

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (field research), yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti untuk memperoleh data yang relevan.³⁵ Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif ini digunakan untuk memperoleh hasil yang bersifat numerik dan terukur.³⁶

B. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, dengan pengambilan data dan informasi dilakukan secara langsung melalui mahasiswa di fakultas tersebut.

C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung dari pihak pertama, baik secara individu melalui

³⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.17.

³⁶ Saifuddin Azwar, Metode Penelitian, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h.5.

wawancara maupun pengisian kuesioner.³⁷ Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari mahasiswa angkatan 2021-2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Imam Bonjol Padang, melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada kelompok atau wilayah yang terdiri dari objek atau subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan dalam penelitian untuk dipelajari dan disimpulkan. Populasi tidak hanya mencakup individu, tetapi juga semua karakteristik atau subjek yang relevan.³⁸ Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang yang berjumlah 1.313.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang memiliki karakteristik serupa dengan keseluruhan populasi. Sampel dipilih untuk mewakili populasi yang akan diselidiki..³⁹ Dalam penelitian ini, sampel diambil dari sebagian responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Imam Bonjol Padang angkatan 2021-2022. Karena

³⁷ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untu bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2010),h.79.

³⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan & D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h.80-81.

³⁹ Sugiono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D” (Alfabeta Bandung,2013). Hal 109.

jumlah populasi mahasiswa aktif di FEBI UIN Imam Bonjol Padang sudah diketahui, maka metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *random sampling*. Sampel yang akan diambil adalah mahasiswa aktif FEBI UIN Imam Bonjol Padang angkatan 2021-2022.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Berikut adalah rumus Slovin yang digunakan:

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

Dimana:

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= batas kelonggaran kesalahan yang digunakan 10%

Dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1.313}{1 + 1.313 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.313}{1 + 1.313 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{1.313}{1 + 1.313 (0.01)}$$

$$n = \frac{1.313}{1 + 13,13}$$

$$n = \frac{1.313}{14,13}$$

$$n = 92,92 = 93$$

Berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 93 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2021-2022.

E. Defenisi Operasional Variabel

a. Variabel laten

Variabel laten, yang juga dikenal sebagai unobserved variable, konstruk, atau konstruk laten, adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, melainkan diukur melalui satu atau lebih variabel manifest. Variabel laten ini biasanya digambarkan dengan simbol lingkaran atau oval. Variabel laten dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a) Variabel Eksogen (Variabel Independen) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam model SEM, variabel eksogen digambarkan dengan adanya anak panah yang mengarah ke variabel endogen dan tidak dipengaruhi oleh variabel lain.⁴⁰ Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah social media influencer (X).

⁴⁰ Singgih Santoso, *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 22*. (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2014). Hlm. 9.

b) Variabel Endogen (Variabel Dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (eksogen). Dalam model SEM, variabel endogen ditunjukkan dengan adanya anak panah yang mengarah menuju variabel tersebut. Dengan demikian, variabel endogen memiliki peran sebagai variabel yang dipengaruhi dan mempengaruhi variabel lainnya.⁴¹ Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).

b. Variabel manifest

Variabel manifest adalah variabel yang digunakan untuk menjelaskan atau mengukur variabel laten. Variabel ini sering disebut juga sebagai variabel yang diamati, variabel terukur, atau indikator, dan biasanya digambarkan dengan ikon tertentu. Data untuk variabel manifest diperoleh melalui penelitian lapangan, seperti survei.

b. Variabel intervening adalah variabel yang berperan sebagai penghubung antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak memengaruhi variabel dependen secara langsung. Dalam penelitian ini, variabel intervening yang digunakan adalah jenis kelamin.⁴²

⁴¹ *Ibid.*

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* Sugiyono. (Penerbit Alfabeta, 2015).

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Jenis data
Media Sosial Influencer (X)	Media sosial adalah platform yang memungkinkan individu untuk berinteraksi secara daring tanpa terhalang oleh batasan waktu dan tempat. Influencer adalah sosok di media sosial yang memiliki banyak pengikut dan mampu memengaruhi perilaku pengikutnya. Media sosial influencer merujuk pada strategi pemasaran produk melalui media sosial yang dipromosikan oleh influencer.	1. Visibility 2. Credibility 3. Attraction 4. Power	Ordinal
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah tindakan yang didorong bukan oleh pertimbangan rasional, melainkan oleh keinginan yang sudah melampaui batas kewajaran.	1. Membeli barang karena di iming-imingi hadiah 2. Membeli karena kemasan menarik 3. Membeli produk kerana menhaga penampilan dan gengsi 4. Membeli proud katas	Ordinal

		pertimbangan harga 5. Membeli produk hanya sekedar symbol status 6. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan 7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk karena mereka percaya apayang dikatakan oleh iklan dan menumbuhkan rasa percaya diri 8. Mencoba lebih dari 2 produk sejenis dengan merek yang berbeda	
Jenis Kelamin		1. Laki –laki 2. Perempuan	Ordinal

F. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner adalah metode penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket, memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden dalam waktu relatif singkat. Dalam penelitian ini, kuesioner ditujukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Untuk menyusun kuesioner, digunakan Skala Likert sebagai alat ukur. Menurut Sugiyono, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial. Skala ini adalah

skala psikometrik yang sering digunakan dalam kuesioner dan merupakan salah satu yang paling populer dalam penelitian survei. Dengan skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator yang kemudian digunakan untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap item dalam kuesioner ini memiliki skala jawaban yang memiliki gradasi dari positif hingga negatif, dengan angka skala 1 hingga 5.

Tabel 3.2 Tabel skala likert

No	Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses memecah keseluruhan data menjadi bagian-bagian yang lebih kecil untuk mengidentifikasi komponen dominan, membandingkan antar komponen, serta membandingkan satu atau beberapa komponen dengan keseluruhan data. Teknik analisis data digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis yang telah disusun.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab masalah pertama dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Tujuannya adalah untuk menggambarkan kondisi atau keadaan yang berkaitan dengan tingkat perilaku konsumtif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang. Dalam proses pengukuran, dilakukan analisis Tingkat Capaian Responden (TCR) untuk memahami bagaimana respon responden terkait perilaku konsumtif. Hasil dari analisis deskriptif kuantitatif ditampilkan melalui indeks persentase tingkat capaian responden, yang menggambarkan keadaan tanpa bermaksud membuat generalisasi atau kesimpulan yang berlaku umum. Langkah-langkah analisis deskriptif kuantitatif pada data instrumen penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Membuat Tabulasi Jawaban

Setelah memperoleh jawaban dari responden, peneliti melakukan proses tabulasi untuk mempermudah analisis data. Jawaban dari responden kemudian disusun dalam bentuk tabel dengan mengonversi pilihan jawaban menjadi skor 1, 2, 3, 4, atau 5 sesuai dengan tabel skor yang digunakan dalam instrumen penelitian.

b) Menghitung Jumlah Skor

Setiap butir pertanyaan direkap nilai yang diperoleh untuk menghitung total skor. Proses yang digunakan adalah mengalikan

frekuensi (jawaban) pada setiap kolom dengan angka yang telah ditetapkan dalam tabel skor instrumen penelitian.

c) Membuat Kriteria Penilaian Item

Total skor jawaban responden yang terkumpul kemudian disusun berdasarkan kriteria penilaian. Untuk menentukan Tingkat Pencapaian Responden, digunakan rumus sebagai berikut:

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menentukan Tingkat Capaian Responden:

$$TCR = \sum_{i=1}^n (T_i \times SL_i)$$

Keterangan :

TCR = Tingkat Capaian Responden

Ti = Total skor Likert jawaban responden

SLi = Skor Likert sesuai jumlah pilihan jawaban responden

Sedangkan untuk melihat indeks TCR, maka memerlukan rumus yaitu:

$$\text{Indeks TCR} = \frac{TCR}{Y} \times 100\%$$

Keterangan :

Y = Skor Tertinggi TCR (Skor tertinggi Likert x n)

n = Jumlah Responden

Untuk menilai kriteria pencapaian responden berdasarkan karakteristik tertentu, diperlukan gambaran Indeks Tingkat Capaian Responden.

Oleh karena itu, setiap penelitian biasanya menyusun "Master Scale", yaitu skala pengukuran yang umumnya menunjukkan lima tingkatan dari suatu sifat tertentu. Untuk menggambarkan master scale dari berbagai sifat tersebut, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Indeks TCR

No	Indeks TCR	Kriteria
1	85 - 100 %	Sangat Baik
2	66 - 84%	Baik
3	51 - 65%	Cukup Baik
4	36 - 50%	Kurang Baik
5	0 - 35%	Sangat Kurang Baik

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Klasifikasi TCR didasarkan pada perhitungan persentase rata-rata skor jawaban responden dibandingkan dengan total skor maksimal yang dapat diperoleh. Kriteria ini memberikan gambaran mengenai sejauh mana responden memahami, mengetahui, atau memiliki persepsi terhadap variabel atau pernyataan yang diteliti. Penetapan nilai persentase dalam klasifikasi TCR mengikuti prinsip bahwa semakin tinggi persentase, semakin kuat kecenderungan atau persepsi positif responden terhadap variabel atau pernyataan yang diuji. Berikut adalah penjelasan mengenai pemilihan persentase tertentu untuk setiap kategori TCR:

- a. Sangat Tinggi (85%-100%) berarti sebagian besar responden menunjukkan persepsi atau kecenderungan yang sangat tinggi terhadap variabel atau pernyataan yang diteliti. Persentase yang tinggi ini menunjukkan tingkat kesepakatan dan dukungan yang kuat dari responden terhadap variabel atau pernyataan tersebut.
- b. Tinggi (66%-84%) menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan yang tinggi terhadap variabel atau pernyataan yang diteliti.
- c. Sedang (51%-65%) berarti mayoritas responden menunjukkan kecenderungan yang netral atau moderat terhadap variabel yang diteliti.
- d. Rendah (36%-50%) berarti mayoritas responden menunjukkan kecenderungan yang rendah terhadap variabel atau pernyataan yang diteliti, menandakan tingkat ketidaksetujuan atau ketidakpuasan terhadap variabel tersebut.
- e. Sangat Rendah (0%-35%) berarti mayoritas responden memiliki kecenderungan yang sangat rendah atau bahkan tidak ada terhadap variabel yang diteliti. Persentase ini menunjukkan tingkat ketidaksetujuan atau ketidakpuasan yang sangat tinggi dari responden terhadap variabel tersebut.

Klasifikasi TCR ini membantu memberikan gambaran yang lebih jelas dan mudah dipahami mengenai bagaimana responden merespons

variabel atau pernyataan yang diteliti. Semakin tinggi skor yang diperoleh, semakin tinggi tingkat capaian responden terhadap variabel tersebut. Penggunaan persentase tertentu untuk masing-masing kategori memudahkan interpretasi data dan analisis keseluruhan, sehingga hasil penelitian dapat dipahami dan diterjemahkan dengan lebih efektif.⁴³

2. Struktur Equation Modeling (SEM-PLS)

Dalam penelitian ini, pengelolaan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Structural Equation Modelling (SEM) merupakan metode yang digunakan untuk mengatasi kekurangan yang terdapat pada metode regresi. Berdasarkan pandangan para ahli, SEM terbagi menjadi dua pendekatan, yaitu Covariance Based SEM (CBSEM) dan Variance Based SEM, yang juga dikenal dengan Partial Least Square (PLS).

Partial Least Square (PLS) adalah metode analisis yang sangat kuat, karena dalam metode ini tidak bergantung pada banyak asumsi. Pendekatan PLS bersifat *distribution-free*, yang berarti tidak mengasumsikan tipe data tertentu dan dapat digunakan untuk data nominal, kategori, ordinal, interval, maupun rasio.⁴⁴

PLS (Partial Least Square) menggunakan metode bootstrapping atau penggandaan acak, yang memungkinkan asumsi normalitas tidak menjadi

⁴³ Sugiono, 2019

⁴⁴ Imam Ghazali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. (Semarang : Undip, 2008). Hal 17.

masalah dalam analisis. Selain itu, PLS tidak mengharuskan jumlah sampel minimum untuk digunakan dalam penelitian, sehingga penelitian dengan sampel kecil tetap bisa menggunakan metode ini. Sebagai jenis analisis non-parametrik, PLS tidak memerlukan data dengan distribusi normal dalam permodelannya. Tujuan utama dari penggunaan PLS adalah untuk melakukan prediksi, yang mencakup memprediksi hubungan antar konstruk serta membantu peneliti dalam memperoleh nilai variabel laten untuk tujuan prediksi. Variabel laten merupakan agregat linier dari indikator-indikatornya. Estimasi bobot untuk menciptakan komponen skor variabel laten dihitung berdasarkan spesifikasi model struktural (inner model) yang menghubungkan antar variabel laten dan model pengukuran (outer model) yang menghubungkan indikator dengan konstruknya. Hasil dari analisis ini adalah meminimalkan variansi residu pada variabel dependen, baik itu variabel laten maupun indikator.⁴⁵

Dalam metode PLS (Partial Least Square), teknik analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisa outer model

Pengujian model pengukuran bertujuan untuk menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk memastikan apakah konstruk sudah memenuhi kriteria yang diperlukan agar dapat dilanjutkan ke tahap penelitian

⁴⁵ *Ibid.*

berikutnya. Ada dua jenis evaluasi yang dilakukan dalam uji validitas, yaitu convergent validity dan discriminant validity. Sementara itu, uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana konsistensi hasil penelitian jika dilakukan berulang kali. Pengukuran reliabilitas ini dapat dilakukan dengan dua metode, yaitu melihat nilai composite reliability dan cronbach's alpha.

- 1) Convergent Validity adalah pengukuran yang menilai hubungan antara skor item/component score dengan construct score, yang dapat dilihat dari faktor loading terstandarisasi yang menunjukkan tingkat korelasi antara setiap indikator pengukuran dengan konstruk yang terkait. Suatu ukuran reflektif individu dianggap tinggi jika korelasinya $>0,7$ dengan konstruk yang ingin diukur, sementara nilai outer loading antara 0,5-0,6 sudah dianggap memadai. Pengukuran ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah ada hubungan atau pengaruh antara indikator dan variabel dengan konstruk yang mendasarinya serta untuk memastikan validitas suatu indikator. Menurut Ghazali, indikator dianggap valid jika nilai AVE (Average Variance Extracted) lebih besar dari 0,5 ($>0,5$).
- 2) Discriminant Validity adalah pengukuran yang bertujuan untuk memastikan adanya perbedaan antar model laten dan variabel lainnya. Untuk menguji discriminant validity, digunakan tiga

jenis analisis, yaitu analisis Fornier Locker Criterion, Cross Loading, dan Heterotrait Monotrait (HTMT).⁴⁶

- 3) Cronbach's Alpha adalah uji reliabilitas yang digunakan untuk memperkuat hasil dari composite reliability. Composite reliability dianggap lebih baik dalam mengukur konsistensi internal suatu konstruk. Dalam pengukuran ini, jika nilainya lebih dari 0,7, maka konstruk tersebut dapat dianggap memiliki reliabilitas yang tinggi, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima.⁴⁷

b. Analisa Inner Model

Analisis Inner Model sering disebut juga dengan hubungan dalam model, model struktural, atau teori substantif, yang menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Evaluasi terhadap analisis inner model dapat dilakukan dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk mengevaluasi relevansi prediktif, serta uji t dan signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam evaluasi inner model menggunakan PLS (Partial Least Square), langkah pertama adalah memeriksa nilai R-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasi nilai R-square ini serupa

⁴⁶ Hair F Joe dkk. *PLS-SEM : Indeed A Silver Bullet. Journal of Marketing and Practice*. 2011.

⁴⁷ Imam Ghozali, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. (Semarang : Undip, 2008).

dengan interpretasi dalam regresi. Perubahan nilai R-square digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, apakah pengaruh tersebut signifikan. Selain itu, dalam model PLS, evaluasi juga dilakukan dengan melihat nilai Q-square untuk mengukur relevansi prediktif model konstruk. Nilai Q-square ini menunjukkan seberapa baik observasi yang dihasilkan oleh model beserta estimasi parameternya. Jika nilai Q-square lebih besar dari 0, maka model tersebut memiliki relevansi prediktif, sedangkan jika nilai Q-square kurang dari 0, maka model tersebut dianggap kurang memiliki relevansi prediktif.

3. Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis, hasilnya dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis, dengan tingkat signifikansi 5%, t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Oleh karena itu, kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak jika t-statistik $> 1,96$. Sedangkan, jika menggunakan nilai probabilitas, H_a diterima jika nilai $p < 0,05$.