

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan metode asosiatif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivistic (data konkrit), digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan kuantitatif dipakai untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistic, untuk menunjukkan hubungan antar variabel, dan adapula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman, atau mendeskripsikan banyak hal (Subana dan Sudrajat, 2015).

3.1.2 Jenis Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Penjelasan mengenai data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya serta memerlukan pengolahan data lebih lanjut terhadap data tersebut. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari pernyataan responden dalam pengisian kuesioner dan wawancara yang dilakukan peneliti.
2. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh tidak berhubungan langsung dan memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Sumber data yang dimaksud bisa berupa informasi yang diperoleh dari buku, jurnal penelitian sebelumnya, berita aktual dari internet dan lain-lain.

3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi pada lingkungan kampus Universitas Potensi Utama Medan yang beralamatkan Jl. K.L. Yos Sudarso Km 6,5 No. 3A Tanjung Mulia-Medan. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan April tahun 2023 hingga selesai.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian																											
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				Septembe r				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Riset																												
2	Pengajuan Judul																												
3	Penulisan Proposal																												
4	Bimbingan proposal																												
5	Seminar Proposal																												
6	Pengumpul an Data																												
7	Pengolahan data dan analisis																												
8	Bimbingan Skripsi																												
9	Siding meja hijau																												

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif jurusan Manajemen Universitas Potensi Utama Medan yang berjumlah sebanyak 611 mahasiswa. Berikut tabel jumlah mahasiswa aktif jurusan Manajemen tahun ajaran 2019 – 2023.

Tabel 3.2
Jumlah Mahasiswa Aktif Jurusan Manajemen
Universitas Potensi Utama

No	Tahun	Jumlah Mahasiswa
1	2019 – 2020	128
2	2020 – 2021	105
3	2021 – 2022	143
4	2022 – 2023	235
Total		611 Mahasiswa

Sumber: data diolah, 2023

3.3.2 Sampel

Menurut sugiono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, sementara peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, sehingga populasi yang diambil sudah bisa mewakili. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik sampel probabilitas (*probability*) merupakan teknik yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dilakukan teknik probabilitas ini untuk mendapatkan data seakurat mungkin agar diketahui jarak pasti dari kondisi ideal. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan presentase kelonggaran sebesar 10% atau 0,1 dengan rumus :

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

Keterangan

n= Ukuran Sampel

N= Populasi

e= Kelonggaran

$$n = \frac{611}{1 + 611(0,1)^2} = 86$$

Peneliti membulatkan sampel menjadi 100 responden.

1.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi oprasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau mempesifikasikan kegiatan atau memberikan suatu oprasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2019). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Minat Beli (Y)	Menurut Kotler dan Keller dalam (Valentine Sitorus & Maolana Hidayat, 2019), Minat beli adalah perilaku yang	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial	Likert

		muncul dari konsumen sebagai respon terhadap suatu objek dengan menunjukkan adanya keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang diiklankan.	4. Minat Ekspolatif Ferdinand dalam (Algiffary et al., 2020)	
2	Konten Marketing (X ₁)	Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan dalam (Fahimah & Ningsih, 2022), Konten marketing adalah pendekatan pemasaran yang melibatkan pembuatan, menampilkan, dan menetapkan konten yang disukai, menarik serta relevan untuk audiens.	1. Relevansi 2. Akurasi 3. Bernilai 4. Mudah Dipahami 5. Mudah Ditemukan 6. Konsisten Milhinhos dalam (Chairina et al., 2020)	Likert
3	Desain Produk (X ₂)	Menurut Kotler dan keller (2017:396), Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi produk yang dapat dilihat, dirasakan, dan berfungsi bagi pelanggan.	1. Variasi Desain 2. Model Terbaru 3. Desain Mengikuti <i>Trend</i> Azany dalam (Brama, 2021)	Likert
4	<i>Brand Ambassador</i> (X ₃)	Menurut Ayu (2022), <i>Brand ambassador</i> merupakan seseorang yang terkenal yang dipilih dan	1. <i>Visibility</i> (Kepopuleran)	Likert

		dipergunakan oleh perusahaan untuk memberikan pengaruh kepada konsumen agar menggunakan dan mengkonsumsi produk dari perusahaan tersebut.	2. Credibility (Kredibilitas) 3. <i>Attraction</i> (Daya Tarik) 4. <i>Power</i> Respati dalam (Arum et al., 2022)	
--	--	---	--	--

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab oleh responden. Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket langsung yang tertutup berbentuk pilihan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan responden dengan memberikan tanda pada salah satu pilihan jawaban yang dianggap sesuai berdasarkan pengetahuan dari responden. Isi dari kuisisioner ini merupakan beberapa daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis mengenai permasalahan penelitian ini yang meliputi variabel Konten Marketing, Desain Produk, *Brand Ambassador* dan Minat Beli. Kuesioner ini akan diisi dan diberikan kepada mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama Medan yang menjadi sampel penelitian untuk menjawab keseluruhan pernyataan yang dibuat oleh peneliti. Dari setiap jawaban akan diberi skor. Untuk variabel Konten marketing, variabel Desain produk, variabel *Brand ambassador* dan variabel Minat beli. Untuk lebih jelasnya, berikut ini kriteria

bobot penilaian dari setiap pernyataan dalam kuesioner yang dijawab responden, dapat dilihat pada table 3.4 berikut :

Tabel 3.4
Skor dan Opsi Pertanyaan

No	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sugiyono, 2017

3.6 Uji Validitas dan Uji Realibilitas Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah penyebaran kuesioner yang dilakukan menghasilkan valid atau tidak. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument (Sugiyono. 2016). Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur sesuatu yang terukur. Alat ukur yang kurang valid menunjukkan bahwa tingkat validitasnya rendah. Untuk itu diperlukan alat ukur yang digunakan dengan baik sehingga menghasilkan instrument menjadi valid. Uji Validitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS.

Dalam melakukan uji validitas, setiap item diuji korelasinya dengan skor total variabel. Kriteria yang digunakan dalam melakukan uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel

1. Apabila nilai dari r hitung $>$ r tabel maka item variabel disimpulkan valid
2. Apabila r hitung $<$ r tabel maka item variabel disimpulkan tidak valid.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Konten Marketing (X1)

No Pernyataan	r tabel	r hitung	Kesimpulan
1	0,361	0,653	Valid
2	0,361	0,403	Valid
3	0,361	0,727	Valid
4	0,361	0,843	Valid
5	0,361	0,839	Valid
6	0,361	0,884	Valid
7	0,361	0,573	Valid
8	0,361	0,837	Valid
9	0,361	0,743	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 26

Berdasarkan hasil tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ melalui $df = (N-2)$ yaitu $30-2 = 28$ yaitu 0,361. Hal ini berarti keseluruhan item pertanyaan dalam kuesioner variabel Konten Marketing dinyatakan valid.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Desain Produk (X2)

No Pernyataan	r tabel	r hitung	Kesimpulan
---------------	-----------	------------	------------

1	0,361	0,795	Valid
2	0,361	0,860	Valid
3	0,361	0,825	Valid
4	0,361	0,846	Valid
5	0,361	0,839	Valid
6	0,361	0,904	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 26

Berdasarkan hasil tabel 3.6 maka dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ melalui $df = (N-2)$ berarti $30-2= 28$ yaitu 0,361. Hal ini berarti keseluruhan item pertanyaan dalam kuesioner variabel Konten Marketing dinyatakan valid.

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas *Brand Ambassador* (X3)

No Pernyataan	r tabel	r hitung	Kesimpulan
1	0,361	0,804	Valid
2	0,361	0,929	Valid
3	0,361	0,804	Valid
4	0,361	0,694	Valid
5	0,361	0,799	Valid
6	0,361	0,891	Valid
7	0,361	0,574	Valid
8	0,361	0,802	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 3.7 maka dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ melalui $df = (N-2)$ berarti $30-2= 28$ yaitu 0,361. Hal ini berarti keseluruhan item pertanyaan dalam kuesioner variabel Konten Marketing dinyatakan valid.

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)

No Pernyataan	r tabel	r hitung	Kesimpulan
1	0,361	0,484	Valid
2	0,361	0,699	Valid
3	0,361	0,697	Valid
4	0,361	0,700	Valid
5	0,361	0,744	Valid
6	0,361	0,611	Valid
7	0,361	0,899	Valid
8	0,361	0,630	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 3.8 maka dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ melalui $df = (N-2)$ berarti $30-2= 28$ yaitu 0,361. Hal ini berarti keseluruhan item pertanyaan dalam kuesioner variabel Konten Marketing dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk melakukan suatu pengukuran kuisioner berdasarkan indikator dari variabel yang dipergunakan dalam penelitian kuantitatif. Pengujian reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan menggunakan bantuan software SPSS. Suatu konstrukstur atau variabel dikatakan reliabel yaitu:

1. jika nilai cronbach alpha $\geq 0,6$ atau lebih besar dari 0,06 maka dinyatakan reliable
2. jika nilai cronbach alpha $\leq 0,6$ atau lebih kecil dari 0,06 maka dinyatakan tidak reliable

Berikut ini adalah hasil reliabilitas dari pernyataan dalam kuesioner dan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.9
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Konten Marketing	0,889	Reliabel
Desain Produk	0,919	Reliabel
<i>Brand Ambassador</i>	0,914	Reliabel
Minat Beli	0,837	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 3.9 diatas dapat dilihat bahwa pengujian reliabilitas pada instrumen variabel penelitian menunjukkan bahwa semua nilai Cronbach's Alpha pada tiap-tiap variabel lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel.

1.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk mudah dibaca dan diinterpretasikan. Pengumpulan data adalah hal-hal yang diperoleh dari peristiwa-peristiwa atau sumber-sumber tertentu sebagai unsur untuk mendukung suatu penelitian. Data yang akan dianalisis adalah data hasil pendekatan survey penelitian dari peneliti lapangan dan penelitian kepustakaan kemudian dilakukan analisa untuk menarik suatu kesimpulan agar lebih mudah untuk memahami.

1.7.1 Statistik Deskriptif

Sugiyono (2017) mendefinisikan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Hal ini berarti data harus dibuat apa adanya dengan tidak membuat kesimpulan yang bersifat umum. Data ini digunakan untuk mendapatkan data dengan mandala sehingga mempengaruhi substansi penelitian.

1.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan pada penelitian ini guna untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan beberapa uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1.7.2.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2017), uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Hal itu penting karena bila data setiap

variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametrik. Teknik yang digunakan yaitu dengan analisis *kolmogorov-smirnov*. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah:

- a) Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hal ini berarti data tersebut berdistribusi secara normal.
- b) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka hal ini berarti data tersebut berdistribusi secara tidak normal.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan menguji suatu model apakah dalam model sebuah regresi ditemukan suatu korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF (*variance inflation*) masing-masing variabel independen, ketentuan dari VIF adalah sebagai berikut:

- 1. Jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.
- 2. Jika nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan terjadi multikolinieritas

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Salah satu cara yang dilakukan untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji *Glejser*. Uji *Glejser* adalah uji hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregres absolut residual. Dasar analisis pengambilan keputusan uji *glejser* yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas

3.7.3 Analisis Regresi Linear

Menurut Sugiyono (2017), regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X1 = Konten Marketing

X2 = Desain Produk

X3 = *Brand Ambassador*

e = Error

3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa besar persentase yang dapat dijelaskan variabel X_1, X_2, X_3 terhadap variabel y secara terikat. Apabila Nilai koefisien mendekati satu, maka dikatakan variabel independen berpengaruh sangat kuat terhadap variabel dependen yang ada didalam penelitian. Sedangkan, jika R^2 kecil maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat rendah (Ghozali, 2018). Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

3.8 Pengujian Hipotesis Penelitian

3.8.1 Uji Signifikan Individual (Uji-t)

Uji statistik t adalah uji yang dilakukan dengan melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Bila nilai signifikan $t < 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b) Bila nilai signifikan $t > 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.8.2 Uji statistik F (uji simultan)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang diteliti dalam model mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama digunakan terhadap variabel dependen/terikat. Dasar untuk mengambil keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan F-hitung $> 0,05$ yang menyatakan bahwa H_0 diterima. Artinya suatu variabel independen secara bersama-sama atau simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan F-hitung $< 0,05$ yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya suatu variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.