

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme (Sugiyono, 2012) dan jenis penelitian verifikatif. Menurut Arikunto (2016) penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan. Sedangkan metode yang akan digunakan adalah *explanatory survey*, menurut Singarimbun dan Effendi (2016), penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket dan dokumentasi. Adapun responden adalah konsumen Shopee Analisa Data menggunakan metode statistik Regresi Linier sederhana dengan bantuan SPSS versi 26.0.

#### **3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

##### **1.2.1. Variabel Independen**

Strategi afiliasi (X) yaitu Strategi kerjasama perusahaan dan akun untuk mendapatkan profit bagi kedua belah pihak dalam suatu kesepakatan melalui kegiatan mengiklankan produk atau layanan. Indikator-indikator Strategi afiliasi antara lain (Purba, 2016):

1. Media dan individu, cukup mudah diakses
2. Pesan atau seruan yang disampaikan mudah dipahami
3. Lingkungan, mampu menjalin hubungan baik

#### 1.2.2. Variabel Dependen

Minat Beli (Y) adalah rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, yang diukur dengan menggunakan indikator Angelita (2021) sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seorang dalam membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seorang mereferensikan produk pada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu menunjukkan perilaku seseorang yang memiliki preferensial utama pada produk tersebut. Preferensi ini dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, yaitu menunjukkan perilaku seorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari informasi lain yang mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

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

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Strategi afiliasi (X)  (Purba, 2016)	1. Media dan individu	a) akun Anitadiahapl mudah diakses
	2. Pesan atau seruan	b) Pesan yang disampaikan pada akun Anitadiahapl mudah dipahami
	3. Lingkungan	c) Akun Anitadiahapl mampu menjalin hubungan baik dengan followers
Minat Beli (Y)	1. Minat transaksional	a) Saya tertarik untuk membeli melalui link produk yang dibagikan akun Anitadiahapl

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
(Angelita (2021))	2. Minat referensial	b) Saya bersedia merekomendasikan link produk yang dibagikan Anitadiahapl kepada orang lain
	3. Minat preferensial	c) Saya memilih link produk yang dibagikan Anitadiahapl dalam memenuhi kebutuhan saya
	4. Minat eksploratif	d) Saya ,mencari informasi link produk yang dibagikan Anitadiahapl melalui <i>feedback</i> toko

### 3.3 Penentuan Populasi dan Sampel serta Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Penentuan Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti (Arikunto, 2016). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua followers Anita Diah Apl yang berjumlah 77.3000.

#### 2. Penentuan Sampel

Menurut Arikunto (2016), Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel penelitian ini adalah sebagian *followers* Anita Birchall

Cara untuk menentukan sampel menggunakan rumus Slovin (Umar, 2016) adalah sebagai berikut:

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

Dimana n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran sebesar 5% atau 0,05.

Dengan demikian dapat diketahui jumlah sampel minimal yang digunakan, dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{773000}{1 + (773000 \times 0,1^2)}$$

$$1 + (773000 \times 0,01) = 7731$$

$$773000 : 7731 = 99,9$$

$$n = 100$$

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2018). Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2018).

### 3.4 Jenis dan Sumber Data, serta Metode Pengumpulan Data

Pada Penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana data yang digunakan berupa angka dan kemudian diolah menggunakan statistic. (Sugiyono, 2018). Sedangkan sumber data menurut Sugiyono (2018) diklasifikasikan sebagai berikut :

#### 3.4.1. Sumber Data

1. Data primer adalah data yang dihimpun langsung oleh peneliti (Riduwan, 2016). Data primer diperoleh dari hasil jawaban angket yang dibagikan kepada karyawan (responden)

2. Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut baik oleh pengumpul data atau pihak lain (Umar, 2018). Data ini berasal dari catatan-catatan, dokumen atau arsip perusahaan tentang Shopee dan akun Anitadiahapl.

#### 3.4.2. Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik-teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Angket yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara memberikan daftar pernyataan untuk diisi oleh responden dalam mendapatkan informasi penelitian.
2. Dokumentasi, teknik pengumpulan data dari buku-buku referensi, artikel, jurnal dan data-data dari perusahaan meliputi data profil perusahaan dan akun Anitadiahapl.

### 3.5 Uji Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitas. Pengujian ini dilakukan agar pada saat penyebaran kuesioner instrumen-instrumen penelitian tersebut sudah valid dan reliabel, yang artinya alat ukur untuk mendapatkan data sudah dapat digunakan.

#### 1) Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kelayakan instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan

dengan ketepatan alat ukur melakukan tugas mencapai sasarnya. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Uji validitas dapat menggunakan rumus *pearson product moment*. Rumus korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson dalam Arikunto, (2016) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{\{\sum x\}\{\sum y\}}{N}}{\sqrt{\left\{ \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N} \right\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : koefisien korelasi antara x dan y  $r_{xy}$

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$  : Jumlah skor items

$\sum Y$  : Jumlah skor total

$\sum X^2$  : Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat skor total

(Arikunto, 2016 )

Penentuan validitas didasarkan atas perbandingan nilai korelasi lebih besar dibandingkan dengan 0,3 pada tingkat keyakinan 95% dapat diartikan bahwa item-item tersebut valid (Sugiyono, 2017)

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden.

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas

No item	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Strategi afiliasi (X)	0,879	0,3	valid
2		0,858	0,3	valid
3		0,710	0,3	valid
1	Minat Beli (Y)	0,719	0,3	valid
2		0,817	0,3	valid
3		0,896	0,3	valid
4		0,828	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $>$  0,3. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

## 2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Sugiyono, 2017).

Rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan :

$\alpha$  = koefisien reliabilitas alpha

$k$  = jumlah item

$S_j$  = varians responden untuk item I

$S_x$  = jumlah varians skor total

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Croanbach Alpha*  $> 0,6$  (Arikunto, 2016), maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya dilakukan. Kaidah keputusannya adalah jika *Cronbach alpha*  $> 0,6$  maka diyatakan realibel, jika *Cronbach alpha*  $< 0,6$  maka tidak realibel.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
Strategi afiliasi (X)	0,754	0,6	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,830	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur

### 3.6 Teknis Analisis Data

#### 3.6.1 Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban angket responden dengan skala pengukuran menggunakan skala Likert dengan bobot tertinggi di tiap pernyataan adalah 5 dan bobot terendah adalah 1. penentuan range adalah sebagai berikut :



**Range : skor tertinggi – skor terendah**

---

**Range skor**

(Sudjana, 2015)

$$Range = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga range adalah 0,8

Range Skor : 1 – 1,8 = Sangat Rendah

1,81 – 2,6 = Rendah

2,61 – 3,4 = Cukup / Sedang

3,41 – 4,2 = Tinggi

4,21 – 5 = Sangat Tinggi

### 3.6.2 Analisis Inferensial

#### 3.6.2.1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variable dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah). (Sugiyono, 2017). Analisis regresi sederhana pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Strategi Afiliasi (X) terhadap Minat beli (Y).

Persamaan Regresi Sederhana tersebut menggunakan rumus :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y = Minat beli

a = Konstanta

b = Koefisien regresi Strategi Afiliasi

X = Strategi Afiliasi

e = standar error

### 3.6.2.2.Uji hipotesis

### 3.6.2.3.Uji t

Uji (t-test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2015)

1. Membuat formulasi hipotesis
2. Menentukan level signifikansi yaitu 0,05 atau 5%
3. Mengambil keputusan
  - Jika  $t_{sig} < \alpha = 0,05$  , maka Hipotesis diterima
  - Jika  $t_{sig} > \alpha = 0,05$  , maka Hipotesis ditolak

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

Menurut Sugiyono (2017) mengenai koefisien determinasi yaitu merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar ragam naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Hasil dari analisis ini dinyatakan dalam presentasi batas-batas determinasi sebagai berikut :

$$0 < r^2 < 1$$

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi, maka dapat dihitung dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasi ( $r^2$ ).