

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif penelitian asosiatif kausalitas yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar dua variabel atau lebih (Goca et al., 2024). dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian menurut tingkat penjelasan adalah metode yang bertujuan untuk menggambarkan posisi variabel-variabel yang diteliti dan menjelaskan hubungan serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan adanya pengaruh dari setiap variabel. Penting untuk memahami cara menyesuaikan variabel Sosial Media Marketing (X1), Citra Kampus (X2), Lokasi (X3), E-WOM (X4), dan Keputusan Mendaftar (Y)

3.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yaitu data yang didapatkan langsung dari sumber aslinya (Alfiah et al., 2023). Data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode dalam pengumpulan data yaitu: angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden (Haribowo et al., 2022). Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini menggunakan skala interval. Berikut tabel skala dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Instrumen Skala Interval

Penilaian	Skor	Skala
Sangat Setuju (SS)	5	Interval
Setuju (S)	4	
Netral (N)	3	
Tidak Setuju (TS)	2	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	

3.4 Populasi Dan Sampel

3.41 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Dewi et al., 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa RPL IIB Darmajaya Bandar Lampung yang berjumlah 389 mahasiswa.

3.42

3.43 Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Andrianata et al., 2022). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling yang disebut *purposive judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan cara memilih sampel dengan kriteria tertentu (Sudarmawan & Sofiani, 2023). Memutuskan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *slovin*, dengan batasan kesalahan 10%. Berikut rumus *slovin* dalam penelitian ini :

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

Keterangan :

N : jumlah populasi

n : jumlah sampel

e : batas toleransi kesalahan (error tolerance)

berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus slovin :

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

$$n = \frac{389}{(1+389(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{389}{(1+389(0,01))}$$

$$n = \frac{389}{489}$$

$$n = 79,5 \text{ (dibulatkan menjadi 80)}$$

Dari perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini didapatkan jumlah responden sebanyak 79,5 demi memudahkan pengambilan sampel maka peneliti membulatkan menjadi 80 responden. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa RPL IIB Darmajaya Bandar Lampung

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Dilasari & Yosita, 2022). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu: (1) Variabel bebas (Independen) yang terdiri dari social media marketing, citra kampus, lokasi, E-WOM., (2) Variabel Terikat (Dependen), yaitu Keputusan pembelian.

3.5.1 Variabel Bebas (Independen)

Mengutarakan bahwa keputusan pembelian yaitu: Prioritas pembelian pada produk tertentu, Mencari informasi, mengevaluasi produk, dan merekomendasikan kepada orang lain setelah melakukan pembelian (Azahari & Hakim, 2021).

3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Permatasari & Yulianto, 2024).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan mendaftar.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merujuk pada penjelasan tentang variabel yang diteliti serta skala pengukurannya, juga berfungsi untuk memberikan batasan pada variabel tersebut (Misbahuddin, 2021)

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala Ukur
Social Media Marketing (X1)		Definisi Operasional Social Media Marketing dalam Konteks Program Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) IIB Darmajaya Social media marketing dalam konteks Program RPL IIB Darmajaya didefinisikan sebagai rangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan	1. Konteks (<i>Context</i>) 2. Komunikasi (<i>Communication</i>) 3. Kolaborasi (<i>Collaboration</i>) 4. Koneksi (<i>Connection</i>) (Giovani & Purwanto, 2022)	Likert

		melalui platform media sosial (seperti Facebook, Instagram, LinkedIn, dan website resmi IIB Darmajaya) untuk menginformasikan, menarik minat, dan memfasilitasi calon peserta Program RPL.		
Citra Kampus (X2)		Definisi Operasional Citra Kampus dalam Konteks Program Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) IIB Darmajaya citra kampus dalam konteks Program RPL IIB Darmajaya didefinisikan sebagai persepsi atau gambaran yang terbentuk di benak masyarakat, khususnya calon peserta Program RPL, mengenai kualitas, relevansi, dan kredibilitas IIB Darmajaya dalam	1. Kekuatan Asosiasi Merek 2. Keunggulan Asosiasi Merek 3. Keunikan Asosiasi Merek (Ajaharah et al., 2023)	Likert

		menyelenggarakan program tersebut.		
Lokasi (X3)		Definisi Operasional Variabel Lokasi dslm konteks Program RPL IIB Darmajaya didefinisikan sebagai tempat atau wilayah geografis di mana kegiatan-kegiatan terkait Program RPL IIB Darmajaya berlangsung	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas 4. Fasilitas Parkir 5. Ekspansi (Kurniawan & Soliha, 2022)	Likert
E-WOM (X4)		definisi operasional variabel E-WOM dalam konteks Program Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL) IIB Darmajaya. definisi Operasional E-WOM E-WOM (Electronic Word of Mouth) dalam konteks Program RPL IIB Darmajaya didefinisikan sebagai semua bentuk komunikasi verbal yang	1. Intensitas 2. Valensi Pendapat 3. Isi (Muhiban & Putri, 2022)	Likert

		terjadi secara online mengenai Program RPL IIB Darmajaya, baik itu berupa ulasan, rekomendasi, komentar, atau diskusi yang dilakukan oleh peserta, alumni, atau pihak terkait lainnya melalui berbagai platform media sosial, forum online, atau situs web.		
Keputusan Mendaftar (Y)		Definisi Operasional Variabel Keputusan Mendaftar dalam Konteks Program RPL IIB Darmajaya Keputusan mendaftar dalam konteks Program RPL IIB Darmajaya didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh individu untuk secara resmi menyatakan keinginannya untuk mengikuti program tersebut.	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Prilaku Sesudah Membeli (Luh Kadek Budi Martini et al., 2022)	Likert

		Keputusan ini merupakan hasil dari proses evaluasi terhadap berbagai faktor, baik internal (faktor pribadi) maupun eksternal (faktor lingkungan).		
--	--	---	--	--

3.7 Metode Analisis Data

Karakteristik responden yang akan dianalisis secara kuantitatif meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Setelah data penelitian dari kuesioner diisi oleh responden, maka akan dihitung jumlah frekuensi dan nilai persentasenya. Data yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel bersumber dari data primer berupa hasil dari penyebaran kuesioner. Variabel yang akan dideskripsikan meliputi variabel social media marketing, citra kampus, lokasi, dan *E-WOM*. Dalam penelitian ini Jenis data menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). PLS-SEM ialah metode analisis yang powerful karena dapat digunakan pada semua skala data, tidak memerlukan banyak perkiraan, dan ukuran sampel tidak perlu besar (Rahmawati et al., 2023). Partial least square (PLS) merupakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian dengan 2 tahapan analisis data (Saputra, Fadila, et al., 2023a).

3.5.3 Model Pengukuran atau Outer Model

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Smart PLS, di mana pengujian model pengukuran (outer model) dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel laten dan variabel manifes (Saputra et al., 2024). Pengujian ini mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas. Validitas konvergen model

pengukuran dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dan skor konstruk. Sebuah indikator dianggap reliabel jika korelasinya lebih besar dari 0,70. Namun, pada tahap pengembangan skala dalam penelitian, nilai loading antara 0,50 hingga 0,60 masih dianggap dapat diterima. Berdasarkan hasil outer loading, beberapa indikator menunjukkan nilai loading yang lebih rendah dari 0,60 dan tidak signifikan (Saputra et al., 2024).

3.5.4 Model Struktural (Inner Model)

Dalam pengukuran struktural model menggunakan 2 tahapan diantaranya adalah coefficient of determination menggunakan nilai R^2 dan structural model path coefficients menggunakan uji t dengan kriteria jika nilai $p\text{-value} < \alpha$ (0.05) menunjukkan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai $p\text{-value} > \alpha$ (0.05) menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Saputra, Fadila, et al., 2023). Uji Signifikansi (Bootsrapping) yaitu untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t - statistik dan p -values (Anggraeni 2020).

3.5.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini guna penguji pengaruh pengaruh secara parsial antar variabel yang diujikan menggunakan kriteria sebagai berikut :

Jika $P\text{-Value} < \alpha$ (0,05) maka H_0 di Tolak Jika $P\text{-Value} > \alpha$ (0,05) maka H_0 di Terima Nilai koefisien jalur $P\text{-Value} 0.003 < \alpha$ (0,05) (Saputra, Fadila, et al., 2023)