

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

##### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).<sup>73</sup> Penelitian kuantitatif bertumpu sangat kuat pada pengumpulan data berupa angka hasil pengukuran. Karena itu dalam penelitian ini, statistik memegang peran penting sebagai alat ukur untuk menganalisis jawaban masalah.<sup>74</sup> Mengapa menggunakan pendekatan kuantitatif karena data diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan analisis statistik guna untuk menunjukkan kontribusi konten *post* instagram dan harga kompetitif terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab Tulungagung.

##### 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juag hubungan antara dua variabel atau

---

<sup>73</sup>Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 11.

<sup>74</sup>Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya: Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (elKAF), 2006), hal. 45.

lebih memiliki hubungan korelasi atau tidak.<sup>75</sup> Jenis penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.<sup>76</sup>

## **B. Populasi, *Sampling* dan Sampel Penelitian**

### 1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>77</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau *followers* (pengikut) yang ada di akun Kd.Hijab. Pemilihan populasi didasarkan pada data yang terdapat di akun instagram Kd.Hijab. Dimana dilihat dari jumlah *followers* yaitu 1127. Namun, tidak semua populasi menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel.

### 2. *Sampling*

*Sampling* yaitu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian. Teknik *sampling* terdiri dari dua macam yaitu, *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota populasi. Sedangkan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel

---

<sup>75</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*, hal. 11.

<sup>76</sup>Ibid..., hal. 11.

<sup>77</sup>Ibid..., hal 72

yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>78</sup>

Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* (sampel acak sederhana). Alasan menggunakan *simple random sampling*, karena memberikan kesempatan yang sama yang bersifat tak terbatas pada setiap elemen populasi untuk dipilih sebagai sampel.<sup>79</sup> Dalam penentuan jumlah besarnya sampel, peneliti mendapatkan data dari *followers* akun instagram Kd.Hijab. Adapun jumlah *followers* yang ada berjumlah 1127. Rumus ukuran sampel menurut Siregar ditentukan berdasarkan pada pendapat Slovin dengan formula sebagai berikut.<sup>80</sup>

$$n = \frac{N}{(1 + N(e)^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Prosentase tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah 10% = 0,1

Dengan rumus Slovin selanjutnya dapat dihitung:

$$n = \frac{1127}{(1 + 1127(0,1)^2)} = \frac{1127}{1128(0,01)} = 99,91$$

n = 99,91 dibulatkan menjadi 100 responden.

<sup>78</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*, hal. 121-125.

<sup>79</sup>Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2014), hal. 124.

<sup>80</sup>Siregar Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2013), hal.

Dari perhitungan diatas maka dapat diketahui jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari jumlah populasi 1127 dengan tingkat kesalahan 10%.

### 3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>81</sup>

## C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

### 1. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah dari mana asalnya data dapat diperoleh.<sup>82</sup> Sumber data penelitian terdiri atas; sumber data primer (*primary data*) dan sumber data skunder (*secondary data*). Sumber data primer (*primary data*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Sedangkan sumber data skunder (*secondary data*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).<sup>83</sup> Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer

---

<sup>81</sup>Ibid..., hal. 120.

<sup>82</sup>Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, edisi revisi V, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), hal. 107.

<sup>83</sup>Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian...*, hal. 146-147.

(*primary data*). Data diperoleh langsung dari responden dengan memberikan angket atau kuesioner berupa daftar pertanyaan atau pernyataan kepada konsumen atau *followers* akun instagram Kd.Hijab.

## 2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>84</sup> Maka variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah:

- a) Variabel Bebas (*Independen Variabel*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*).<sup>85</sup> Dalam penelitian ini variabel bebas (*independen variabel*) adalah Konten *post* instagram (X1) dan Harga kompetitif (X2).
- b) Variabel Terikat (*Dependent Variabel*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>86</sup> Dalam penelitian ini variabel terikat (*dependent variabel*) adalah Minat beli konsumen (Y).

## 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *likert* yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang

---

<sup>84</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*, hal. 64.

<sup>85</sup>Ibid..., hal. 64.

<sup>86</sup>Ibid..., hal. 64.

terhadap sesuatu.<sup>87</sup> Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

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

#### **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

##### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan pada suatu peneliti untuk mendapatkan data yang sistematis, sehingga memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>88</sup>

##### 2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.<sup>89</sup> Jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk

---

<sup>87</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Ed. 2, Cet. 13, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 47-48.

<sup>88</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*, hal. 193.

<sup>89</sup>Ibid..., hal. 148.

diteliti, sehingga titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasional dan kemudian ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator tersebut dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen.<sup>90</sup>

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner yang akan diberikan skor pada jawaban dari responden yang diasumsikan benar dan dapat dipercaya menurut skala *likert*. Maka perlu digunakan kisi-kisi instrumen, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Diskriptor
1	Konten <i>Post</i> Instagram (X1) (Febri Anugratami, Maylanny Christin dan Berlian Primadani, Jurnal : 2015)	<i>Context</i> (Konteks)	1. Instagram memenuhi kebutuhan informasi mengenai trend busana terbaru. 2. Akun Kd.Hijab menampilkan foto yang diunggah dengan jelas.
		<i>Communication</i> (Komunikasi)	3. Akun Kd.Hijab memberikan informasi yang jelas terhadap produk yang ditawarkan.
		<i>Collaboration</i> (Kolaborasi atau kerjasama)	4. Instagram memberikan inspirasi mengenai konsep berbusana saudara.
		<i>Connection</i> (Koneksi)	5. Instagram memberikan kemudahan <i>followers</i> dalam mencari model busana yang sedang digemari. 6. Melalui instagram lebih mudah mengetahui produk atau koleksi terbaru Kd.Hijab.
2	Harga Kompetitif (X2) (Kotler dan Amstrong: 2008)	Keterjangkauan harga	7. Harga produk di Kd.Hijab sesuai dengan kemampuan atau daya beli konsumen.

<sup>90</sup>Ibid..., hal. 149.

			8. Kd.Hijab menyediakan pilihan barang dengan berbagai harga.
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	9. Harga produk di Kd.Hijab sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.
		Daya saing harga	10. Harga produk di Kd.Hijab mampu bersaing dengan produk pesaing.
		Kesesuaian harga dengan manfaat produk	11. Harga produk di Kd.Hijab sesuai dengan manfaat produk yang dirasakan.
		Harga mempengaruhi daya beli konsumen	12. Adanya diskon atau potongan harga akan mempengaruhi daya beli.
3	Minat Beli Konsumen (Y) (Augusty Ferdinand: 2014)	Intensitas pencarian informasi	13. Selalu mencari dan melihat-lihat informasi produk sejenis di akun <i>onlineshop</i> lain. 14. Tertarik membeli produk Kd.Hijab karena informasi yang saudara peroleh dari sumber terdekat (teman atau kerabat).
		Keinginan segera membeli	15. Tingkat keinginan membeli lebih tinggi dibandingkan kebutuhan. 16. Membeli produk Kd.Hijab karena adanya kebutuhan.
		Keinginan preferensial	17. Dibandingkan dengan produk sejenis, desain produk Kd.Hijab mempengaruhi minat untuk membeli. 18. Yakin telah mengambil keputusan yang tepat untuk membeli produk di Kd.Hijab

### E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh data dari responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diujikan.<sup>91</sup>

<sup>91</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Alfabeta, 2005), hal. 142.

Setelah data penelitian dari responden terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

- a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.<sup>92</sup> Data dikatakan valid jika pertanyaan pada angket atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket atau kuesioner tersebut. Butir-butir yang ada dalam angket atau kuesioner diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kevalidan setiap item pertanyaan atau pernyataan dalam mengukur variabelnya. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

---

<sup>92</sup>Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hal. 89.

- 2) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Apabila nilai koefisien yang diuji lebih besar dari  $r$  tabel sebesar (0.5) atau taraf signifikan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan rang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

Nugroho mengatakan, “reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's*  $>$  dari 0,60.” Suyuthi mengemukakan, “angket atau kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6.” Jadi

pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.”<sup>93</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Diantara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, sehingga model terbebas dari multikolinieritas.<sup>94</sup>

### b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heterokedastisitas pada pada umumnya sering terjadi pada pada model-model *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan *time series* bebas dari heterokedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola

---

<sup>93</sup>Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 96.

<sup>94</sup>Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, hal. 79.

gambar *scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heterokedastisitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0; serta (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.<sup>95</sup> Pada penelitian ini menggunakan data primer sehingga tidak adanya uji autokorelasi di dalamnya, karena uji autokorelasi digunakan untuk data sekunder yaitu merupakan data *time series* atau rentan waktu.

d. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Dengan pedoman jika nilai Sig. atau signifikansi  $< 0,05$  (kurang dari 0,05) maka dapat dikatakan distribusi data tidak normal apabila nilai Sig. atau signifikansi  $> 0,05$  (kurang dari 0,05), maka distribusi data digunakan dengan pendekatan *kolmogrov-swirnov*.

---

<sup>95</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2011), hal. 110.

e. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen.<sup>96</sup> Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda (*Multiple regression analysis*). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (*Independent*) yaitu: konten *post* instagram (X1), harga kompetitif (X2), terhadap variabel terikat (*Dependent*) minat beli konsumen (Y) melalui akun instagram Kd.Hijab. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Minat beli konsumen

X1 = Konten *post* instagram

X2 = Harga kompetitif

b1, b2= Koefisien regresi

3. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur menggunakan uji t-statistik.

---

<sup>96</sup>Ferdinand Agusty, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 198.

a. Uji-t (parsial)

Untuk mengetahui bagaimanakah kontribusi konten *post* instagram dan harga kompetitif berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab.

- 1) Apabila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya masing-masing variabel konten *post* instagram dan harga kompetitif tidak terdapat kontribusi terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab.
- 2) Apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya masing-masing variabel konten *post* instagram dan harga kompetitif terdapat kontribusi terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab.

b. Uji F (bersama-sama)

Untuk mengetahui kontribusi konten *post* instagram dan harga kompetitif berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab.

- 1) Apabila  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya masing-masing variabel konten *post* instagram dan harga kompetitif tidak terdapat kontribusi terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab.
- 2) Apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya masing-masing variabel konten *post* instagram

dan harga kompetitif terdapat kontribusi terhadap minat beli konsumen menggunakan akun instagram Kd.Hijab.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui Adjusted R Square. Semakin besar angka  $R^2$  maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin kecil berarti semakin lemah model tersebut untuk menjelaskan dari variabel terikatnya.<sup>97</sup>

---

<sup>97</sup>Ghozali, *Aplikasi Analisis Statistik Multivariant dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), hal. 87.