

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian yang menggunakan data numerik untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data ini dikumpulkan melalui berbagai cara, seperti survei, kuesioner, eksperimen, dan observasi terstruktur. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan rancangan yang terstruktur, formal dan spesifik, serta mempunyai rancangan operasional yang detail. Proses yang dilakukan dengan mengacu kepada pokok persoalan yang dibahas dengan menggunakan ukuran-ukuran ataupun indikator-indikator yang diperoleh sebelumnya melalui hasil pengukuran kuantitatif yang telah dikerjakan melalui penggunaan metode-metode kuantitatif yang telah ditentukan. Berdasarkan tingkat keilmiah tempat penelitian, jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian survey yaitu untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisisioner, di kota Bandar Lampung. Untuk mengetahui pengaruh *Online Review* dan *Content Creator* terhadap Keputusan Pembelian Produk *smartphone*.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan atau yang diperoleh dari responden yaitu subscriber channel gadgetin kota Bandar Lampung. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuisisioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria sebagai responden.

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesiner. Kuesioner ialah kumpulan atau daftar pertanyaan yang dapat digunakan untuk mendapatkan data dari objek penelitian secara langsung. (Muchlis et al., 2019) Menggunakan cara mengumpulkan data yang disajikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan kepada responden terkait dengan Pengaruh *online review* dan *content creator* Terhadap keputusan pembelian *Smartphone* sehingga responden dapat memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Teknik untuk membantu dalam menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian maka penelitian ini menggunakan teknik penentu skor. Teknik penentuan skor yang akan menilai jawaban kuesioner responden. Adapun skor yang ditentukan untuk setiap pertanyaan adalah:

**Tabel 3. 1 Skala Likert**

Poin	Keterangan	Kode
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Netral	N
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

**Sumber:** (Efendi et al., n.d.)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

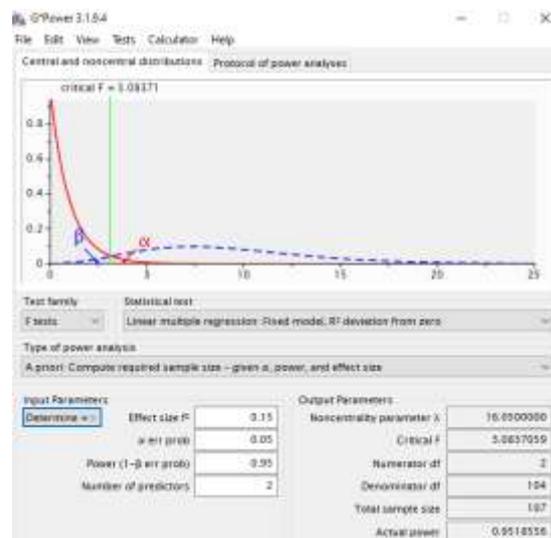
Populasi adalah seluruh kelompok orang (atau lembaga, peristiwa, atau objek studi lainnya) yang ingin digambarkan dan dipahami. (Firmansyah & Dede, 2022) Dalam ilmu pengetahuan, umumnya kajian tentang populasi digunakan sebagai sumber mendapatkan data. Kesimpulannya populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah *subscriber channel* Youtube Gadgetin di kota Bandar Lampung yang menggunakan Youtube sebagai sarana pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk.

### 3.4.2 Sampel

Sampling merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk secara sistematis memilih sebagian kecil (subset) dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya sebagai subjek observasi atau eksperimen sesuai dengan tujuan studi tersebut. (Firmansyah & Dede, 2022) Adapun kriteria dari sampel pada penelitian ini adalah:

1. *Subscriber channel* Gadgetin
2. usia 18 Tahun – Usia 40 Tahun
3. Pengguna Smartphone
4. Berdomisili di Bandar Lampung

Teknik pengambilan sample pada penelitian ini yaitu menggunakan GPower. GPower merupakan sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian. GPower digunakan untuk menentukan jumlah sampel karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui pasti jumlahnya.



**Gambar 3. 1 Penentuan Jumlah Sampel Menggunakan Gpower**

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa penentuan jumlah sampel menggunakan G\*Power dengan memasukkan 2 variabel independent ke predictors, margin of error sebesar 0,05 atau 5% dan power 0,95 sehingga

didapatkan total ukuran sampel minimal pada penelitian ini yaitu berjumlah 107 sampel.

### 3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional

#### 3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah Online Review (X1) dan Content Creator (X2).

#### 3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah Keputusan Pembelian (Y).

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Online Review	Online Review adalah evaluasi produk yang dibuat dalam bentuk video berdasarkan pengalaman pengguna.(Rahman, 2021)	Online review adalah evaluasi, ulasan, atau komentar yang diberikan oleh individu atau konsumen mengenai suatu	1.kesadaran 2. frekuensi 3.perbandingan 4. Efek	Likert

		produk, layanan, atau pengalaman melalui platform online		
Content Creator	Content creator merupakan kegiatan yang mencakup penyebaran informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video, atau tulisan yang disebut sebagai konten, yang lalu di sebarakan melalui platform.(Fadhilah & Kusuma, n.d.)	Content creator adalah individu atau entitas yang menciptakan, menghasilkan, dan mempublikasikan berbagai jenis konten, termasuk teks, gambar, video, atau audio, yang ditujukan untuk konsumsi oleh khalayak luas melalui platform online	1. kredibilitas content creator 2. daya tarik creator 3.kekuasaan seorang creator	Likert
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan	Keputusan pembelian adalah tindakan atau proses di mana konsumen memilih untuk membeli suatu produk atau layanan sebagai respons terhadap	1.sesuai kebutuhan 2.mempunyai manfaat 3.ketepatan membeli produk 4.pembelian berulang	Likert

	keinginan. (Winasis et al., 2022)	kebutuhan atau keinginan mereka.		
--	-----------------------------------	----------------------------------	--	--

### 3.7. Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan apakah suatu alat ukur valid (sahih) atau tidak. (Janna & Herianto, 2021) Uji ini menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor total untuk menilai tingkat hubungan antara keduanya. Uji validitas umumnya dilakukan dengan tingkat signifikansi 95% (atau  $\alpha = 0,05$ ). Alat ukur dikatakan valid jika nilai signifikansi korelasi lebih kecil dari 0,05.

Kriteria penentuan keputusan:

1. Jika  $\text{sig} < \alpha$  (0,05), maka kuesioner dinyatakan Tidak Valid
2. Jika  $\text{sig} > \alpha$  (0,05), maka kuesioner dinyatakan Valid.

#### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. (Janna & Herianto, 2021) Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode koefisien reliabilitas yang paling umum. Sebuah variabel dianggap memiliki reliabilitas apabila hasil pengujian menunjukkan nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), sehingga menandakan bahwa kuesioner yang digunakan telah dianggap reliabel.

**Tabel 3. 3 Interpretasi Nilai r**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sednang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Remdah

### 3.8. Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan prosedur untuk menentukan apakah distribusi suatu variabel mengikuti distribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa data memiliki distribusi yang simetris. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov yang bertujuan untuk menilai representativitas jumlah sampel yang diambil. Dalam penelitian ini, analisis normalitas didukung oleh perangkat lunak SPSS 26.

Kriteria Penentuan Keputusan:

1. Jika nilai Sig < 0.05, maka Ho ditolak, menunjukkan bahwa distribusi sampel tidak normal.
2. Jika nilai Sig > 0.05, maka Ho diterima, menunjukkan bahwa distribusi sampel adalah normal.

#### 3.8.2 Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linear antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. (Usmadi, 2020) Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat untuk analisis korelasi atau regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS dengan memeriksa tabel Anova.

Terdapat cara pengambilan keputusan dalam uji linearitas berupa:

1. Dua variabel tersebut dikatakan linear apabila signifikansi (linearity) < 0,05 sehingga pengambilan keputusan berupa terdapat hubungan yang linear.

2. Jika signifikan  $> 0,05$  maka pengambilan keputusan berupa tidak terdapat hubungan yang linear dari kedua variable tersebut.

### 3.8.3. Uji Multikoloniearitas

Multikoloniearitas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. (Mardiatmoko, 2020) Dalam analisis regresi berganda, terdapat dua atau lebih variabel bebas yang diduga mempengaruhi variabel terikat. Asumsi ini mungkin dibenarkan jika tidak ada hubungan linier antar variabel independen. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikoloniearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF  $< 10$  atau nilai Tolerance  $> 0,10$  maka dinyatakan tidak terjadi multikoloniearitas.
2. Jika nilai VIF  $> 10$  atau nilai Tolerance  $< 0,10$  maka dinyatakan terjadi multikoloniearitas. Prosedur pengujian:

## 3.9 Metode Analisis Data

### 3.9.1 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. (Rinaldi & Prayudyanto, 2021) Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel yang mempengaruhi yaitu variabel Online Review dan Content Creator yang memengaruhi Keputusan Pembelian maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 26. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepercayaan

- a = Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, = Koefisien regresi parsial
- X<sub>1</sub> = Variabel Online Review
- X<sub>2</sub> = Variabel Content Creator
- e = Error Term

### **3.10 Pengujian Hipotesis**

#### **3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)**

Uji t digunakan untuk mengevaluasi pengaruh individu dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya.

**Pengaruh Online Review (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone (Y)**

**H<sub>0</sub>. Online Review tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone**

**H<sub>a</sub>. Online Review berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone**

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai  $\alpha(0,05)$  dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

**Pengaruh Content Creator (X<sub>2</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone (Y)**

**H<sub>0</sub>. Content Creator tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone**

### **Ha. Content Creator berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone**

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

#### **3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)**

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

### **Pengaruh Online Review (X1) dan Content Creator (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone (Y)**

**Ho. Online Review dan Content Creator tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone**

**Ha. Online Review dan Content Creator berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone**

Kriteria pengujian :

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis