

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴⁸

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausalitas yang merupakan penelitian hubungan sebab-akibat. Menurut Sugiyono tujuan utamanya adalah untuk memperoleh bukti terkait hubungan sebab-akibat antara variabel variabel yang diteliti. penelitian jenis ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang hubungan antara sebab akibat dan mengetahui variabel mana yang mempengaruhi dan dipengaruhi.⁴⁹

B. Definisi Operasional

1.) *Variabel Independen* (bebas)

Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat, dalam penelitian ini dimana variabel bebas yaitu *viral marketing* (X) terdapat beberapa indikator yaitu: ⁵⁰

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2017), 11.

⁴⁹ Ibid, 62

⁵⁰ Wulan Purnama Sari and Sinta Paramita, "Viral Marketing Di Media Sosial Sebagai Gaya Baru Komunikasi Pemasaran," *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 6, no. 2 (2022): 309–19, <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20243>.

Tabel 3. 1
Indikator Viral Marketing

Variabel	Indikator Variabel
<i>Viral Marketing</i>	Media Sosial
	Keterlibatan <i>Opinion Leader</i>
	Pengetahuan Produk
	Kejelasan Informasi Produk
	Membicarakan Produk

Sumber: Wiludjeng dan Nurlela, 2020.

2) *Dependent Variabel* (Variabel terikat)

Variabel yang dipengaruhi atau menjadi dampak dari adanya variabel bebas disebut dengan variabel terikat. Pada penelitian ini memiliki variabel terikat keputusan pembelian. Dimana terdapat beberapa indikator diantaranya:

Tabel 3. 2
Indikator Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator Variabel
Keputusan Pembelian	Kemantapan produk
	Kebiasaan Membeli
	Merekomendasikan kepada orang lain
	Melakukan pembelian ulang

Sumber: Kotler, 2022

C. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, tepatnya di Jalan Sunan Ampel Nomor 7 Ngronggo, Kota Kediri yang dilakukan terhadap Mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2024.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian atau fokus penelitian. Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah fitur, sifat atau nilai dari seseorang, objek, atau kegiatan yang memiliki perubahan tertentu yang dipilih untuk dipelajari sebelum mencapai kesimpulan.⁵¹ Yang digunakan pada penelitian ini adalah dua variabel sebagai berikut:

1. Variabel *Independent* (Variabel Bebas)

Variabel *Independent* (Variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan berubahannya atau hadirnya variabel terikat.⁵² Maka pada penelitian ini yang menjadi variabel *independent* (variabel bebas) adalah *Viral marketing* (X). *Viral marketing* merupakan metode pemasaran yang menggunakan perkembangan media elektronik untuk mencapai tujuan pemasar.

2. Variabel *Dependent* (Variabel Terikat)

Variabel yang dipengaruhi atau dipengaruhi oleh variabel bebas disebut sebagai variabel *dependent* (variabel terikat). Maka pada penelitian ini yang menjadi variabel *dependent* (variabel terikat) adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan pembeli di mana pembeli benar-benar membeli barang yang ditawarkan.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*.

⁵² Antonio Imanda Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu," *Jurnal Professional FIS UNIVED* 6, no. 1 (2019): 42–60.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai suatu area umum yang mencakup subjek atau objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan.⁵³ Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah Mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2024 yang membeli produk *skincare* Glad2Glow karena pemasaran viral yaitu sebanyak 63 Orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁴ Suharsimi Arikunto mengemukakan bahwa jika subjeknya kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, tetapi jika jumlah responden lebih besar atau lebih dari 100 orang maka dapat diambil antara 10% hingga 15% atau 20% hingga 25%.⁵⁵

Teknik pengambilan sampel disebut sebagai sampel jenuh, yaitu teknik penentuan sampel apabila seluruh atau total anggota populasi dijadikan sampel. Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 63 mahasiswi yang telah membeli produk *skincare* Glad2Glow karena

⁵³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2020), 80.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).

pemasaran viral. Karena jumlah responden yang memenuhi kriteria ini berjumlah 63 orang, maka seluruhnya dijadikan sampel.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer kuantitatif, yaitu angka yang diperoleh dari skala kuesioner yang dibagikan kepada responden. Responden dinilai berdasarkan pengalaman mereka dan hubungannya dengan subjek penelitian. Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari subjek, menggunakan alat ukur atau alat pengumpul data untuk menghimpun informasi yang dicari. Data primer dalam penelitian ini berasal dari tanggapan dari kuesioner yang disebarakan oleh penulis. Kuesioner yang dibagikan pada responden merupakan kuesioner dalam bentuk pertanyaan. Sumber data dari penelitian ini adalah pada Mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2024.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara atau teknik yang dipilih dan digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kemudian metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup, dan jawaban dari kuesioner diukur menggunakan pengukuran *skala likert*.

G. Instrumen Penelitian

Yaitu alat yang berfungsi untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan pernyataan atau pertanyaan. Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner digunakan oleh peneliti untuk menghimpun data dengan menyebarkan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk meminta informasi tentang hal-hal yang mereka ketahui dan rasakan.⁵⁶ Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang berisi berbagai pertanyaan mengenai pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian *skincare* Glad2Glow.

H. Teknik Analisis Data

Menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, analisis data merupakan proses mengolah dan menyederhanakan data agar disajikan dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dan ditafsirkan.⁵⁷ Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis. Ini mencakup mencari dan menyusun data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga data menjadi mudah dipahami oleh orang lain dan diri sendiri. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pemeriksaan data (*editing*)

Editing adalah proses meninjau data setelah melakukan observasi di

⁵⁶ Sandu Sitoyo and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

⁵⁷ Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survei* (Jakarta: Pustaka, 1990).

lapangan. Ini dapat berupa pemeriksaan jawaban responden pada angket yang diberikan selama penelitian. Tujuan *editing* ini adalah untuk memastikan bahwa data adalah lengkap, tidak tida ada kekeliruan dalam pengisian angket, dan faktor lainnya.

2. Memberi tanda kode atau *coding*

Pengkodean data merupakan pemberian kode berupa simbol, huruf atau angka khusus pada setiap elemen data yang memiliki jenis yang sama. Proses ini bertujuan untuk memberikan struktur dan kerangka pada data, memfasilitasi analisis lebih lanjut, dan membuatnya lebih mudah diinterpretasikan.

3. Skor atau *scoring*

Scoring adalah proses memberikan nilai pada jawaban yang dievaluasi. Yang bertujuan memberikan nilai untuk setiap jawaban dari kuesioner pada setiap pertanyaan yang disediakan. Pada penelitian ini pemberian skor dilakukan dengan mengikuti prosedur skala likert sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|----------------|
| a. Sangat Setuju (SS) | : skor nilai 5 |
| b. Setuju (S) | : skor nilai 4 |
| c. Netral (N) | : skor nilai 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | : skor nilai 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | : skor nilai 1 |

4. Tabulasi data atau *tabulating*

Untuk menghitung data statistik, data dimasukkan ke dalam tabel yang disebut tabulasi data. Data yang dikumpulkan akan diklasifikasikan secara

teratur dan teliti, dihitung dan dijumlah jumlah *item* yang termasuk dalam satu kategori. Semua data ini disajikan dalam bentuk tabel, yang merupakan tahap tabulasi data.

5. Processing

Processing yakni proses menghitung, mengolah, juga menganalisis data secara statistik. Berikut adalah langkah-langkah untuk menganalisis data:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah instrumen yang akan dilakukan untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau tidaknya suatu keakuratan kuesioner dengan ketentuan bahwa pernyataan kuesioner bisa menyatakan hal yang diukur dalam kuesioner tersebut.⁵⁸ Uji validitas dalam penelitian ini memanfaatkan bantuan aplikasi SPSS versi 23 dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* (PPM), dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi *pearson product moment*

x = skor jumlah tiap item

y = jumlah dari skor item

n = jumlah responden

⁵⁸ Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (Health Book Publishing, 2021).

Kriteria validitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi 5% maka data valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan signifikansi 5% maka data tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui suatu pengukuran dianggap dapat dipercaya atau konsisten dalam memberikan hasil atau yang menunjukkan bahwa nilai koefisien yang lebih tinggi menunjukkan bahwa jawaban responden konsisten dan dapat diandalkan. Pengujian ini dilakukan menggunakan *cronbach's alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = koefisien reliabilitas *cronbach's alpha*

k = jumlah item soal

$\sum S_i^2$ = jumlah varian skor tiap item

$\sum S_t^2$ = varian total

Ukuran kemantapan alpha dalam uji ini dengan nilai:

- a) Nilai *alpha* 0,00 - 0,2 = kurang reliabel
- b) Nilai *alpha* 0,21 - 0,4 = agak reliabel
- c) Nilai *alpha* 0,41 - 0,6 = cukup reliabel
- d) Nilai *alpha* 0,61 - 0,8 = reliabel
- e) Nilai *alpha* 0,81 - 1,00 = sangat reliabel.⁵⁹

⁵⁹ Benny S. Pasaribu dkk, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Banten: Media Edu Pustaka, 2022).

3) Uji Deskriptif

Sugiyono mendefinisikan statistik deskriptif sebagai statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang dapat diterima secara umum.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji dilakukan untuk mengukur sejauh mana data penelitian memiliki distribusi normal. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Metode ini menunjukkan bahwa data dikatakan memiliki distribusi normal dalam kasus di mana sig lebih besar dari 0,05. Namun, jika $\text{sig} < 0,05$, itu menunjukkan bahwa data tidak memiliki distribusi normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Yaitu yang berfungsi untuk menguji bahwa tidak ada perbedaan atau variansi residual dalam setiap pengamatan satu dan yang lainnya.⁶⁰ Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas digunakan grafik scatterplots, dengan kriteria yaitu:⁶¹

⁶⁰ Siska Yulia Weny, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2019 – 2022)," *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan* 2, no. 2 (2022).

⁶¹ Agustin Hamdi, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Konsep Dan Contoh Penelitian)* (Sumedang: CV. Mega Press Nusantara, 2023).

- a) Jika terlihat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur, misalnya bergelombang, melebar, lalu menyempit, ini menandakan adanya heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah garis 0 pada sumbu Y, maka hal ini menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Dalam uji autokorelasi ini, metode Durbin-Watson (DW) digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi antara pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ dalam model regresi linier. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut yaitu:

- c) Jika $dU < DW < 4-dU$ maka tidak ada autokorelasi.
- d) Jika $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ maka terjadi autokorelasi
- e) Jika $dL < DW < dU$ atau $4-dU < DW < 4-dL$, maka tidak menghasilkan kesimpulan pasti.

Keterangan:

d : nilai Durbin Watson

dL : batas bawah Durbin Watson

dU : batas atas Duwbin Watson

c. Analisis Korelasi Pearson

Teknik analisis korelasi product moment ini dikembangkan oleh Pearson. Ini digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan

hubungan antara dua variabel interval atau rasio.⁶² Dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi person

n = jumlah sampel

x = viral marketing

y = keputusan pembelian

Berikut ini kriteria untuk mengetahui besarnya hubungan antar variabel, yaitu:⁶³

- a) Nilai *Pearson Correlation*, 0,80 – 1,00: artinya korelasi sangat kuat
- b) Nilai *Pearson Correlation*, 0,60 – 0,79: artinya korelasi kuat
- c) Nilai *Pearson Correlation*, 0,40 – 0,59: artinya korelasi cukup kuat
- d) Nilai *Pearson Correlation*, 0,20 – 0,39: artinya korelasi lemah 60
- e) Nilai *Pearson Correlation* 0,00 – 0,19: artinya korelasi sangat lemah.

⁶² Setyo Budiwanto, *Metode Statistika Untuk Mengolah Data Keolahragaan* (Malang: UM Penerbit & Percetakan, 2017).

⁶³ Benny S. Pasaribu dkk, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*.

d. Analisis Regresi Linier Sederhana

Dengan menggunakan analisis regresi ini, kita akan melihat bagaimana masing-masing variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), yang diwakili oleh persamaan berikut. Adapun persamaan garis regresinya antara lain:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : keputusan pembelian

X : *viral marketing*

α : konstanta

b: koefisien

e. Uji hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Untuk menentukan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individual, pengujian koefisien regresi parsial individu disebut uji t. Uji parsial bertujuan untuk membuktikan bahwa hubungan antara *viral marketing* sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

Hipotesis yang digunakan adalah:

- a) H_a : terdapat pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian *skincare* Glad2Glow pada Mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan Tahun 2024.
- b) H_0 : Tidak terdapat pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian *skincare* Glad2Glow pada Mahasiswi