

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Sugiyono (2017:2) mengemukakan “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu . Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian kuantitatif menurut Syahrudin dan Salim (2014:40) adalah “Penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka.” Jhon Creswell (2015:752) mengemukakan “Rancangan penelitian survei adalah prosedur dalam penelitian kuantitatif dimana peneliti mengadministrasikan survey pada suatu sampel atau pada seluruh populasi orang untuk mendeskripsikan sikap, pendapat, perilaku, atau ciri khusus populasi.”

Pendekatan dan metode ini digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pengaruh media sosial, gaya hidup, dan pendapatan orang tua terhadap minat beli pada konsumen *online* shopee.

3.2. Variabel Penelitian

3.2.1. Definisi Operasional

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:38) adalah “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.” Kerlinger (dalam Sugiyono, 2017:38) mengemukakan “Variabel adalah konstruk (*construck*) atau sifat yang akan dipelajari.” Di dalam penelitian ini terdapat dua macam variable yaitu :

1. Variabel Independen

Sugiyono (2017:39) mengemukakan “Varibel Independen (bebas) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

2. Variabel Dependen

Sugiyono (2017:39) mengemukakan “Variabel Independen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah variabel Y yaitu Minat beli terhadap pengguna shopee.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai upaya menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam mengartikan judul penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Skala
Minat Beli (Y)	Schiffman dan Kanuk (dalam Mila Setiawati, 2015:6), menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen.	a. Minat transaksional b. Minat refrensial c. Minat preferensial d. Minat eksploratif	Ordinal
Media Sosial (X ₁)	Saragih dan Ramdhany (dalam Mila Setiawati, 2015:6) mengemukakan bahwa “media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya (user) bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi (sharing), dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan sebagainya.”	a. Kemudahan b. Kepercayaan	Ordinal
Gaya Hidup	Menurut Betty Jackson	a. Kegiatan	Ordinal

(X ₂)	(dalam Katubi, 2020 : 207) “Gaya hidup merupakan cerminan ekspresi tentang <i>lifestyle</i> dalam berbelanja untuk mencerminkan perbedaan status sosial”.	b.Opini	
-------------------	--	---------	--

3.3. Desain Penelitian

Mustari dan Taufiq (2012:21) mengemukakan “Desain penelitian adalah keseluruhan rencana untuk suatu kegiatan penelitian, termasuk empat ide utama yaitu strategi, kerangka konseptual, tentang siapa atau apa yang diteliti, dan perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis bahan-bahan empiris.”

Pada penelitian ini menggunakan desain eksplanatori, yang akan fokus mengeksplorasi hubungan antar variabel yang dipelajari baik hubungan korelasional dan/atau hubungan kausal. Sejalan dengan apa yang dikemukakan Jhon Creswell (2015:669) bahwa “Rancangan penelitian eksplanatori adalah suatu rancangan korelasional terhadap sejauh mana dua variabel (atau lebih) itu berkorelasi, artinya perubahan yang terjadi pada salah satu variabel itu terefleksi dalam perubahan pada variabel lainnya.”

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2017:80) 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 (2017:81) mengemukakan bahwa sampel adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi angkatan 2021 yang berjumlah 111 orang.

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam pengambilan sampel ini adalah sampling jenuh bahwa sampling jenuh merupakan sampel yang

diambil dari semua populasi yang berjumlah 111 mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi pada angkatan 2021. Sugiyono (2017:85) mengemukakan bahwa “sampling jenuh adalah Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.”

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data ini dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan yang berkaitan dengan penelitian ini. Pengumpulan data menurut Sugiyono (2017:137) “Pengumpulan dapat dilakukan dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan gabungan ketiganya.” Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Kuesioner menurut Jhon Creswell (2015:766) bahwa “Kuesioner adalah suatu formulir yang digunakan dalam rancangan survey yang diisi oleh partisipan dalam penelitian dan memberikan informasi atau demografis dasar.” Kuesioner diperoleh dari masing-masing variabel berdasarkan pada indikator pengukuran tiap variabelnya selanjutnya dijabarkan dalam butir-butir pertanyaan.

3.6. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:102) mengemukakan bahwa “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.”

3.6.1 Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrument yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Kisi – Kisi
Minat Beli (Y)	a. Minat Transaksional	Kecenderungan membeli produk
	b. Minat Refrensial	Merekomendasikan produk kepada orang lain
	c. Minat Prefensial	Mengutamakan pembelian

	d. Minat Eksploratif	Mencari Informasi
Media Sosial (X1)	a. Kemudahan	Mudah dalam menggunakan media sosial untuk berbelanja
	b. Kepercayaan	Memiliki rasa percaya terhadap platform
Gaya Hidup (X2)	a. Kegiatan	Melakukan suatu aktivitas yang berhubungan dengan berbelanja
	b. Opini	Memiliki pandangan yang luas terhadap suatu hal

3.6.2 Pedoman Penskoran Kuesioner

Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana alternatif atau pilihan jawaban akan tersedia. Kemungkinan jawaban yang dipilih responden memiliki nilai sebagai berikut:

Tabel 3.3
Penilaian Jawaban Responden

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Alternatif Jawaban	Skor	Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4	Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3	Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6.3 Uji Instrumen

Sebelum melakukan penyebaran kuesioner perlu dilakukan uji instrumen. Uji Instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah uji validitas dan uji reliabilitas dengan alat statistik adalah aplikasi *SPSS* versi 2.3

1. Uji Validitas

Menurut Duwi Priyatno (2017:63) mengemukakan bahwa “Uji validitas kuesioner digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur pada kuesioner tersebut.”

Pengujian validitas kuesioner dalam SPSS bisa menggunakan tiga metode analisis yaitu korelasi pearson, corrected item total correlation, dan analisis faktor.

Duwi Priyatno (2017:64) mengemukakan dalam bukunya bahwa “Pengujian signifikansi 5% atau 0,05 . Jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid. Jika nilai $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.” Adapun hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4
Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Jumlah Butir Item Semula	No Item Tidak Valid	Jumlah Butir Tidak valid	Jumlah Butir Valid
Penggunaan Media Sosial (X1)	6	-	-	6
Gaya Hidup (X2)	9	-	-	9
Minat Beli (Y)	14	2, 12, 14	3	11
Jumlah	29	-	3	26

Sumber : Data Penelitian diolah 2024

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Duwi Priyatno (2017:79) merupakan “kelanjutan dari uji validitas , dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja.” Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner ,maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Untuk menentukan apakah instrumen reliable atau tidak menurut Kline P (dalam Edi Riadi, 2016:219) sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kategori Reliabilitas

<i>Alpha Cronbach</i>	<i>Internal Consistency</i>
$\alpha \geq 0,9$	<i>Excellent</i> (unggul) / Sangat Reliabel
$0,7 \leq \alpha < 0,9$	<i>Good</i> (baik) / Reliabel
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	<i>Acceptable</i> (dapat diterima) / Cukup Reliabel
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	<i>Poor</i> (buruk) Agak Reliabel
$\alpha < 0,5$	<i>Unacceptable</i> (tidak dapat diterima) Tidak Reliabel

Adapun hasil dari uji reliabilitas pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel 3.6
Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
Penggunaan Media Sosial (X1)	0,793	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,705	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,794	Reliabel

Sumber : Data Penelitian diolah 2024

3.7. Teknik Analisis Data

Statistika yang digunakan untuk penelitian ini adalah aplikasi *SPSS* versi 2.3 Kegiatan dalam analisis data menurut Sugiyono (2017:147) bahwa “Mengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.”

3.7.1. Uji Prasarat Analisis

3.1.1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas menurut Duwi Priyatno (2017:85) mengemukakan bahwa “Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Normalitas merupakan data penting karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.”

Duwi Priyatno (2017:90) mengemukakan “Uji normalitas yang sering digunakan yaitu metode ujin *Kolmogorov Smirnov*, dengan ketentuan pada nilai

Sig (signifikansi) harus lebih dari 0,05 agar bisa dikatakan data terdistribusi normal, apabila kurang dari 0,05 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal.” Faktor-faktor yang membuat data tidak berdistribusi normal meliputi adanya outlier, distribusi data yang miring (skewed), kurtosis yang tinggi, serta ukuran sampel yang kecil. Variabilitas yang tinggi antar kelompok juga dapat mempengaruhi normalitas distribusi data.

3.1.1.2 Uji Linieritas

Menurut Duwi Priyatno (2017:95-96) “Uji Linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear. Uji ini sebagai prasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi linear.”

3.7.1.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menurut Duwi Priyatno (2017:120) berarti “Antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1).” Konsekuensi adanya multikolinieritas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Menurut Ghozali (Duwi Priyatno, 2017:120) “Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas umumnya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

3.7.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Macam-macam uji hesteroskedastisitas antara lain adalah : uji koefisien korelasi Spearman’s rho, melihat pola pada titik-titik pada grafik regresi, uji park, dan uji glejser. Menurut Duwi Priyatno (2017:126) mengemukakan bahwa

“Uji hesteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Pada regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedasstisitas. Uji heteroskedastisitas bisa menggunakan teknik uji glejser, dengan ketentuan jika pada uji t nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual mendapat nilai lebih dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.”

3.7.1.5 Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah dua atau lebih kelompok data berasal dari populasi yang sama atau tidak. Tujuan utama dari uji ini adalah untuk mengidentifikasi kesamaan varians antar kelompok, sehingga dapat memastikan bahwa data tersebut dapat dianalisis lebih lanjut dengan asumsi varians yang seragam. Kriteria utama untuk menentukan homogenitas adalah dengan membandingkan nilai p-value dari uji statistik (seperti uji Levene atau uji Bartlett) terhadap tingkat signifikansi yang ditetapkan (biasanya 0,05). Jika p-value lebih besar dari tingkat signifikansi, maka varians antar kelompok dianggap homogen atau seragam.

3.7.2 Analisis Statistik

3.7.2.1 Analisis regresi linier berganda

Menurut Duwi Priyatno (2017:169) mengemukakan bahwa “Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.”

3.7.2.2 Determinan (R^2)

R^2 menunjukkan koefisien determinasi . Duwi Priyatno (2017:178) mengemukakan bahwa “Angka yang didapat pada R^2 diubah dalam bentuk persen, artinya menunjukkan presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.”

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.2.1 Uji t (Parsial)

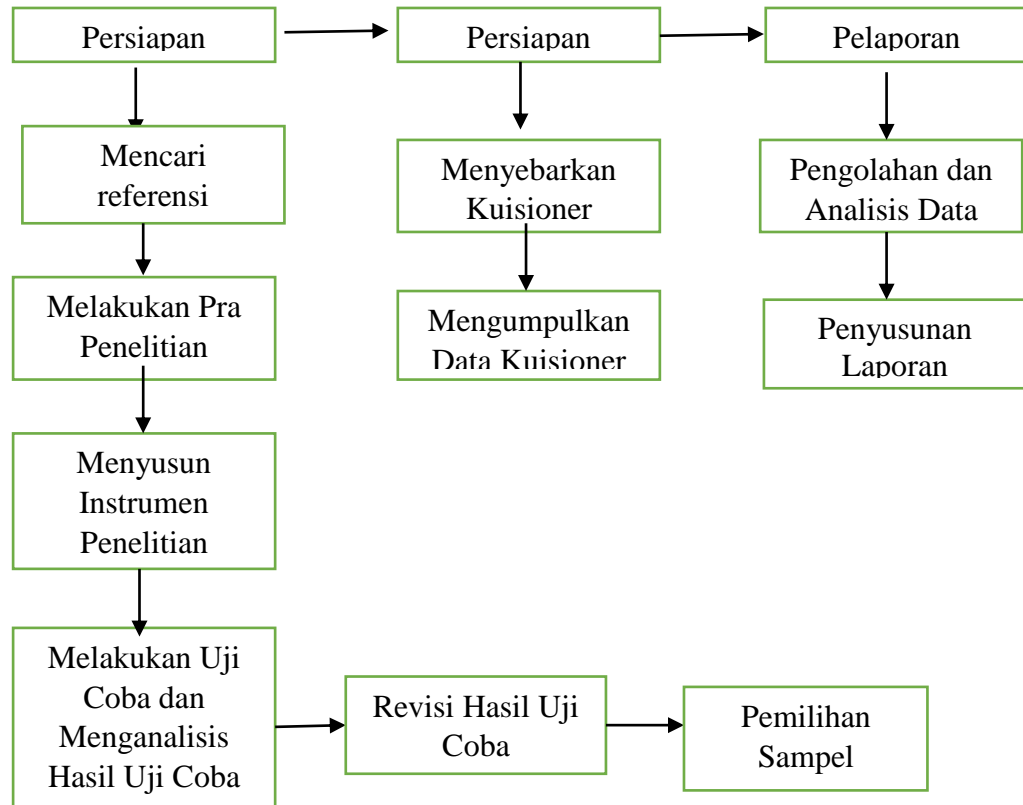
Uji parsial atau biasa disebut dengan Uji t menurut Duwi Priyatno (2017:181) adalah “Pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap Y. Untuk mengetahui hasil signifikansi atau tidak dilakukan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} .”

3.7.2.2 Uji f (Simultan)

Uji F menurut Duwi Priyatno (2017:179) merupakan “Uji koefisien regresi secara bersama-sama untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat.”

3.8 Langkah-langkah Penelitian

Prosedur dalam melaksanakan kegiatan penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap, sebagai berikut :



Bagan 3.1
Bagan Alur Langkah – Langkah Penelitian

3.9 Tempat dan Waktu Penelitian

3.9.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan Universitas Siliwangi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Jl. Siliwangi No. 24 Kotak Pos 164 Tasikmalaya.

3.9.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Januari sampai Juli 2024. Dengan rincian kegiatan terdapat pada tabel:

Tabel 3.8
Waktu Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Bulan / Tahun Pelaksanaan																													
		JAN					FEB					MAR-APR					MEI					JUNI					JULI				
		2024					2024					2024					2024					2024					2024				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Pengajuan Judul	■																													
	Tahap Persiapan																														
2	a. Observasi Pra penelitian					■	■	■	■	■																					
	b. Pembuatan Proposal					■	■	■	■	■																					
	c. Bimbingan Proposal					■	■	■	■	■																					
	d. Seminar proposal															■	■														
	e. Menyusun Instrumen																				■	■	■								
	Tahap Pelaksanaan																														
3	a. Pengujian Instrumen																				■	■	■	■	■						
	b. Pengumpulan Data																									■	■	■	■	■	
	c. Mengolah Data dan Menganalisis data																									■	■	■	■	■	
	d. Penyelesaian penulisan skripsi																									■	■	■	■	■	
	Tahap Pelaporan																														
4	a. Penyusunan laporan																													■	
	b. Memfungsikan hasil penelitian																													■	