

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang kesimpulan dari pengambilan data berupa deskripsi yang menggambarkan hasil dari penghitungan angka secara statistik. Pada penelitian ini peneliti berusaha mendapatkan data yang valid untuk membuktikan suatu teori yang ada secara kuantitatif guna untuk memcagkan dan mengantisipasi masalah yang timbul dalam suatu bidang tertentu.⁴¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara *brand image* dan *customer review* terhadap keputusan pembelian produk skincare melalui TiktokShop. Oleh karena itu, penelitian ini memprediksi signifikansi pengaruh satu variabel prediktor atau independen terhadap satu atau lebih variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional antara variabel bebas X yakni *brand image* (X_1) dan *customer review* (X_2) terhadap variabel terikat Y yakni keputusan pembelian.

B. Lokasi Penelitian

Untuk memenuhi prosedur penelitian, lokasi penelitian adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri yang berlokasi Jl. Sunan Ampel No.7 Ngronggo Kediri 64127.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2017), 12.

C. Subjek Penelitian

Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian berperan sangat penting. Hal tersebut dikarenakan setiap data yang diamati atau diperoleh bersumber dari subjek penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, subjek penelitian dapat ditentukan dengan cara menentukan populasi dan sampel penelitian.⁴²

D. Populasi Penelitian

Populasi adalah total keseluruhan dari cakupan objek penelitian. Menurut Sugiyono, populasi penelitian mencerminkan cakupan wilayah umum yang terdiri atas objek penelitian atau subjek penelitian yang memiliki ciri karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian diamati dan dipelajari sehingga terbentuk kesimpulan berdasarkan perilaku atau hubungan yang ditunjukkan oleh subjek atau objek tersebut.⁴³ Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam Angkatan 2021 sejumlah 645 mahasiswa. Jumlah data populasi tersebut diambil oleh peneliti dari data akademik mahasiswa IAIN KEDIRI fakultas ekonomi dan bisnis.

E. Penentuan Sampel

Dalam penelitian, besarnya jumlah sampel dapat ditentukan dengan menggunakan pedoman penentuan sampel. Salah satu praktik pengambilan sampel yang umum digunakan adalah *slovin calculation sample*. Rumus *Slovin* dapat digunakan apabila populasi penelitian diketahui secara pasti. Oleh karena

⁴² Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)," in *Metodelogi Penelitian*, 2017.

⁴³ Ibid

itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penghitungan Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 0.1 (10%). sebagai berikut:

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

Keterangan:

n	= Ukuran sampel
N	= Ukuran Populasi
E	= Taraf kesalahan (error) sebesar 0,1 (10%)

Dari rumusan diatas, maka besarnya jumlah sampel (n) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{645}{1 + 645(0.1)^2}$$

$$n = \frac{645}{1 + 6,45}$$

$$n = \frac{645}{7,45}$$

$$n = 86,57 = 87 \text{ sampel}$$

Dari perhitungan diatas, jadi peneliti mengambil sampel mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah dalam mencari 87 responden tersebut, peneliti menggunakan teknik sampling. Dalam penelitian ini model teknik *probability sampling* digunakan untuk menentukan. Teknik *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara acak sehingga memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota dari populasi yang telah ditentukan untuk menjadi target sampel. Kemudian teknik yang dipakai oleh peneliti adalah

teknik *purposive sampling* yaitu dengan mengambil sampel yang sesuai dengan kriteria pengambilan sampel yaitu mahasiswa ekonomi syariah IAIN KEDIRI angkatan 2021

F. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.⁴⁴ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah: *Brand Image* (X₁) dan *customer review* (X₂).

2. Variabel Bebas (Y)

Variabel dependen atau biasa disebut dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁴⁵ Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Pengambilan keputusan dapat pula diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.⁴⁶

G. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari

⁴⁴Ibid, 62.

⁴⁵Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3* (Jakarta:Salemba Empat, 2016), hlm, 178.

⁴⁶Kotler dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Ke 9 Jilid 1* (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2018), hlm 227.

responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuisisioner atau angket.⁴⁷ Data primer diperoleh dengan pengisian kuisisioner oleh responden yang kemudian diperoleh hasil berupa beberapa pernyataan mengenai variabel X (*Brand Image* dan *Customer Review*) dan Y (keputusan pembelian).

H. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang diinginkan adalah sebagai berikut:

1. Angket (Kuesioner)

Metode angket (kuisisioner) adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pertanyaan.⁴⁸ Berfungsi untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan yang telah disediakan kepada responden yang sudah tertera alternatif jawaban. Dalam metode ini peneliti menggunakan angket terstruktur (*structure questionnaire*) yaitu jawaban yang diajukan sudah disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

- a) Angket tentang variabel (X1) *brand image*
- b) Angket mengenai variabel (X2) *customer review*.
- c) Angket mengenai variabel (Y) keputusan pembelian

⁴⁷Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), hlm, 33.

⁴⁸Limas Dodi, *Metodologi Penelitian Science Methods; Metode Tradisional dan Natural Setting, Berikut Tehnik Penulisannya* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 59.

Sesuai dengan poin-poin diatas, responden akan mengisi tiga angket terkait variabel penelitian.

I. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, tahapan analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data diterima dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁴⁹ Analisis data dilakukan apabila data-data yang diperlukan telah terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang obyektif dan logis. Analisis penelitian ini yang dilakukan untuk mengetahui jawaban dari hipotesis penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menjawab rumusan masalah

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots$$

Keterangan:

Y = Variabel kriterium (variabel keputusan pembelian konsumen)

X = Variabel predictor (variabel *brand image* dan *costumer review*)

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi linier

⁴⁹ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D)." Hlm, 55.

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)

Uji T digunakan untuk melakukan pengujian koefisien regresi secara sendiri-sendiri. Uji T digunakan untuk menguji signifikansi nilai parameter hasil regresi. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai kritisnya (T_{tabel}). Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

a) $T_{hitung} \leq T_{tabel} - T_{hitung} \geq - T_{total} = H_0$ diterima

b) $T_{hitung} \geq T_{tabel} - T_{hitung} \leq - T_{total} = H_0$ ditolak

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R) yang menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum, R^2 merupakan angka kuadrat korelasi (*correlation square index*) antara variabel yang digunakan sebagai pemberi pengaruh (*predictor*) dan variabel yang menunjukkan akibat (*response*). Koefisien determinasi (R^2) dalam sebuah penghitungan regresi biasanya dijadikan alat untuk menunjukkan besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara statistic.

Kemudian, setelah analisis regresi dilakukan dan diketahui hasil dari pengujian, perlu dilakukan beberapa uji untuk mengestimasi fungsi regresi. Terdapat beberapa uji yang harus dilakukan agar fungsi regresi bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). BLUE merupakan penentu apakah fungsi regresi menghasilkan error yang kecil, sesuai

dengan kaidah OLS atau nilai linear dan pangkat variabel-variabelnya paling tinggi, nilai yang diharapkan sama dengan nilai yang sebenarnya, dan model regresi yang terbentuk memiliki variasi yang minimal dari estimator-estimator lainnya. Uji tersebut dinamakan Uji Asumsi Klasik yang digunakan sebagai dasar prasyarat untuk dapat melakukan uji regresi. Dalam uji asumsi klasik regresi sederhana terdapat tiga buah uji dasar yang perlu dipenuhi agar uji regresi dapat dilakukan. Uji-uji tersebut yaitu, uji normalitas residual, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

d. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas Residual digunakan untuk mengetahui penyebaran data residual yang digunakan dalam penelitian. Ketentuan suatu distribusi data diasumsikan memiliki sebaran data yang normal jika hasil dari nilai signifikansi lebih dari 0.05⁵⁰.

e. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan sebagai salah satu syarat analisis regresi ganda. Untuk menguji ada tidaknya multikolinieritas, dilakukan dengan menyelidiki besarnya inter-korelasi antar variabel independen. Model regresi yang bebas multikolinieritas memiliki nilai VIF di bawah 10,0 dan nilai – nilai tolerance di atas 0,10.⁵¹

⁵⁰ Ibid Hlm, 57.

⁵¹ Ibid Hlm, 57.

f. Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas. Yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.⁵² Cara untuk memprediksi ada tidaknya Heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi Heterokedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas, dibawah atau disekitar 0
- 2) Titik-titik data mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- 3) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak terpola.

g. Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi masalah autokorelasi atau nilai residual tidak berkorelasi dengan nilai residual sebelumnya pada periode pengujian sebelumnya. Uji autokorelasi dilakukan dengan metode uji durbin-watson dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima atau tidak terjadi auto korelasi
- 2) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak atau terjadi autokorelasi
- 3) $DL < DW < DU$ atau $4 - DU < DW < 4 - DL$ artinya tidak ada kepastian yang pasti.

⁵² Ibid Hlm, 59.