

Nama : Adea Aprilia

NPM : 2313031034

Kelas : 2023 B

POPULASI DAN SAMPEL

Judul Penelitian:

“Pengaruh Media Sosial TikTok dan Celebrity Endorsment terhadap Minat Membeli Produk dengan Memperhatikan Uang Saku pada Siswa kelas XI di SMAN 2 Bandar Lampung”

A. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Pujiati et al., 2025). Sementara itu, Amin et al. (2024) Populasi adalah keseluruhan elemen dalam penelitian, meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu yang menjadi fokus pengamatan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI SMAN 2 Bandar Lampung pada tahun ajaran 2025/2026. Populasi tersebut mencakup seluruh siswa kelas XI tanpa membedakan jurusan, jenis kelamin, maupun latar belakang sosial ekonomi, yang aktif menggunakan media sosial TikTok dan memiliki uang saku sebagai sumber daya finansial dalam melakukan keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini dipilih karena siswa kelas XI SMAN 2 Bandar Lampung merupakan kelompok yang aktif menggunakan media sosial TikTok, sehingga relevan untuk mengkaji pengaruh konten TikTok dan celebrity endorsement terhadap minat membeli produk. Selain itu, siswa kelas XI umumnya telah memiliki uang saku sendiri, yang memungkinkan mereka melakukan pertimbangan finansial dalam mengambil keputusan pembelian. Pemilihan siswa kelas XI juga didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka berada pada usia remaja yang sedang membentuk perilaku konsumtif, mudah terpengaruh oleh figur publik, serta cukup matang secara kognitif untuk memahami dan mengisi instrumen penelitian (kuesioner) dengan baik. Dengan demikian, populasi ini dianggap representatif dan sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menganalisis hubungan antara media sosial TikTok, celebrity endorsement, uang saku, dan minat beli.

Tabel 1. Jumlah Siswa Kelas XI di SMA Negeri 2 Bandar Lampung pada tahun ajaran 2025/2026

No	Kelas	Jumlah Siswa
1	XI.A 1	30
2	XI.A 2	30
3	XI.A 3	35
4	XI.B 1	30
5	XI.B 2	33
6	XI.C 1	30
7	XI.C 2	30
8	XI.C 3	30
9	XI.D 1	32
10	XI.D 2	30
Total		310

B. Sampel

Menurut Amin et al. (2024) sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih dengan teknik tertentu dan dianggap mampu mewakili karakteristik populasi. Sedangkan menurut Pujiati et al. (2025) menjelaskan bahwa pengambilan sampel dilakukan karena peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi akibat keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan (*error*) sebesar 10%. Dengan jumlah populasi (N) sebesar 310 siswa sehingga diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{310}{1 + 310(0,1)^2}$$
$$n = \frac{310}{1 + 3,1}$$
$$n = 75,6 \approx 76$$

Keterangan:

- n = ukuran sampel
- N = jumlah populasi
- e = tingkat kesalahan (ditetapkan 0,10 atau 10%)

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 76 siswa dari total populasi 310 siswa.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena penelitian ini memerlukan responden yang memiliki karakteristik khusus yang relevan dengan variabel yang diteliti, yaitu siswa kelas XI yang aktif menggunakan media sosial TikTok dan memiliki uang saku.

Langkah-langkah pengambilan sampel:

1. Menentukan populasi penelitian

Populasi penelitian ditetapkan sebagai seluruh siswa kelas XI SMAN 2 Bandar Lampung pada tahun ajaran yang sedang berlangsung dengan jumlah keseluruhan sebanyak 310 siswa.

2. Menentukan teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3. Menentukan kriteria sampel

Kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi:

- siswa kelas XI SMAN 2 Bandar Lampung,
- aktif menggunakan media sosial TikTok,
- memiliki uang saku yang diterima secara rutin.

4. Menentukan jumlah sampel

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error) sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 76 siswa.

5. Membagi sampel secara *purposive*

Sampel dibagi secara proporsional ke dalam 10 kelas XI sesuai dengan jumlah siswa di masing-masing kelas agar setiap kelas terwakili secara seimbang.

6. Menentukan responden penelitian

Dari setiap kelas, siswa yang memenuhi kriteria *purposive sampling* dipilih sebagai responden hingga jumlah sampel terpenuhi.

7. Pengumpulan data penelitian

Responden yang telah terpilih selanjutnya diberikan kuesioner untuk mengumpulkan data terkait penggunaan media sosial TikTok, pengaruh celebrity endorsement, uang saku, dan minat membeli produk.

Hasil pembagian sampel:

Berdasarkan jumlah populasi sebanyak 310 siswa kelas XI SMAN 2 Bandar Lampung dan jumlah sampel yang diperoleh melalui rumus Slovin sebanyak 76 siswa, maka pembagian sampel dilakukan secara *purposive* sesuai dengan jumlah siswa di masing-masing kelas.

Adapun hasil pembagian sampel pada masing-masing kelas XI adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Sampel pada masing-masing kelas XI

No	Kelas	Jumlah Siswa (N_i)	Jumlah Sampel (n_i)
1	XI.A 1	30	8
2	XI.A 2	30	8
3	XI.A 3	35	9
4	XI.B 1	30	7
5	XI.B 2	33	8
6	XI.C 1	30	7
7	XI.C 2	30	7
8	XI.C 3	30	7
9	XI.D 1	32	8
10	XI.D 2	30	7
Total		310	76

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria sampel yang digunakan adalah:

- Siswa yang terdaftar sebagai siswa kelas XI SMAN 2 Bandar Lampung.
- Siswa yang aktif menggunakan media sosial TikTok.
- Siswa yang memiliki uang saku sebagai sumber dana pribadi dalam melakukan pembelian.

Penggunaan teknik *purposive sampling* dianggap tepat karena penelitian ini membutuhkan responden yang benar-benar relevan dengan variabel penelitian, sehingga data yang diperoleh diharapkan lebih akurat dan mampu menggambarkan pengaruh media sosial TikTok dan *celebrity endorsement* terhadap minat membeli produk dengan mempertimbangkan uang saku.

D. Daftar Pustaka

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2024). *Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian*. **Jurnal Pendidikan Tambusai**, 7(3).

Pujiati, Rusman. T., & Yuliyanto, R. (2025). *Metodologi penelitian pendidikan berbasis kasus*. Yogyakarta, Indonesia: CV Bintang Semesta Media.