

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiono, 2019) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, 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. Sedangkan menurut (David Creswell & Creswell, 2023) Metode kuantitatif mencakup proses pengumpulan, analisis, interpretasi, dan pelaporan hasil penelitian. Metode ini mencakup langkah-langkah khusus, baik dalam survei maupun eksperimen, seperti identifikasi sampel dan populasi, penentuan desain, pengumpulan serta analisis data, penyajian hasil, pembuatan interpretasi, hingga penulisan penelitian sesuai pendekatan survei atau eksperimental. Bab ini membahas secara rinci cara merancang metode survei atau eksperimen yang perlu dimasukkan dalam proposal penelitian, dilengkapi dengan daftar periksa untuk memastikan setiap langkah telah terpenuhi.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Menurut (Sugiono, 2019) populasi sebuah data yang dipakai untuk menarik sebuah kesimpulan dengan menggunakan karakteristik tertentu. (David Creswell & Creswell, 2023) juga mengungkapkan bahwa mengidentifikasi populasi dalam penelitian akan menyatakan besarnya populasi yang ukurannya dapat ditentukan untuk mengidentifikasi setiap individu dalam populasi. Pertanyaan tentang akses akan muncul di sini, dan peneliti mungkin merujuk pada ketersediaan kerangka sampel surat atau daftar yang dipublikasikan dari calon responden di populasi. Secara sederhana, data kuantitatif adalah dinyatakan dalam angka atau dalam istilah kuantitas lainnya (misalnya, banyak–sedikit, lebih–kurang, atau tinggi–rendah), maka data bersifat kualitatif jika tidak diungkapkan dengan cara ini (Grønmo,

2020). Populasi dalam penelitian ini yaitu semua penggemar otomotif di Tangerang Selatan yang menonton *channel* Youtube Den Dimas.

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiono, 2019) sampel bagian dari populasi dengan metode pengambilannya dilakukan dengan non-probability dengan teknik purposive sampling. (David Creswell & Creswell, 2023) juga menjelaskan bahwa dengan mengidentifikasi apakah desain pengambilan sampel untuk populasi ini adalah tahap tunggal atau bisa disebut pengelompokan. (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2019) mengungkapkan bahwa teknik purposive sampling, sebagaimana dijelaskan, merupakan metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam hal ini, pertimbangannya adalah memilih sampel dari kalangan penggemar otomotif di wilayah Tangerang Selatan.

**Sample Sizes Used in Marketing Research Studies**

Type of Study	Minimum Size	Typical Range
Problem identification research (e.g., market potential)	500	1,000–2,500
Problem-solving research (e.g., pricing)	200	300–500
Product tests	200	300–500
Test-marketing studies	200	300–500
TV/radio/print advertising (per commercial or ad tested)	150	200–300
Test-market audits	10 stores	10–20 stores
Focus groups	2 groups	6–15 groups

**Gambar 3.1 Sample Sizes Used in Marketing Research Studies 2020**

Sumber: (Naresh K. Malhotra - *Marketing research \_ an applied orientation* 2020).

Berdasarkan deskripsi penelitian ini tentang pengaruh kredibilitas sumber terhadap kepuasan informasi dan kegunaan informasi, riset ini dapat dikategorikan sebagai penelitian yang terkait dengan "*problem-solving research*" dalam kategori yang disediakan oleh Naresh K. Malhotra. Penelitian *problem-solving* umumnya berfokus pada menilai masalah spesifik dalam praktik bisnis atau keputusan manajerial, dan mencari solusi atau keputusan yang efektif berdasarkan hasil penelitian tersebut. Untuk penelitian seperti ini, Malhotra menyarankan ukuran

sampel minimal 200 dengan kisaran tipikal antara 300-500 responden. Ukuran ini dapat memberikan keandalan yang cukup untuk analisis statistik, terutama jika Anda menggunakan variabel seperti kredibilitas sumber sebagai prediktor terhadap kepuasan dan kegunaan informasi. Ini akan membantu memastikan bahwa hasil yang diperoleh representatif dan dapat diandalkan untuk membuat kesimpulan yang valid (Naresh K. Malhotra, 2020)

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
<b>Source Credibility</b>	<i>Source credibility</i> adalah tingkat kepercayaan sejauh mana sebuah sumber informasi terhadap konten dianggap dapat dipercaya, kompeten, dan dapat menjanjikan bagi penontonnya. (Coursaris & Van Osch, 2016)	<i>Believable</i> <i>Competent</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Youtuber otomotif Den Dimas dapat dipercaya.</li> <li>1. Youtuber otomotif Den Dimas memiliki pengetahuan dalam bidang otomotif.</li> <li>2. Youtuber otomotif Den Dimas memiliki kemampuan menyampaikan informasi dibidang otomotif.</li> </ol>
		<i>Trustworthy</i>	Youtuber otomotif Den Dimas memberikan sumber informasi dengan jujur dibidang otomotif.

<b>Information Usefulness</b>	<i>Information usefulness</i> adalah sejauh mana penonton percaya bahwa video tertentu akan memberikan informasi yang berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan efektivitas para penontonnya. (Coursaris & Van Osch, 2016)	<i>Valuable</i>  <i>Useful</i>	Saya merasa Youtube otomotif Den Dimas memberikan informasi yang berharga.  Saya percaya informasi yang diberikan dalam Youtube otomotif Den Dimas ini meningkatkan efektivitas dalam keterampilan dibidang otomotif.
<b>Information Satisfaction</b>	<i>Information satisfaction</i> adalah sejauh mana penonton merasa bahwa informasi yang diterima dapat memenuhi perasaan atau sikap terhadap informasi yang diterima. (Coursaris & Van Osch, 2016)	<i>Feelings</i>	1. Saya merasa puas akan informasi yang diberikan Den Dimas.  2. Saya merasa senang akan informasi yang diberikan Den Dimas.

### 3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data primer yaitu, jenis yang dipilih pada penelitian. Menurut (Sugiono, 2019) menjelaskan bahwa data primer merupakan sumber data yang secara langsung diberikan kepada pengumpul data. Kuesioner adalah cara pengumpulan data primer.

Menurut (Sugiono, 2019), kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui Google Form kepada subjek penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Metode ini dinilai efisien dan cocok digunakan untuk menjangkau

responden dalam jumlah luas. Peneliti juga akan meminta kesediaan subjek untuk berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini.

Skala likert dipakai dalam penelitian ini, dikarenakan mampu mengukur dalam jarak yang dilakukan pada satu objek dengan lainnya serta mudah dalam melakukan perhitungannya. Menurut (Sugiono, 2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Dalam penelitian ini, kuesioner yang dibagikan menggunakan skala Likert dengan 5 poin skala (1-5), yaitu: 1 untuk Sangat Tidak Setuju, 2 untuk Tidak Setuju, 3 untuk Netral, 4 untuk Setuju, dan 5 untuk Sangat Setuju.

### **3.5 Objek Penelitian**

Menurut (Sugiono, 2019) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Objek pada penelitian ini adalah Den Dimas yang aktif dalam sosial media Youtube.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan program SPSS (Statistical Package for Social Sciences) untuk menganalisis data. Metode analisis regresi linier berganda, juga dikenal sebagai multiple linear regression, digunakan. SPSS berbasis Windows dan memungkinkan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik (Ghozali, 2018).

#### **3.6.1 Uji Kualitas Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hasil survei yang dikirimkan kepada responden. Sebelum melanjutkan analisis, peneliti harus mengevaluasi kualitas data yang mereka peroleh. Data penelitian yang memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas dianggap berkualitas.

##### **3.6.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi validitas kuesioner (Ghozali, 2018). Uji validitas mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner benar-benar

dapat mengukur variabel yang dimaksud karena kuesioner dikatakan valid jika itemnya dapat mengungkapkan informasi yang ingin diukur. Validitas diukur melalui indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas ini mengidentifikasi seberapa tepat alat ukur sesuai dengan tujuan pengukuran. Karl Pearson dipakai untuk ketepatan pada kuesioner.

Nilai signifikanyaitu  $(\alpha) = 5\%$

1. Kuesioner valid jika r hitung lebih besar dari r tabel.
2. Kuesioner tidak valid jika r hitung tabel kurang

### **3.6.1.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2018), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioener yang merupakan indikator dari konstruk atau variabel. Jika jawaban seseorang terhadap pernyataan dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner dikatakan handal atau reliabel. Apabila hasil  $\alpha$  (Cronbach's Alpha) lebih besar dari 0,50, variabel dianggap reliabel. Untuk menghitung reliabilitas suatu kuesioner, digunakan rumus Cronbach's Alpha, yang merupakan salah satu koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2018).

### **3.6.2 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif terdiri dari tiga komponen utama, yaitu frekuensi, ukuran tendensi sentral, dan dispersi. Frekuensi merujuk pada jumlah individu di berbagai kategori atau kelompok, seperti departemen dalam sebuah sampel perusahaan. Semakin tinggi frekuensi yang ditunjukkan dalam output, semakin banyak individu yang termasuk dalam kategori tersebut (Sekaran & Bougie, 2017). Penelitian ini mempergunakan skala interval, sehingga yang dicari nilai rata. Nilai rata yang dihasilkan dari nilai rata-rata dari hasil kuesioner setiap responden.

### **3.6.3 Uji Asumsi Klasik**

Penelitian ini untuk menguji hipotesis menggunakan regresi linier berganda. Sebelum itu, perlu dilakukan uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas, yang dilakukan dengan bantuan software SPSS.

### **3.6.3.1 Uji Normalitas**

Untuk menentukan apakah residual atau variabel pengganggu terdistribusi normal dalam model regresi, uji normalitas data dilakukan. Hasil uji t dan F menunjukkan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji statistik dapat menjadi tidak valid jika asumsi ini tidak terpenuhi, terutama dengan sampel yang kecil. Analisis grafik dan uji statistik adalah cara untuk mengetahui apakah model regresi terdistribusi normal. Ghozali (2018) Pengujian Satu Sampel Kolmogorov-Smirnov (K-S) menunjukkan bahwa data terdistribusi normal jika nilai tanda K-S lebih besar dari 0,05.

### **3.6.3.2 Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2019), uji multikolinieritas digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak harus menunjukkan korelasi (Ghozali, 2019). Nilai toleransi dan nilai faktor penginflasian variabilitas (VIF) menunjukkan multikolinieritas. Nilai VIF mengukur variabilitas variabel independen tertentu yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Oleh karena itu, nilai VIF yang tinggi sebanding dengan nilai toleransi yang rendah ( $VIF = 1/\text{Toleransi}$ ). Nilai toleransi  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$  adalah nilai cutoff yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas.

### **3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan dalam variasi antara residual pengamatan satu model regresi dan pengamatan lainnya. Homoskedastisitas terjadi ketika perbedaan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama; heteroskedastisitas terjadi ketika perbedaan berbeda. Homoskedastisitas atau heteroskedastisitas tidak terjadi dalam model regresi yang baik (Ghozali, 2018). Uji Glejser digunakan untuk melakukan uji homogenitas ini. Menurut Ghozali (2018), uji ini adalah uji hipotesis yang

digunakan untuk mengetahui apakah ada indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. membuat keputusan tentang uji Glejser ini, yaitu:

- a. Data menunjukkan varian yang homogen jika nilai signifikansi (sig) berdasarkan rata-rata lebih besar dari 0,05.
- b. Jika nilai signifikansi (sig) berdasarkan rata-rata kurang dari 0,05, maka data menunjukkan variasi yang tidak konsisten.

#### **3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan apakah ada hubungan antara lebih dari satu variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2018). Persamaan umum untuk analisis regresi linier adalah sebagai berikut:

$$Y1 = a + \beta1.X1 + e$$

$$Y2 = a + \beta1.X1 + e$$

Keterangan:

Y1: *Information Usefulness*

Y2: *Information Satisfaction*

a : konstanta regresi

$\beta1$ -  $\beta3$  : nilai turunan atau peningkatan variabel bebas

X1 : *Source Credibility*

e : error

#### **3.6.5 Uji Hipotesis**

Uji hipotesis menggunakan pengujian parsial dan simultan, serta analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat, baik melalui uji koefisien regresi secara individu (Uji t) atau uji koefisien regresi bersama (Uji F). Selanjutnya, uji koefisien determinasi (Uji R) digunakan untuk menentukan tingkat ketepatan (Ghozali, 2018).



### **3.6.5.1 Uji Parsial (t)**

Pengujian ini dilakukan untuk menilai seberapa signifikan pengaruh satu variabel independen atau bebas secara individual terhadap variasi variabel dependen atau terikat. Metode untuk menerima hipotesis (Ghozali, 2018):

1. Jika  $\text{sig. } t < 0,05$  maka  $H_a$  ditolak.
2. Jika  $\text{sig. } t < 0,05$  maka  $H_a$  diterima.

### **3.6.5.2 Uji F**

Salah satu hipotesis dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda adalah uji F, yang menilai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan (simultan). Uji F juga menentukan pengaruh semua variabel independen dalam model terhadap variabel dependen secara bersamaan. Uji F pada penelitian ini dilakukan dengan pengujian MANOVA. MANOVA mempertimbangkan rata-rata dari satu variabel bebas dan lebih dari satu variabel terikat. Dalam penggunaan Analisis Variansi Multivariat (MANOVA), terdapat beberapa asumsi yang perlu dipenuhi. Salah satunya adalah bahwa ukuran sampel harus lebih besar daripada yang diperlukan dalam Analisis Variansi Univariat. Dalam MANOVA, terdapat batasan khusus dalam setiap kelompok atau sel. Setiap kelompok harus memiliki minimal 20 observasi, dan jumlah sampel di setiap kelompok harus lebih besar daripada jumlah variabel dependen yang ada.

### **3.6.5.3 Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ), yang menunjukkan seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, dapat dilihat pada nilai kubik R yang disesuaikan. Untuk menguji hipotesis pada output SPSS, nilai koefisien determinasi ditampilkan pada Model Summary pada kolom Adjusted R Square. Ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen seperti source credibility. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu, atau  $0 \leq R^2 \leq 1$ .

1. Jika nilai Adjusted R Square lebih besar, maka model regresi yang digunakan lebih baik, karena ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen juga lebih besar. Sebaliknya, keadaan sebaliknya berlaku. Ketika satu variabel independen (bebas) ditambahkan ke dalam model, nilai Adjusted R Square dapat meningkat atau menurun.