

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan penelitian yang tujuannya untuk mempermudah peneliti dalam menyelesaikan serta memecahkan permasalahan penelitian dengan cepat hingga analisis hasil akhir.⁶⁰ Penelitian ini memakai pendekatan secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif yakni jenis penelitian yang dalam pengolahan datanya menggunakan analisis statistik, sehingga data yang dikumpulkan dan hasil yang diperoleh disajikan dalam bentuk angka.⁶¹

Pada penelitian ini, memakai jenis penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yakni penelitian yang menjelaskan mengenai sebab akibat.⁶² Tujuannya yaitu untuk memperoleh hubungan sebab akibat dari pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan pembelian produk *fashion*, sehingga bisa diketahui mana variabel yang mempengaruhi dan yang dipengaruhi.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini yaitu di Toko Clarissa Store Kediri, berlokasi di Jl. HOS. Cokroaminoto No.171, Banjaran, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur yang berfokus pada konsumen Toko Clarissa Store sebagai responden. Alasan peneliti memilih lokasi ini sebagai penelitian yakni, guna mengetahui pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk *fashion*.

⁶⁰ Manotar Tampubolon, *Metode Penelitian* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023), 20.

⁶¹ Didin Fatihudin, *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, Edisi Revisi (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2020), 28.

⁶² Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

C. Variabel Penelitian

Variabel yaitu suatu karakteristik ataupun sifat yang nilainya bisa bervariasi, biasanya dinyatakan ke dalam bentuk angka/symbol yang bisa diberikan nilai tertentu. Sugiyono menyatakan bahwa variabel penelitian yaitu atribut, sifat, karakteristik dari individu, objek, ataupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti guna dianalisis serta dijadikan dasar saat mengambil kesimpulan.⁶³

1. Variabel *Independen* (Bebas)

Variabel independen (bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel *dependen* (terikat).⁶⁴

Variabel bebas yang digunakan yaitu promosi media sosial Instagram (X).

2. Variabel *Dependen* (Terikat)

Variabel dependen (terikat) yakni variabel yang dipengaruhi atau muncul sebagai akibat dari variabel bebas (*independen*).⁶⁵ Variabel terikat yang digunakan yakni keputusan pembelian (Y).

D. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu penjabaran jelas dan terukur yang disusun peneliti untuk menunjukkan cara mengidentifikasi, mengamati, dan mengukur variabel agar memiliki batasan konkret serta dapat diuji secara empiris dengan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Uraian mengenai definisi

⁶³ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 38.

⁶⁴ Karimuddin Abdullah dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021), 54.

⁶⁵ Abdullah dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

operasional variabel yakni sebagai berikut:⁶⁶

1. Promosi Media Sosial Instagram (X)

Dikutip dalam jurnal Yola Alwitri, Kotler dan Kevin Keller berpendapat bahwa promosi media sosial yaitu upaya pemasaran yang menggunakan platform media sosial sebagai wadah bagi konsumen guna bertukar informasi berbentuk teks, gambar, audio, maupun video, baik antara sesama pengguna ataupun dengan perusahaan.⁶⁷ Variabel promosi media sosial Instagram (X) bisa diukur berdasarkan beberapa indikator, yaitu:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Promosi Media Sosial Instagram (X)

Variabel	Indikator
Promosi Media Sosial Instagram (X)	<i>Context</i> (Konteks)
	<i>Communication</i> (Komunikasi)
	<i>Collaboration</i> (Kolaborasi)
	<i>Connection</i> (Koneksi)

Sumber: Indikator Promosi Media Sosial dalam Skripsi Fahmi Rizki Aulia Rangkuti, 2023.

2. Keputusan Pembelian (Y)

Kotler dan Armstrong mengemukakan, menurutnya keputusan pembelian yakni tahap ketika konsumen memutuskan untuk benar-benar membeli suatu produk setelah melalui berbagai pertimbangan dan evaluasi sebelumnya.⁶⁸ Variabel keputusan pembelian (Y) bisa diukur berdasarkan beberapa indikator, yaitu:

⁶⁶ Bambang Sugeng, *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 202.

⁶⁷ Alwitri dan Putri, "Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Penjualan Pada Klinik Selera Di Bangkinang Kota."

⁶⁸ Kotler dan Armstrong, *Principles of Marketing*, 177.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan Produk
	Kebiasaan Membeli
	Rekomendasi Dari Orang Lain
	Adanya Pembelian Ulang

Sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁹ Populasi untuk penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melihat atau terpengaruh Instagram Clarissa Store Kediri dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁷⁰ Teknik pengambilan sampel memakai *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁷¹ Kriteria responden untuk penelitian ini yakni pernah membeli produk *fashion* di Toko Clarissa Store dan pernah melihat promosi Instagram Clarissa Store. Seperti yang kita ketahui bahwa

⁶⁹ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 80.

⁷⁰ *Ibid.*, 81.

⁷¹ *Ibid.*, 85.

konsumen atau pembeli di Toko Clarissa Store tidak diketahui secara pasti (tidak terbatas).

Sehingga penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan tabel Issac dan Michael dengan populasi tidak terhingga dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Maka, total sampel pada penelitian ini berjumlah 349.⁷²

F. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti memakai sumber data dari data primer. Data primer yakni data yang didapat pertama kalinya dari sumber aslinya secara langsung atau utama tujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer bisa dilakukan lewat berbagai metode, seperti survei, penyebaran kuisisioner, wawancara, observasi, dan lain sebagainya.⁷³ Peneliti memperoleh data primer didasarkan pada penyebaran angket atau kuisisioner kepada beberapa responden yaitu konsumen Toko Clarissa Store.

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yakni cara/teknik yang dipakai guna mengumpulkan suatu data. Pada penelitian ini, peneliti memakai metode pengumpulan data berupa angket atau kuisisioner. Metode angket (kuisisioner) yakni teknik pengumpulan data berupa serangkaian daftar pertanyaan yang sudah disusun secara terstruktur (sistematis) oleh peneliti, selanjutnya dibagikan atau disebarkan kepada responden untuk dijawab dan diisi sesuai

⁷² *Ibid.*, 87.

⁷³ Yulius Tiranda, *Metodologi Penelitian: Langkah Praktis (Pemula) Merancang Penelitian Kuantitatif*, Cetakan Pertama (Jakarta: CV. Trans Info Media, 2023), 188.

pada persepsinya.⁷⁴ Pada penelitian ini, penyebaran angket atau kuisioner yang dilakukan peneliti ditujukan kepada konsumen Toko Clarissa Store.

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian mempunyai peranan penting untuk proses mencapai tujuan suatu penelitian. Instrumen penelitian yakni sebuah alat yang bisa dipakai atau dimanfaatkan guna mengumpulkan, mengolah dan menafsirkan sebuah informasi yang didapatkan lewat beberapa responden dengan memakai pola pengukuran yang sejenis.⁷⁵ Instrumen pada penelitian ini memakai Skala Likert guna mendapatkan data yang lebih akurat. Skala Likert yakni skala yang bisa digunakan guna mengukur suatu benda dapat sikap serta persepsi dari individu maupun beberapa kelompok terhadap suatu fenomena ataupun gejala tertentu.⁷⁶

Pada penggunaan Skala Likert, setiap variabel yang akan diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator. Indikator-indikator tersebut menjadi dasar dalam setiap penyusunan pernyataan maupun pertanyaan. Skala Likert ini membuat peringkat atau skor disetiap pertanyaan dengan alternatif jawaban 1-4.⁷⁷ Skala Likert menggunakan empat tingkat jawaban yang bisa dilihat pada tabel yang tertera dibawah ini:

⁷⁴ Agung Widhi Kurniawan dan Zarah Puspitaningtyas, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016), 82.

⁷⁵ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS* (Jakarta: Kencana, 2017), 46.

⁷⁶ Suharmanto, *Validitas & Reliabilitas Instrumen Penelitian*, Cetakan I (Yogyakarta: Suluh Media, 2022), 3.

⁷⁷ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 94.

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju	4
2.	Setuju	3
3.	Tidak Setuju	2
4.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2013

I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses untuk mencari serta menyusun data secara terstruktur yang didapat melalui hasil wawancara, laporan observasi, serta dokumentasi dengan cara mengklasifikasikan data ke dalam kategori, menganalisisnya menjadi beberapa unit terkecil, menyintesis informasi, dan menyusun pola keterkaitan antar data, serta menentukan informasi yang relevan untuk dianalisis dan menyusun kesimpulan supaya bisa dipahami secara jelas oleh peneliti ataupun pihak lain. Teknik analisis data yang diterapkan difokuskan guna menjawab rumusan masalah penelitian serta menguji hipotesis.⁷⁸ Peneliti menerapkan teknik analisis data berdasarkan angka-angka yang telah dikumpulkan, selanjutnya diolah dan dianalisis dengan bantuan program SPSS.⁷⁹ Tahapan-tahapan yang digunakan ketika proses menganalisis data yakni diantaranya:

1. *Editing*

Editing yakni kegiatan yang dilakukan oleh peneliti setelah proses pengumpulan data di lapangan selesai. Proses *editing* penting dilakukan sebab data yang diperoleh pada tahap awal sering kali masih memerlukan pemeriksaan kembali untuk memastikan ketelitian dan keakuratan sebelum

⁷⁸ Fatihudin, *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 145.

⁷⁹ *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

dianalisis lebih lanjut. Kegiatan ini bertujuan untuk mencegah terjadinya kehilangan data, duplikasi, kelebihan informasi, tumpang tindih, maupun adanya data yang terabaikan.⁸⁰

2. *Coding*

Proses *coding* dilakukan setelah tahap *editing*. *Coding* merupakan kegiatan pemberian simbol atau kode, angka tertentu pada setiap kolom, dan variabel yang dipertanyakan dalam kuesioner berhubungan dengan informasi spesifik yang dibutuhkan di penelitian.⁸¹

3. *Scoring* (Perhitungan)

Scoring yaitu proses pengelompokan dan pengklasifikasian data berdasarkan kesamaan jenis jawaban responden, di mana setiap jawaban diberikan nilai atau skor tertentu sesuai pada kriteria yang telah ditetapkan.⁸² Peneliti menggunakan Skala Likert *pada* tahap perhitungan atau *scoring*.

4. *Tabulating* (Tabulasi)

Tabulasi yaitu proses memasukkan hasil rata-rata angket sesuai dengan kategori yang sudah ditetapkan pada tabel penyajian atau analisis data. Kegiatan ini bertujuan untuk menata, mengelompokkan, serta menampilkan data agar lebih terstruktur dan mudah dipahami.⁸³

5. *Processing*

⁸⁰ Munawaroh, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*, Edisi Revisi (Malang: Inteligencia Media, 2019), 103.

⁸¹ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*, 87.

⁸² Fatihudin, *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 138.

⁸³ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*, 88.

Processing yaitu tahapan pengolahan data dengan memanfaatkan teknik dan alat statistik untuk melakukan proses perhitungan.⁸⁴ Penelitian ini, dalam pengolahan data pada tahap *Processing* dilakukan dengan cara menggunakan bantuan SPSS 25, melalui beberapa tahapan yang sistematis sebagaimana dijelaskan berikut ini:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Validitas yakni suatu alat ukur yang berguna untuk menilai dan mengetahui keabsahan kuesioner, apakah valid atau tidak berdasarkan kemampuan setiap pernyataannya dapat mengukur aspek yang ingin diukur dalam kuesioner tersebut. Untuk menilai uji validitas pada setiap item, menggunakan rumus *Pearson Product Moment* yaitu:⁸⁵

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

Keterangan:

r : Koefisien korelasi *person product moment*

x : Skor dari tiap item

y : Jumlah skor item

n : Jumlah responden

Sesuai dengan rumus yang diatas, maka uji validitas dinyatakan sebagai berikut:

⁸⁴ *Ibid.*, 88.

⁸⁵ Abigail Soesana dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cetakan I (Medan : Yayasan Kita Menulis, 2023), 69.

- a) Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
- b) Instrumen tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas yakni kemampuan suatu instrumen ukur guna menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam waktu yang berbeda. Uji ini dilakukan guna memastikan apakah instrumen yang digunakan memiliki konsistensi dan reliabel. Tingkat reliabilitas pada variabel penelitian bisa dilihat dari hasil statistik *Crobach Alpha* (α). Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Crobach Alpha* > 0.60 . jika nilai *alpha* semakin mendekati 1 artinya nilainya reliabilitas untuk datanya makin terpercaya.⁸⁶

b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yakni metode ketika menganalisis suatu data dengan menggambarannya dari data yang sudah diperoleh, sehingga bisa dipahami secara mudah. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), maksimum, minimum, dan standar deviasi (Std. Deviation) dari variabel X dan Y.⁸⁷

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu melihat apakah nilai dari suatu variabel

⁸⁶ Soesana dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 80.

⁸⁷ Djali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cetakan Pertama (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2020), 112.

terikat atau *residual* terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan metode *Kolmogorov Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$, serta tidak berdistribusi normal jika $< 0,05$.⁸⁸

2) Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan dependen *linear* atau tidak. Pengujian ini biasanya menjadi syarat sebelum melakukan analisis regresi *linear* sederhana atau berganda. Uji linearitas pada SPSS, acuan yang digunakan yaitu probabilitas atau taraf signifikansi tertentu. Adapun ciri dalam pengambilan keputusan yakni:⁸⁹

- a) Jika nilai sig.deviation from linearity $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel.
- b) Jika nilai sig.deviation from linearity $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu melihat apakah dalam model regresi terjadi perbedaan varians pada nilai residual (kesalahan) dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji ini memakai metode *Scatterplot*. Heteroskedastisitas terjadi jika terdapat perbedaan, sedangkan model regresi dinyatakan baik apabila tidak

⁸⁸ Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 114–115.

⁸⁹ I. Wayan Widana dan Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis* (Lumajang: Klik Media, 2020), 47–53.

terjadi heteroskedastisitas.⁹⁰

d. Uji Korelasi Pearson

Korelasi yaitu hubungan antara dua variabel yang terdiri dari satu variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Uji korelasi dilakukan guna mengetahui kekuatan antara dua variabel dan arah hubungan yang terjadi. Jika nilai Sig. < 0,05 menunjukkan adanya hubungan signifikan, sedangkan Sig. > 0,05 menunjukkan tidak ada hubungan signifikan.⁹¹ Penelitian ini memakai korelasi *pearson product moment* guna mengetahui pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk *fashion*. Berikut pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi:⁹²

- 1) Interval koefisien = 0,00 – 0,199 = hubungan sangat rendah.
- 2) Interval koefisien = 0,20 – 0,399 = hubungan rendah.
- 3) Interval koefisien = 0,40 – 0,599 = hubungan cukup kuat.
- 4) Interval koefisien = 0,60 – 0,799 = hubungan kuat.
- 5) Interval koefisien = 0,80 – 1,00 = hubungan sangat kuat.

e. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk penelitian yang hanya mempunyai satu variabel bebas dan terikat. Tujuan regresi ini yaitu menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Regresi ini untuk mengetahui arah

⁹⁰ Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, 122.

⁹¹ Resista Vikaliana, dkk., *Ragam Penelitian Dengan SPSS* (Sukoharjo: Tahta Media Group, 2022), 9.

⁹² Hartono, *Statistik untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 87.

hubungan positif dan negatif antara variabel independen dengan dependen serta memprediksi naik turunnya nilai variabel. Berikut rumus yang dipakai pada analisis ini yaitu:⁹³

$$Y=a+bX$$

Y : Variabel Terikat (keputusan pembelian)

a : konstanta/kemiringan slope

b : Koefisien Regresi

X : Variabel Bebas (promosi media sosial instagram)

f. Uji Hipotesis

1) Uji T

Uji T berfungsi untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individu (parsial) berpengaruh terhadap variabel terikat. Berikut penilaian Uji t:⁹⁴

1) $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig. > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig. < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) fungsinya yaitu mengukur sejauh mana hubungan/keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai $R^2 = 0$ artinya variabel X tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel Y. Kalau nilai R^2 yang mendekati 1, berarti variabel X memiliki pengaruh yang kuat

⁹³ Aminatus Zahriyah dkk., *Ekonometrika: Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2021), 55.

⁹⁴ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (DKI Jakarta: Guepedia, 2021), 41.

terhadap variabel Y. Berikut ini rumus yang digunakan sebagai perhitungan:⁹⁵

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

⁹⁵ Echo Perdana Kusumah, *Metode Penelitian Bisnis: Analisis SPSS dan Smart-PLS* (Yogyakarta: Deepublish, 2023), 188–189.