

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini harus membutuhkan data valid untuk menyusun karya tulis dalam bentuk skripsi. Penelitian ini, sang penulis membuat penelitian jenis *field research* yakni penelitian yang terjun ke lapangan untuk mendapatkan informasi diperlukan oleh peneliti.¹ Pendekatan yang dipakai merupakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan analisis ini menggunakan bilangan, sejak dari proses pengumpulan data, menampilkan data, dan analisis data. Pendekatan kuantitatif ini merupakan analisis yang menekankan pada analisis numeric dan kemudian dianalisis dengan data numerik yang akurat seperti dilapangan.²

B. Setting Penelitian

Setting penelitian merupakan *setting* yang melingkupi waktu penelitian dan tempat pelaksanaan. Penunjukkan tempat yang ditetapkan agar mempermudah objek yang diambil dari tujuan riset, yang berdampak dari persoalan yang tidak amat besar. Adapun lokasi tempat yang akan dilakukan penelitian adalah minat masuk perguruan tinggi IAIN Kudus.

C. Sumber Data

Sumber data adalah sebagian kenyataan dan angka yang tidak mutlak, belum dapat digunakan oleh pengguna. Maka dari itu sumber data harus diubah terlebih dahulu. Data yaitu dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer. Yaitu merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama yang dikumpulkan oleh peneliti. Misalnya data primer bisa berupa data angket. Seluruh data adalah data yang masih belum diolah sehingga harus diproses dengan keperluan yang sinkron.
2. Data Sekunder. Merupakan data yang sudah diolah individu dengan sedemikian rupa menjadi bentuk, seperti grafik,

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 13.

² Hardani, dkk., *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), 238.

diagram, tabel, gambar.³ Data yang dicakup adalah data sekunder dalam riset ini yang diperoleh dari pengamatan, dokumentasi terhadap penerimaan mahasiswa baru IAIN Kudus.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian ini adalah, keseluruhan dari anggota dari suatu wilayah yang jadi tujuan penelitian dari objek penelitian. Dari sudut pandang populasi kerumitan objek populasi, adapun dibedakan menjadi populasi homogen (seluruh orang yang menjadi bagian populasi yang mempunyai watak sama antara satu dengan yang lainnya).⁴ Populasi penelitian penulis adalah mahasiswa baru IAIN Kudus angkatan 2022/2023.

2. Sampel

Sampling (pengambilan sampel) adalah tindakan untuk mencari beberapa komponen seadanya dari populasi, dalam penelitian atau riset mengenai sampel dan memahami karakteristik untuk membuat penyamarataan sifat komponen populasi.⁵ Jumlah populasi pada penelitian ini tidak terhingga, maka dari itu penetapan nilai sampel dengan rumus Slovin.

$$n = \left(\frac{N}{1 + N \cdot e^2} \right)$$

Penjelasan:

n = Jumlah sampel.

N = Jumlah Populasi = 2.545

E = Margin *error*.

Untuk hasil perkiraan sampel pada penelitian ini, maka sampel yang dibutuhkan apabila taraf harapan 95% dan kesalahan yang potensial timbul 0,10.

Maka:

³ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), 83-84.

⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disetasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 147.

⁵ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian; Skripsi, Tesis, Disetasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 148-149.

$$\left(\frac{2.545^2}{1 + 2.542(0,10)^2} \right) = 99,9 = 100$$

Jumlah sampel yang dilakukan penelitian ini adalah 100 responden. Dalam penelitian ini sampel yang dilakukan penulis adalah accidental sampling (teknik pengambilan contoh berdasarkan ketepatan).⁶

E. Desain Dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang bisa ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya.

a. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Penelitian ini variabel independennya adalah Promosi dan *Integrated Marketing Communications* (IMC).

b. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi variabel lain. Penelitian ini variabel dependennya adalah minat.

2. Definisi Operasional Variabel

Untuk dapat mempermudah dalam menjelaskan variabel pada penelitian ini dibutuhkan definisi operasional, antara lain:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi (XI)	Promosi merupakan aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan mempengaruhi pelanggan menggairahkan	1. Iklan	Terdapat promosi iklan berupa spanduk, poster dan di jalan	<i>Like rt</i> 1-5
		2. <i>Personal selling</i>	melakukan promosi secara langsung.	

⁶ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2009), 103-104.

	n minatnya untuk membeli produk. ⁷	3. Publisitas	memberikan informasi di media sosial.	
<i>Integrated marketing Communications (IMC). (XII)</i>	IMC (<i>integrated marketing communication</i>) merupakan proses pengelolaan semua sumber informasi tentang produk/jasa yang disampaikan kepada konsumen atau calon konsumen yang terkena perilaku konsumen dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan loyalitas konsumen. ⁸	1. Periklanan	Melakukan periklanan dengan media	<i>Like rt 1-5</i>
		2. Promosi pemasaran	Melakukan komunikasi pemasaran dengan koordinasi periklanan dan penjualan pribadi.	
		3. Hubungan masyarakat	Melakukan komunikasi pemasaran dengan melibatkan organisasi atau sekelompok orang.	
		4. Penjualan personal	Melakukan komunikasi pemasaran dengan personal.	

⁷ Yola Putri Ningsih, Shinta Wahyu Hati, Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk ACCU YUASA yang di Promosikan Distributor PT Riau Indotama Abadi di Batam, *Jurnal of Business Administration*, Vol. 1, No. 1 (2017), 13.

⁸ Rebekka Rismayanti, “*Integrated Marketing Communications (IMC)*”, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 13, No. 2, (2016), 225.

		5. Pemasaran langsung. ⁹	Melakukan komunikasi pemasaran dengan menemui secara langsung untuk mempengaruhi personal.	
Minat (Y)	Promosi adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang muncul sebagai respon terhadap objek yang	1. Minat Transaksional	Melakukan pencarian informasi yang dibutuhkan seseorang.	<i>Like rt 1-5</i>
		2. Minat Referensial	Melakukan pengenalan dan merekomendasikan perguruan tinggi.	
		3. Minat Preferensial	Mempengaruhi seseorang untuk memilih masuk di IAIN Kudus.	

⁹ Caroline Viliaus dan Rudolf L. Tobing,” Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pond’s yang Dimediasi Oleh Brand Equity (Studi Kasus Konsumen Produk Pond’s di Central Park Mall, Jakarta)”, *Jurnal Manajemen Bisnis* 12, No. 2 (2017), 129

	menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan keinginan yang mereka minati. ¹⁰	4. Minat Eksploratif ¹¹	Mempersilahkan untuk mengunjungi IAIN Kudus agar mendapatkan informasi lebih lanjut.	
--	---	------------------------------------	--	--

F. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dinyatakan benar pada suatu instrumen. Setelah kuesioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam pengujian belum tentu data yang terkumpul adalah data yang valid.¹² Jika instrumen penelitian tersebut betul maka akan menghasilkan pengukuran yang betul. Penelitian ini yang berhubungan dengan responden, maka item-item pertanyaan disusun berdasarkan kriteria yang dirujuk dari teori sehingga dapat menghasilkan instrumen yang valid maupun rasional.

Apabila instrumen tersebut sudah tersusun, kemudian disebarkan kepada keompokan responden. Setelah itu instrumen dikembalikan maka dapat dilakukan pengujian validitas dengan statistik. Teknik statistik yang digunakan adalah korelasi.

Langkah-langkah pengujian validitas secara korelasi, sebagai berikut:

- a. Korelasi skor-skor nomor angket dengan skor total variabelnya.
- b. Jika nilai r yang didapat positif, maka kemungkinan valid.

¹⁰ Nora Pitri Nainggolan dan Heryenzus, “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi MInat Beli Konsumen dalam Membeli Rumah di Kota Batam”, *Jurnal Ilmiah manajemen dan Bisnis*, Vol. 19, No.1, (2018), 45.

¹¹ Soffan Marshus, dkk., Pengaruh Integrated Marketing Communications (IMC) Terhadap Minat Top Up Saldo Pengguna OVO di Mall of Serpong, *Jurnal Manajemen Perusahaan*, Vol. 1, No. 1, (2022), 40.

¹² Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002) , 104.

- c. Meskipun positif, perlu nilai korelasinya yang dihitung signifikan atau tidak. Caranya membandingkan r-hitung serta nilai r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel. Oleh karena itu, butir instrument menghasilkan signifikan.¹³

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas mempunyai nama lain diantaranya seperti kepercayaan, kestabilan. Tujuan dari uji reliabilitas untuk melihat suatu instrumen penelitian itu bisa meyakinkan atau bukan. Cara menguji reliabilitas dengan menggunakan *split half*, maka digunakan sebagai berikut:

- a. Belah instrumen menjadi dua bagian (instrumen yang nomornya ganjil atau genap)
- b. Korelasikan skor kuantitas ganjil juga skor kuantitas genap dengan statistik korelasi produk momen (r).
- c. Masukkan nilai korelasi yang didapatkan ke dalam rumus *spearman brown*.
- d. Dapat disimpulkan, jika nilai koefisien reliabilitas (*spearman brown*) ≥ 60 ¹⁴hasilnya reliabilitas yang terpercaya

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses perhimpunan informasi dengan taktik memberi pertanyaan kepada subjek penelitian. Peneliti dapat mengupas informasi sedetail mungkin berkaitan dengan masalah yang dikaji. Disini peneliti digunakan untuk menanyakan peningkatan minat masuk mahasiswa baru ke IAIN Kudus maupun informasi yang diperlukan oleh penulis.

2. Angket

Pengumpulan data dengan metode angket merupakan teknik pengumpulan data dengan proses penyebaran sekumpulan persoalan kepada responden.

¹³ Azuar Juliandi, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, (Medan: UMSU, Press, 2014), 76-77.

¹⁴ Azuar Juliandi, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, 80-81.

Tipe pertanyaan yang digunakan untuk menjawab adalah tipe tertutup. Angket menggunakan sistem pengukuran dengan *skala likert*, skala yang berdasarkan pada perhitungan perilaku responden dalam menjawab berkaitan dengan indikator suatu variabel yang sedang diukur. Dengan pembagian skor sebagai berikut:¹⁵

Tabel 3. 2 Respon Responden

Tanda	Respon Responden	Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

H. Teknik Analisis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menilai apakah didalam hasil model regresi linier terdapat masalah-masalah uji asumsi klasik. Informasi yang benar dan nyata dengan menggunakan cara statistik inferensial membutuhkan percobaan lebih dahulu terpaut dengan uji asumsi klasik pada bukti yang sudah ada, yang memiliki tujuan untuk mengetahui pemencaran data. Cara pengujiannya yang digunakan sebagai berikut:¹⁶

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan model regresi yang didapatkan adanya korelasi antar variabel bebas. Bentuk regresi yang baik maka tidak akan timbul korelasi yang ideal atau mendekati ideal pada variabel bebas, untuk mendapatkan agar tidak terjadi ataupun terjadi multikolinearitas maka mengamati pada perhitungan *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika timbul multikolinearitas maka menggunakan perhitungan *tolerance* yang rendah serta perhitungan VIF yang tinggi.

¹⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 59-60.

¹⁶ Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan Inferensial Aplikasi Prgram SPSS dan Excel*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2014), 113.

Sebaliknya, jika timbul multikolinearitas maka perhitungan $tolerance < 10$ kemudian nilai $VIF > 10$.¹⁷

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah suatu bentuk regresi pada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terlihat persoalan autokorelasi. Uji autokorelasi menggunakan percobaan dengan memakai Uji *Durbin-Watson* (DW test). Uji *Durbin-Watson* bertujuan untuk menilai adanya autokorelasi yang residual. Pengambilan ketentuan ada tidaknya autokorelasi yaitu:

- 1) Batas atas $< Durbin-Watson < 4$ -batas atas sehingga H_0 diterima, maka tidak timbul autokorelasi.
- 2) $Durbin\ Watson < \text{batas bawah atau } durbin-watson > 4 - durbin-watson$ sehingga H_0 ditolak, maka timbul autokorelasi.
- 3) Batas bawah $< durbin-watson < \text{batas atas atau } 4 - \text{batas atas} < durbin-watson < 4 - \text{batas bawah}$, maka hasil tersebut tidak dapat disimpulkan.

Angka batas atas dan batas atas dapat dilihat pada tabel statistik *Durbin-Watson*. Misalkan, $n=15$, $K= 3$, yang didapatkan dari batas bawah = 0,814 dan batas atas= 1,750. Diperoleh nilai 4-batas atas 2,250 dan 4-batas bawah 3,186.¹⁸

c. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah bertujuan buat menguji segala sesuatu di dalam model regresi, dari variabel dependen dan independennya mempunyai nilai distribusi normal atau tidak. Menurut, Ghozali, apabila dilihat analisis grafik histogram dan grafik normal P-plot dapat diartikan bahwa grafik histogram memberikan distribusi *skewness* ke kiri dan tidak normal. Berikutnya, grafik normal plot data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

¹⁷ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset), 150-154.

¹⁸ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 172-173.

Uji normalitas mampu dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan *skewness* dari residual dengan menggunakan uji statistic Non-Parametrik Kolmogorov-Sminov dengan sampel ≥ 50 atau Shapiro wilk dengan sampel kecil ≤ 50 .¹⁹

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu bermaksud regresi yang ada ketidaksamaan dengan varian dari residual mulai dari pengamatan ke pengamatan berbeda. Adapun model regresi yang tepat maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Bentuk uji heteroskedastisitas adalah:

- 1) Uji Glejser yaitu merupakan cara mengregresikan variabel independen melalui nilai absolut residualnya. Apabila taraf substansial variabel independen melalui nilai residual bertambah dari 0,5 bahwa tidak kedapatan masalah heteroskedastisitas.
- 2) Memandang dari titik scatterplots regresi, melalui bentuk dari grafik Scatterplots dan *Standardized Predicted Value* (ZPRED) melalui studentized residual (SRESID). Adapun ada dan tidaknya pada pola dari grafik scatterplots antara ZPRED dan SRESID, apabila dari sumbu Y telah diperkirakan dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya). Dasar pengambilan keputusannya:
 - a) Apabila ada pola spesifik ibarat titik-titik menggambarkan bentuk suatu pola yang teratur (melebar, menyempit, dan bergelombang) sehingga timbul heteroskedastisitas.
 - b) Jika tanpa pola yang tidak jelas ibarat titik-titik menyebar di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Data

a. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yaitu dengan menjumlahkan variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Uji ini

¹⁹ Azuar Juliandi, dkk., *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*, (Medan: Lemba Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2016), 55.

untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.²⁰ Misalkan penelitian ini pengaruh promosi dan *Integrated Marketing Communication* (IMC) terhadap minat. Maka regresi linier berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Minat

X₁ : Promosi

X₂ : *Integrated Marketing Communication* (IMC)

B₁, B₂ : Koefisien Regresi

e : Variabel Pengganggu

Regresi linier berganda harus mencakup hipotesis agar nilai koefisien yang tidak menyimpang. Dibawah ini asumsi-asumsinya:

- 1) Variabel bebas dan variabel yang tidak bebas memiliki hubungan linier.
- 2) Variabel bebas bersifat kontinu.
- 3) Ragam dari perbedaan nilai keadaan dan asumsi harus sama untuk semua nilai asumsi.
- 4) Tidak ada hubungan timbal balik antara variabel independen satu dengan variabel independen yang lain.²¹

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan pada variabel terikat. Pengambilan keputusan ini berdasarkan signifikan, jika $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima. Sebab signifikansi uji t kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak.²²

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengerti secara bebarengan variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Percobaan

²⁰ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 127.

²¹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 134-135.

²² Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 139-142.

memakai taraf signifikan 0,05. Pengambilan keputusan ini berdasarkan signifikansi, apabila $< 0,05$ sehingga H_0 ditolak, dan bila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima. Karena signifikansi uji F kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak.²³

d. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali, penentuan suatu garis regresi ditentukan dengan besar kecilnya koefisien determinasi atau koefisien R^2 (*R square*). Nilai koefisien R^2 pada analisis regresi berguna untuk menunjukkan ukuran kesamaan garis regresi yang dihasilkan. Jika semakin besar nilai R^2 maka semakin tinggi penguasaan model regresi yang diperoleh untuk mengimplementasikan suatu keadaan sesungguhnya. Kemampuan pada garis regresi untuk menguraikan variasi yang timbul pada Y ditunjukkan pada besarnya koefisien determinasi. Besarnya koefisien determinasi dilihat pada tabel *output model summary*.

Koefisien determinasi R^2 atau *R square* berfungsi sebagai ketetapan garis regresi yang dibuat dari hasil dugaan terhadap kelompok informasi yang diperoleh saat penelitian dan mengukur besarnya perbandingan dan banyaknya jenis Y yang dijabarkan pada bentuk regresi atau menaksir besar kontribusi dari besaran yang dapat diambil salah satu dari suatu yang dijelaskan variabel X terhadap macam besaran tangga Y.²⁴

²³ Duwi Priyatno, *Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, 137-138.

²⁴ Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linier Ganda Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 208.