>
	Pembelian berulang	2		
	Merekomendasikan produk kepada orang lain	3		

	Perilaku konsumsi menurut pandangan Islam  (Fauzia & Riyadi, 2014, hlm. 187-192)	Tujuan konsumsi	4	<i>Likert</i>
		Kewajaran dalam konsumsi	5	
		Batasan dalam konsumsi	6	

#### H. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian merupakan bagian dari pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Proses analisis data penelitian umumnya terdiri atas beberapa tahap, yaitu: tahap persiapan, analisis deskriptif, pengujian kualitas data dan pengujian hipotesis. Analisis data dilakukan setelah peneliti mengumpulkan semua data yang diperlukan dalam penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan prosedur yang berfungsi untuk melihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran dalam suatu persamaan linier (Sujarweni, 2017, hlm. 227). Dalam penelitian ini penulis menggunakan perangkat lunak SPSS 22. Jadi analisis linier berganda digunakan jika variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan persamaan regresi linear berganda karena jumlah variabel bebas dalam penelitian lebih dari satu. Teknik analisis penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorsment* dan *social media marketing* terhadap keputusan belanja *online*. Adapun persamaan regresi linear berganda menurut Sugiyono (2017) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Belanja *Online*

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi X1

$\beta_2$  = Koefisien regresi X2

X1 = *Celebrity Endorsment*

X2 = *Social Media Marketing*

$\varepsilon$  = *Error term* (Residual)

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah uji yang menyatakan sejauh mana data yang didapat melalui kuesioner penelitian akan mengukur apa yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner apakah valid atau tidak. Kuesioner bisa dikatakan valid apabila kuesioner mampu menerangkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Duwi Priyanto, 2011, hlm. 42).

Kriteria untuk menguji validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka pernyataan tersebut valid.
- b. Jika  $r$  hitung negatif atau  $r$  hitung  $\leq r$  tabel maka pernyataan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur itu digunakan berulang kali. Bukti kuesioner dikatakan reliabel atau tidak reliabel jika jawaban responden terhadap kuesioner adalah konsisten. Untuk menentukan suatu penelitian apakah kuesioner reliabel atau tidak reliabel, reliabilitas diukur menggunakan uji statistik *alpha cronbach*. Kuesioner dikatakan reliabel jika *alpha cronbach*  $\geq 0,60$  dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60. (Danang Sunyoto, 2011, hlm. 130).

## 3. Uji Asumsi Klasik

Diperlukannya uji asumsi klasik sebagai persyaratan analisis regresi linier berganda nantinya, tiap variabel nantinya harus memenuhi berbagai syarat sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan agar peneliti dapat mengetahui dalam sebuah model regresi apakah setiap variabelnya baik itu variable independent maupun variable dependennya sudah sudah terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Untuk melakukan uji normalitas, penulis menggunakan uji *Jaque Bera*. Dalam pengamilan

keputusan mengenai uji normalitas, apabila nilai probabilitas *Jaque Bera* yang didapatkan ternyata lebih dari 0,05 maka data dapat dikatakan terdistribusi normal (Bawono & Shina, 2018).

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah terdapat suatu korelasi antar *variabel independennya* atau antar variabel bebasnya (Ghozali, 2018, hlm. 105). Pengujian Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen, jika korelasi terjadi, maka dapat ditemukan masalah multikolinieritas. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel independennya. Dalam penelitian ini, hasil multikolinieritas dilihat dari nilai toleransi atau *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF) agar peneliti mengetahui apakah multikolinieritas dalam sebuah model regresi dapat dikatakan terjadi atau tidak. Sebuah model regresi dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF tidak lebih besar dari 10 (Nanincova, 2019, hlm 3).

**c. Uji Heterosidiksitas**

Uji heterosidiksitas bertujuan untuk menguji apakah dapat terjadi kesamaan varians dari residual yang satu terhadap residual yang lain pada sebuah model regresi. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik

adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebuah model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terdapat heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Breusch-Pagan*, tingkat probabilitas yang digunakan yaitu  $\alpha = 0,05$ . Jika nilai probabilitas lebih dari 0,05 atau 5% maka uji heteroskedastisitas terpenuhi atau dinyatakan terbebas dari masalah heteroskedastisitas (Sujarweni, 2015, hlm.226).

#### **4. Uji Hipotesis**

Apabila sebuah model regresi sudah memenuhi syarat asumsi klasik, maka model regresi akan dilakukan untuk menganalisis melalui pengujian hipotesis.

##### **a. Uji koefisien determinan ( $R^2$ )**

Koefisien determinan digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi pada variabel dependennya. Nilai koefisien determinan berkisar antara 0-1. Semakin nilai mendekati 1 maka semakin baik, jadi variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Subekti, 2017: 129).

##### **b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)**

Uji koefisien regresi secara simultan atau uji F merupakan suatu pengujian signifikansi pada model regresi yang digunakan peneliti untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel bebas

secara bersama-sama terhadap variabel terikat dan jika terdapat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat maka dengan menggunakan uji F dapat diketahui seberapa besar pengaruhnya (Sujarweni, 2015, hlm. 162).

**c. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)**

Uji T bertujuan untuk menguji seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependennya. Penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai probabilitas signifikannya lebih dari atau sama dengan 0,05 atau taraf signifikan yang ditetapkan sebelumnya maka suatu variabel independen tersebut dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya (Sujarweni, 2015, hlm. 229).