

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada pelaksanaan kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut sugiyono (2019), suatu metode penelitian yang berdasarkan pada positivisme atau data kongkrit yang digunakan untuk meneliti pada populasi serta sampel tertentu yang berkaitan dengan masalah yang dikaji untuk menentukan suatu kesimpulan. Penelitian kuantitatif adalah proses pengumpulan data – data yang berbentuk angka dengan menggunakan kuisioner sebagai alat menganalisis tentang apa yang ingin diketahui dalam proses pengumpulan data.

Pada penelitian ini dapat digolongkan dalam jenis penelitian *Explanatory Research*. Menurut Sugiono (2019), *Explanatory Research* yaitu metode penelitian yang menjelaskan variabel – variabel yang diteliti serta pengaruh variabel satu dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2019). Tujuan utama peneliti menggunakan metode ini yaitu untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan pada penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antar variabel independent dan dependen yang ada.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi sasaran utama dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban atau solusi dari permasalahan yang terjadi pada kegiatan penelitian ini. Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu terkait objek penelitian (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, penulis menggunakan objek penelitian pada pelanggan UMKM – UMKM di Surabaya Utara yang meliputi Kecamatan Pabean Catian, Kecamatan Krembangan, Kecamatan Kenjeran, Kecamatan Semampir, dan Kecamatan Bulak.

### 3.3 Populasi, Sample, dan Teknik Sempel

#### 3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan seluruh objek atau subyek pada penelitian. Menurut Sugiyono (2019), Populasi adalah keseluruhan obyek dengan ciri yang sama, sedangkan arti luas dari populasi adalah suatu unsur keseluruhan obyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian untuk dipelajari dan dapat diambil kesimpulan secara umum dari seluruh obyek yang menjadi fokus dalam penelitian nanti. Populasi pada penelitian ini yaitu pada pelanggan UMKM yang ada pada Surabaya Utara .

#### 3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling yang bertujuan untuk mengerti jumlah sampel yang akan diteliti dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Dimana pada metode penghitungan menggunakan *Lemeshow* ini dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang tidak diketahui secara pasti.

Dalam penelitian ini peneliti dengan sengaja untuk memilih individu berdasarkan pertimbangan tertentu. Maka dengan ini peneliti memiliki kriteria sampel untuk responden yaitu sebagai berikut:

- a. Pria / Wanita
- b. Responden Berumur 17 tahun hingga > 45 tahun
- c. Responden berada pada wilayah Surabaya Utara
- d. Responden pernah belanja di UMKM melalui market digital

Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, sebab jumlah populasi dan sampel yang tidak diketahui. Maka rumus *Lemeshow* dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$z$  = Nilai Standar (1,96)

$p$  = Maksimal estimasi (50% = 0,5)

$d$  = Alpha (0,10)

Melalui rumus tersebut maka perhitungan sistematis dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$n = 96,04$  dibulatkan menjadi 96 responden

Dengan menggunakan rumus *Lemeshow* yang ada pada uraian penelitian, maka di temukan nilai sampel ( $n$ ) yang diperoleh sebesar 96,04 yang akan dibulatkan menjadi 96 responden.

### 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Teknik sample ini merupakan teknik sempel apabila setiap jumlah populasi dijadikan sebagai sampel, Pada penelitian ini jumlah sampel sebanyak 96 atau tidak lebih dari 100 responden yang terdiri atas pelanggan UMKM Surabaya Utara yang membeli menggunakan platform digital marketing.

## 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

### 3.4.1 Definisi Operasional

Operasional merupakan penjabaran dari variabel – variabel penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Definisi operasional merupakan batasan

dan cara pengukuran variabel yang akan diteliti. Maka definisi operasional adalah skala ukur yang digunakan untuk menilai suatu variabel dengan rinci dan praktis dalam sebuah penelitian. Defini Operasional dibuat untuk memudahkan dan menjaga konsisten data, serta menghindari perbedaan interpretasi serta membatasi ruang lingkup variabel.(Ulfa, 2021). Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel , yaitu *Digital Marketing*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian, dan Promosi.

### **3.4.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)**

Variabel Independen menurut (Tritjahjo Danny Soesilo), merupakan variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independent ini juga dapat diartikan sebagai variabel penyebab atau memiliki kemungkinan berdampak pada variabel lain. Biasanya variabel independen (bebas) sering disebut dengan variabel X. Dengan demikian biasanya variabel bebas ini muncul terlebih dahulu lalu diikuti oleh variabel lain. Dalam menentukan variabel X peneliti dilarang sembarangan sebab harus ada landasan teori yang kuat serta terdapat terkaitan antar variabel bebas dan eksperimennya (Ulfa, 2021).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel independent sebagai berikut:

1. *Digital Marketing*, dalam variabel  $X_1$  ini terdapat beberapa indikator yaitu *Accessibility* (aksesibilitas), *Interactivity* (interaktivitas), *Entertainment* (hiburan), *Credibility* (kepercayaan), *informativeness* (Informatif)
2. *Brand Awareness*, dalam variabel  $X_2$  ini terdapat beberapa indikator yaitu *Recall*, *Recognition*, *Purchase*, *Consumption*.

### **3.4.3 Variabel Dependen (Variabel Terikat)**

Variabel Dependen merupakan variabel yang struktur dan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya. Variabel terikat ini menjadi persoalan pokok dalam penilitaian, yang selanjutnya menjadi objek penelitian. Maka variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Sehingga variabel ini merupakan variabel

terikat yang tergantung dari besaran variabel independen. Variabel ini sering disebut juga dengan variabel Y. (Ulfa, 2021)

Dalam penelitian ini Variabel Dependen yaitu Keputusan Pembelian dalam variabel ini terdapat beberapa variabel yaitu Pemilihan produk, Pemilihan merek, Waktu pembelian, Jumlah pembelia, Cara pembayaran.

#### **3.4.4 Variabel Moderator**

Variabel Moderasi (*moderating variable*), merupakan variabel yang memperkuat atau memperlemah variabel independent dan variabel dependen. Variabel ini biasanya digunakan sebagai pengaruh mutu antar variabel – variabel tersebut. Variabel moderasi ini memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, terdapat variabel moderasi diantara variabel independent dan dependen adalah Promosi, dalam promosi ini terdapat beberapa indikator pendukung yaitu Pesan promosi, Meida promosi, Waktu promosi, Frekuensi promosi.

#### **3.4.5 Pengukuran Variabel**

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan teknik skala likert sebagai skala pengukuran. Menurut Sugiyono (2019) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini metode skala likert dengan lima nilai skla yaitu 1-5 untuk jawaban dari responden yang diminta untuk menilai terhadap suatu objek dengan lima kategori sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Tabel Instrument Skala Likert**

<b>No.</b>	<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Skor</b>
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3

4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono,2019

### **3.5 Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang harus dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah memperoleh data.

#### **3.5.1 Jenis Data**

Data primer merupakan data yang sumber datanya berasal secara langsung atau orang pertama yang dikumpulkan untuk mengetahui obyek asli yang diteliti. Menurut Sugiyono (2019), data primer merupakan sumber data yang didapatkan secara langsung dari objek penelitian menggunakan kuisisioner yang disebarakan langsung kepada responden sebagai penunjang keberhasilan dari penelitian.

#### **3.5.2 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa kuisisioner yang akan diperoleh langsung dari UMKM – UMKM yang ada pada Kecamatan di Surabaya Utara. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu diperoleh dari data DISPERINDAG Surabaya dan data UMKM dari Kecamatan terkait.

#### **3.5.3 Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuisisioner. Menurut Sugiyono (2019), Kuisisioner merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang kemudian jawaban responden dijadikan sampel dalam penelitian. Maka dari itu kuisisioner digunakan sebagai alat penelitian untuk memperoleh keterangan langsung dari para responden. Pada kegiatan pengumpulan data ini menggunakan teknik kuisisioner melalui platform

Gform yang disediakan oleh peneliti secara online, jadi para responden lebih muda dalam menilai penelitian dan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data penelitian ini merupakan teknik yang digunakan untuk mengkaji data – data dalam melakukan suatu penelitian. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang berbentuk angka. Maka pada penelitian ini analisis data dibantu dengan program software SmartPLS 4.1.0.3 for windows. PLS (*Partial Least Square*) merupakan analisis persamaan struktural (SEM) yang berbasis varian secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran dan pengujian model struktural. PLS (*Partial Least Square*) adalah analisis yang bersifat soft modeling karena tidak mengasumsikan data harus dengan skala tertentu, dan jumlah sampel juga dapat lebih kecil dibawah 100 responden. Penggunaan teknik analisis data ini bertujuan untuk memberikan keberhasilan dalam menjalankan penelitian.

Pada teknik penelitian PLS-SEM ini terdapat beberapa tahap yaitu sebagai berikut:

1. Konseptualisasi Model
2. Menentukan Analisis Algoritma
3. Menentukan Metode Resampling
4. Menggambarkan Diagram Jalur
5. Evaluasi model

#### **3.6.1 Model Measurement (*Outer Model*)**

Pada *Outer Model* ini menurut Ghazali (2021:67) merupakan pengukuran bagian luar yang bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antara variabel dan indikator-indikator yang ada pada penelitian(Kurniati, 2020). *Outer Model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui *Validitas Convergent* dan *Discriminan* dari indikator pembentukan konstruk laten dan *composite reliability* serta *Cronbach Alpha* untuk bentuk indikatornya serta sebagai dasar menilai sejauh mana alat mengukur

yang digunakan dalam pengumpulan data konsisten. Berikut merupakan uji *Outer Model* yang dilakukan yaitu:

### 1. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas pada *Outer Model* ini adalah untuk mengukur valid atau tidaknya kuisioner yang akan disebarakan pada responden nantinya. Menurut Ghozali (2021:67) bahwa terdapat dua kriteria yang dapat menilai uji validitas pada *Outer Model* yaitu validitas *Convergent* dan *Discriminan* sebagai berikut:

#### a. Validitas *Convergent* (Konvergen)

Pengukuran ini bertujuan untuk mengetahui validitas hubungan antara indikator dengan variabel latennya. Dalam validitas konvergen ini diukur dengan melihat nilai “*Outer loading*” dimana jika nilai lebih dari 0,7 maka indikator dikatakan valid. Namun sebaliknya jika nilai “*Outer loading*” kurang dari 0,7 maka indikator tersebut tidak valid.

#### b. Validitas *Discriminan* (Diskriminan)

Dalam Diskriminan merupakan perbandingan antara validasi diskriminan dan *Average Variance Extracted* (AVE). jika nilai akar kuadrat AVE konstruk lebih besar dari nilai korelasi antara konstruk satu dengan konstruk lainnya dalam model, maka dapat dikatakan nilai diskriminan baik dan nilai AVE yang diharapkan adalah  $> 0,5$ . Pengukuran lain dapat dilihat dari nilai *cross loading* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju lebih besar dibandingkan dengan nilai loading konstruk yang lain.

### 2. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengukur reliabilitas yaitu dengan nilai *Cronbach's alpha*. Nilai *Cronbach's alpha* digunakan untuk menentukan tingkat minimal reliabilitas yang harus dicapai oleh suatu faktor. Jika nilai *Cronbach's alpha* 0,7 atau lebih maka dianggap *reliabel*. Tetapi jika nilai rentang diantara 0,6-0,7, maka penelitian tersebut memiliki unsur eksplonatif (Irwan & Adam, 2020).



### 3.6.2 Struktur Model (*Inner Model*)

*Inner Model* merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur relasi antara satu konstruk dengan konstruk lainnya, dengan model *inner* yang berperan dalam menguji antara faktor laten satu dengan faktor laten yang lain dengan tujuannya untuk menentukan pengaruh yang terjadi positif atau negatif. Model *inner* dapat dinilai melalui pertimbangan terhadap berbagai indikator yang ada dalam model sebagai berikut:

#### 1. *R-Square* ( $R^2$ )

Model ini digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam *R-Square* dibagi menjadi 3 kategori nilai yaitu 0,67 yang dianggap kuat, 0,33 yang dianggap moderat, dan 0,19 dianggap lemah (Ghozali, 2021).

#### 2. Predictive Relevance ( $Q^2$ )

Selain melihat hasil *R-Square* terdapat juga evaluasi hasil model struktural dapat juga dilakukan dengan menggunakan  $Q^2$  *predictive relevance*, nilai  $Q^2 > 0$  menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan  $Q^2 < 0$  menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance* ((Ghozali, 2021).

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis ini menggunakan uji-t sebagai alat untuk menguji hipotesis, dengan tujuan untuk mengavaluasi pengaruh parsial atau individual dari variabel independen dan variabel dependen. Dalam penilaia uji-t tingkat signifikan biasanya ditetapkan pada 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan hitung dengan menggunakan rumus  $df = n-1$ . Hasil dari uji hipotesis dijelaskan sebagai berikut : Hipotesis nol ( $H_0$ ) akan ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) akan diterima jika nilai t hitung melebihi nilai yang ada pada tabel distribusi t, atau jika P (nilai probabilitas) lebih kecil dari tingkat sugnifikan ( $\alpha$ ) yang biasanya diatur pada 0,05.

Dengan ini dijelaskan bahwa variabel independen memiliki dampak yang positif dan signifikan pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih

kecil dari nilai dalam tabel distribusi t, atau jika nilai P lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### **3.7 Uji Pengaruh Moderasi**

Uji regresi dengan variabel moderasi ini digunakan untuk menguji interaksi antara pengaruh variabel moderasi terhadap hubungan variabel independen dan variabel dependen. Dalam proses uji ini menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Ada beberapa model variabel moderasi sebagai berikut:

1. Moderasi Asli
2. Moderasi Semu
3. Moderasi Potensial
4. Moderasi Prediktor

Dengan adanya uji variabel moderasi ini dalam penelitian diharapkan dapat mengetahui hasil dari pengaruh variabel moderasi ini dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.