

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Explanatory Research*. Menurut Sugiyono (2017), Penelitian dengan pendekatan *explanatory research* bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang posisi relatif masing-masing variabel dan hubungannya satu sama lain. Penelitian ini akan melakukan penelitian kuantitatif dengan menggunakan survei, yang diwakili dengan satuan angka dan kemudian dianalisis menggunakan statistik.

Tujuan metodologi penelitian kuantitatif yaitu mengembangkan serta menerapkan model matematis, teori, dan hipotesis yang relevan dengan fenomena yang dipelajari. Pendekatan ini memungkinkan penelitian terhadap populasi dan sampel untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pendekatan dalam penelitian dengan tujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara variabel-variabel independen dan variabel dependen yang diteliti dalam konteks angka dan statistik.

Pendekatan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh yang dimiliki variabel-variabel independen yaitu *Digital Marketing* dan *E-WOM* terhadap variabel dependen yaitu Minat Memilih.

3.2 Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Menurut Ruslan (2013) dalam (Anggraeni, 2021), Data yang dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian, seperti individu, kelompok, atau organisasi, disebut data primer. Pengumpulan data ini biasanya dilakukan melalui serangkaian pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab atau diisi.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber sebelumnya atau dari sumber lain. Data sekunder dalam penelitian ini mencakup temuan penelitian dari perpustakaan, seperti jurnal dan sumber internet yang terkait dengan subjek penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Subandi, Anubhakti, & Vallendito (2017) dalam (Pranatawijaya et al., 2019), mengumpulkan data dengan tepat merupakan hal yang krusial untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam studi ini adalah melalui penggunaan kuesioner yang mencakup skala pengukuran, di mana pendekatan *field research* akan digunakan dengan menggunakan skala *Likert* pada kuesioner tersebut.

Menurut Bahrun, Alifah, & Mulyono, (2018); Saputra & Nugroho, (2017) dalam Pranatawijaya et al. (2019), Metode pengukuran yang dikenal sebagai skala *Likert* digunakan untuk menilai persepsi, sikap, atau persepsi seseorang atau kelompok tentang peristiwa atau fenomena sosial. Dalam penelitian ini, kuesioner yang dirancang secara sistematis digunakan untuk mengumpulkan data. Di mana dalam kuesioner tersebut akan ada pertanyaan-pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban menggunakan skala ukur *likert*. Berikut skala pengukuran *likert* dalam penelitian ini.

Tabel 3. 1 Skala Ukur Penelitian

	Skala Interval				
Kode	STS	TS	CS	S	SS
Score	1	2	3	4	5

Sumber : Data diolah, 2024

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

CS = Cukup Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015) dalam Anggraeni (2021), populasi ialah sekelompok benda atau individu yang mempunyai ciri-ciri tertentu, beserta jumlah yang ditetapkan oleh peneliti untuk diselidiki, dan menghasilkan kesimpulan. Dalam penelitian, "populasi" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan wilayah cakupan yang terdiri dari subjek atau objek dengan karakteristik tertentu yang menjadi subjek penelitian dan dari mana kesimpulan dapat diambil. Seluruh siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung termasuk dalam populasi penelitian ini.

3.4.2 Sampel

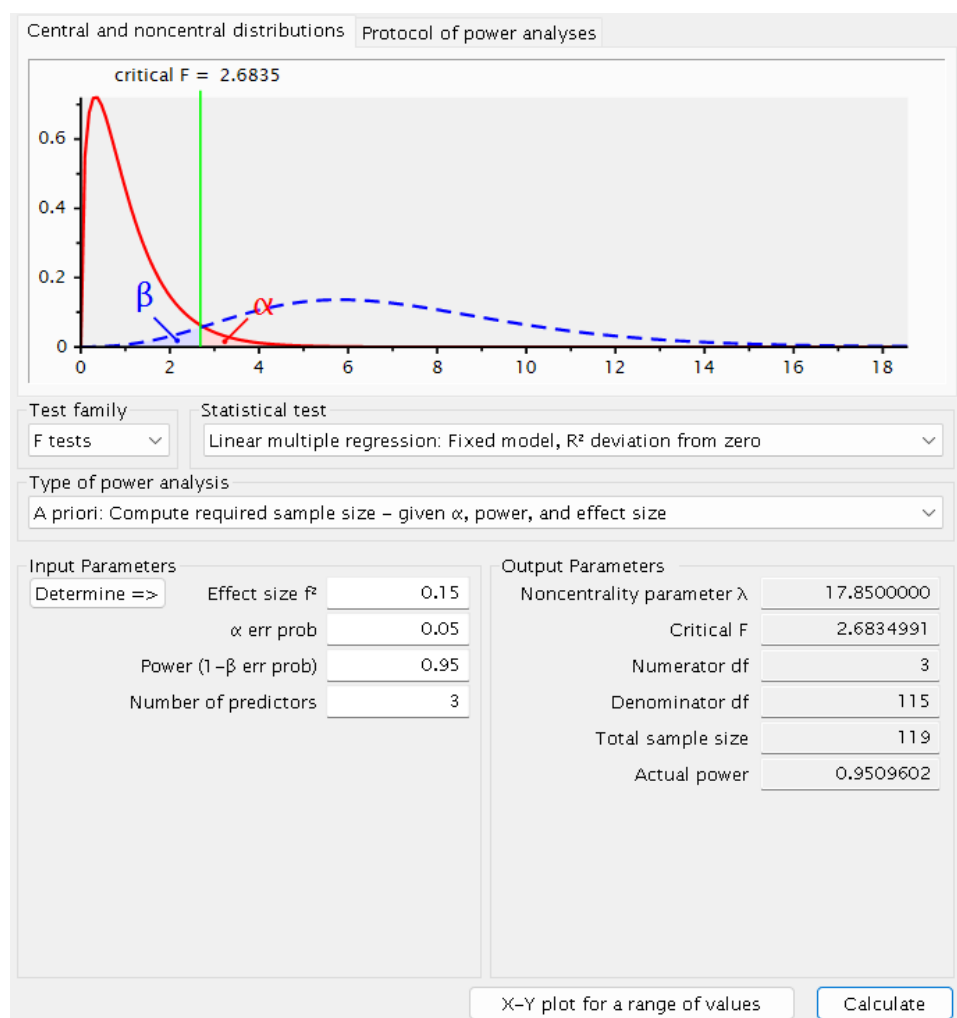
Sebagian dari anggota populasi yang menjadi fokus penelitian dianggap mencerminkan kondisi atau ciri-ciri populasi secara umum. Studi ini memilih sampel dari populasi khusus, yakni sejumlah siswa dari SMA Negeri 15 Bandar Lampung. Metode dalam penelitian ini yaitu *sampling non probability* dengan teknik *purposive*. Menurut Sugiyono (2015) dalam Anggraeni (2021) Sampel adalah sebagian dari total dan karakteristik suatu populasi. Populasi yang besar sering kali tidak memungkinkan penelitian untuk mempelajari semua anggota populasi secara keseluruhan.

Kriteria yang telah ditetapkan peneliti untuk pengambilan sampel. Yaitu sebagai berikut :

- 1) Siswa SMA Negeri 15 Bandar Lampung
- 2) Siswa kelas XII

Menurut Mega (2021), *software* GPower adalah alat bantu untuk menentukan minimal ukuran sampel pada skala data metrik yang

diperlukan untuk penelitian. *Software* ini mudah digunakan, sehingga mudah digunakan. Untuk menggunakan program *gpower*, tiga parameter harus dipahami. Mereka mencakup tingkat signifikansi sebesar 0,05, kekuatan statistik sebesar 0,80 atau setara dengan 80%, dan ukuran efek yang diperhitungkan berdasarkan rata-rata dan standar deviasi. Berdasarkan hal tersebut, maka perhitungan penentuan jumlah sampel menggunakan *software* GPower yaitu sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Hasil Perhitungan Sampel dengan GPower

Gambar 3.1, peneliti memasukkan dua variabel independen ke *predictors*, *margin of error* 0,05 atau 5%, dan *power* 0,95. Dapat diketahui bahwa

jumlah minimal untuk populasi penelitian ini adalah 119 sampel dari siswa SMAN 15 Bandar Lampung.

3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) dalam (Anggraeni, 2021) variabel penelitian yaitu sifat, karakteristik, atau nilai yang dimiliki orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti yang selanjutnya dianalisis untuk mencapai kesimpulan.

3.5.1 Variabel Dependen dan Independen

Variabel dependen adalah variabel yang akan berubah jika variabel independen berubah. Variabel independen ini tidak akan ada tanpa variabel dependen. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Minat Memilih Program Studi Bisnis Digital.

Variabel independen memiliki potensi untuk memengaruhi perubahan dalam variabel dependen. Ketika variabel independen mengalami perubahan, variabel dependen juga mengalami perubahan. Terdapat dua variabel independen pada penelitian ini yaitu *Digital Marketing*, *E-WOM*, dan *Brand Image*.

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Digital Marketing</i> (X ₁)	<i>Digital Marketing</i> adalah suatu kegiatan pemasaran dengan menggunakan	1) <i>Accessibility</i> 2) <i>Interactivity</i> 3) <i>Entertainment</i> 4) <i>Credibility</i> 5) <i>Irritation</i> 6) <i>Informativeness</i>	Skala Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
	teknologi digital. (Iqbal, 2021)	Yazer Nasdini (2021)	
<i>E-WOM (X₂)</i>	<i>E-WOM</i> adalah tingkat persepsi seseorang tentang kualitas suatu produk atau jasa, yang berkontribusi pada proses pengambilan keputusan konsumen di masa depan Menurut Ismagilova et al. (2020) dalam Dewi dan Sulistyani (2021),	1) <i>Intensity</i> 2) <i>Valence of Opinion</i> 3) <i>Content</i> Goentt et al. (2010) dalam Kurniati, t.t., (2023)	Skala Likert
<i>Brand Image (X₃)</i>	<i>Brand image</i> adalah persepsi yang bertahan lama, dibentuk oleh pengalaman, dan relatif konsisten.	Menurut Indikator <i>brand image</i> yaitu sebagai berikut : 1. Kesan Profesional 2. Kesan Modern 3. Produk atau jasa 4. Melayani Semua	Skala Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
	Menurut Schiffan dan Kanuk (2014),	Segmen 5. Perhatian pada Konsumen Hoeffler dan Keller dalam Febriani (2019)	
Minat Memilih (Y)	Minat berarti kehendak, keinginan, atau kesukaan. Dengan demikian, minat tidak hanya berarti keinginan; itu juga berarti kehendak dan kesukaan. Menurut Kamisa dalam (Ndruru et al., 2023)	1) Kesukaan 2) Ketertarikan 3) Perhatian 4) Keterlibatan Irma Nurlaeli (2014) dalam Dermawati (2022)	Likert

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, model pengukuran (*Outer Model*) dan model struktural (*Inner Model*) dengan tujuan menguji validitas dan reliabilitas instrumen. Model struktural terdiri dari :

3.6.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

1. Uji Validitas

Validitas adalah alat yang menunjukkan tingkat keakuratan data antara kejadian nyata objek dan data yang dikumpulkan peneliti (Sugiyono, 2017). Perbandingan skor masing-masing item dengan skor total item untuk memastikan bahwa item tersebut valid. Setiap item pertanyaan yang berkaitan dengan setiap variabel menjalani pemeriksaan validitas. Studi ini akan menguji validitas konvergen dan diskriminatif.

1) *Convergent Validity*

Convergent Validity adalah ukuran tingkat keterkaitan antara konstruk dan variabel laten. Faktor pengisian standar menunjukkan seberapa besar korelasi antara setiap item (indikator) dengan konstraknya. Ini digunakan untuk mengevaluasi *convergent validity* dari pemeriksaan realibility individual item. Hubungan antara nilai dari indikator yang mencerminkan variabel dan variabel laten. Untuk hal ini, load 0,5–0,6 dianggap cukup, dengan jumlah indikator per konstruk tidak terlalu besar, sekitar 3–7 indikator. (Maulidya, 2020)

2) *Discriminant Validity*

Nilai *cross-loading* dengan variabel laten yang terkait digunakan untuk mengukur indikator reflektif. Indikator dianggap valid jika nilai *cross-loading* pada variabel laten tersebut lebih besar daripada nilai *cross-loading* pada variabel laten lainnya.. (Maulidya, 2020)

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, setiap item dengan nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6, menunjukkan bahwa instrumen penelitian, yaitu kuesioner, dapat dianggap reliabel. Hal ini menegaskan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur

pengaruh *Digital Marketing*, *E-WOM*, dan *Brand Image* terhadap keinginan untuk memilih program studi bisnis digital memiliki tingkat keandalan yang memadai. adalah handal, konsisten, dan reliabel. Dalam penelitian ini, pengolahan data menggunakan Smart PLS digunakan untuk melakukan uji reliabilitas. Kriteria uji dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel yang diuji.

3.6.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Untuk menilai kekuatan prediksi model struktural PLS, dapat menggunakan nilai R-Square setiap variabel laten endogen. Perubahan nilai R-Square menunjukkan pengaruh variabel laten endogen, termasuk pengaruh substantif, terhadap variabel laten eksogen. Dalam model struktural, R-Square Dianggap baik pada data primer jika nilai beban luar lebih dari 0,06. Inner model juga menggunakan R-Square dengan fungsi untuk menunjukkan seberapa besar nilai Y pada variabel, dan F-Square untuk menentukan apakah ada hubungan yang signifikan antar variabel.

3.7 Teknik dan Alat Analisis Data

Penelitian ini memanfaatkan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) untuk menganalisis data multivariat. Pendekatan ini memungkinkan analisis simultan dari beberapa variabel laten, yang meningkatkan efisiensi statistik. PLS adalah metode analisis yang fleksibel karena dapat digunakan dengan berbagai jenis data, tidak bergantung pada asumsi yang kompleks, dan dapat digunakan dengan sampel yang relatif kecil. Selain digunakan untuk menguji teori yang ada, PLS juga dapat digunakan untuk menguji hipotesis atau membangun model hubungan antarvariabel. Ghazali dalam (Maulidya, 2020).

3.8 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan memeriksa nilai probabilitas dan nilai t-statistik. Dalam pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik, nilai t-statistik sebesar 1,96 untuk alpha 5%. Oleh karena itu, kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak ketika nilai t-statistik $> 1,96$. Sedangkan dalam pengujian hipotesis dengan nilai probabilitas, H_a diterima ketika nilai $p < 0,05$.