

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Menurut Sugiyono (2018) strategi asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk mengetahui hubungan variabel atau pengaruh faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), dan faktor psikologis (X_4) yang merupakan variabel bebas terhadap keputusan pembelian (Y) yang merupakan variabel terikat.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini mencakup semua konsumen yang melakukan pembelian di restoran Burger King Salemba Raya yang jumlahnya tidak diketahui.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui, maka sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Rao Purba (Sujarweni, 2015) yaitu:

$$\left[n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2} \right]$$

Keterangan :

n =Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)

Moe =Margin of Error

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10%, maka jumlah sampel yang dapat diambil sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah minimal 96 responden. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampling *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden minimal 1 (satu) kali membeli produk di restoran Burger King Salemba Raya.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen restoran Burger King Salemba Raya.

Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari studi pustaka melalui berbagai tulisan seperti buku, jurnal, artikel, dan situs internet untuk mendukung penelitian.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Metoda pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Daftar pertanyaan atau kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden. Responden adalah konsumen yang membeli produk di restoran Burger King Salemba Raya.
2. Riset pustaka, yaitu dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai buku, literatur, catatan, jurnal, artikel dan internet yang berkaitan dengan penelitian.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item	Kode
Budaya (X ₁)	Subbudaya	Wilayah geografis	1	B1
	Kelas sosial	Mencerminkan kelas sosial	2	B2
Sosial (X ₂)	Kelompok referensi	Mengikuti kelompok	3	S1
		Saran dari teman	4	S2
	Keluarga	Pengalaman anggota keluarga	5	S3
		Permintaan pasangan/anak-anak	6	S4
	Peran dan status	Menggambarkan status sosial	7	S5
		Mewakili peran dan status di masyarakat	8	S6
Pribadi (X ₃)	Usia dan tahap siklus hidup	Dinikmati oleh berbagai usia	9	P1
	Pekerjaan dan keadaan ekonomi	Pengaruh pekerjaan	10	P2
		Penghasilan	11	P3
		Kondisi keuangan	12	P4
	Kepribadian dan konsep diri	Rasa sesuai dengan karakteristik pribadi	13	P5
		Mencerminkan kepribadian	14	P6
	Gaya hidup dan nilai	Gaya hidup praktis	15	P7
		Kepercayaan	16	P8
Psikologis (X ₄)	Motivasi	Produk yang enak	17	Ps1
		Rasa penasaran	18	Ps2
	Persepsi	Persepsi atas iklan	19	Ps3
		Banyaknya konsumen yang membeli	20	Ps4
	Pembelajaran	Pengetahuan	21	Ps5
	Memori	Pengalaman sebelumnya	22	Ps6
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan pada sebuah produk	Mempertimbangkan berbagai informasi	23	KP1
		Merasa yakin	24	KP2
	Kebiasaan dalam membeli produk	Pengalaman orang terdekat	25	KP3
		Sudah terbiasa membeli	26	KP4
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Merekomendasikan kepada orang lain	27	KP5
	Melakukan pembelian ulang	Merasa puas	28	KP6
		Pembelian yang berkelanjutan	29	KP7

Sumber: (Kotler & Keller, 2012)

Penelitian ini menggunakan *skala likert* untuk mengukur seluruh variabel. Menurut Sugiyono (2018) *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban atas seluruh indikator pertanyaan atau pernyataan yang diberikan responden akan diukur dengan menggunakan skor, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2. *Skala Likert*

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju	4
2.	Setuju	3
3.	Tidak Setuju	2
4.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018)

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Data yang terkumpul dari hasil survei akan dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden dan ditabulasi. Pengolahan data dilakukan dengan perhitungan, menggunakan *software SmartPLS 3.0* agar hasil perhitungan dapat lebih mudah dan cepat diperoleh.

3.5.2. Metoda Penyajian Data

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar yang diharapkan akan mempermudah penelitian dalam menganalisis dan memahami data yang disajikan lebih sistematis.

3.5.3 Analisis Statistik Data

Analisis statistik data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2018) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian.

Partial least square merupakan metoda analisis yang powerfull dan sering disebut sebagai *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi regresi. Dalam uji analisis, PLS menggunakan dua evaluasi permodelan yaitu model pengukuran (*outer model*) untuk uji validitas dan reliabilitas dan model struktural (*inner model*) (Ghozali & Latan, 2015).

3.5.3.1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015) model pengukuran atau *outer model* menggambarkan hubungan antar blok indikator dengan variabel latennya. Model pengukuran atau *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel lainnya, rangkaian uji yang dilakukan pada *outer model* yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian (Ghozali, 2016). Agar dapat diperoleh suatu hasil yang valid, penelitian ini menggunakan pendekatan uji validitas instrument yang digunakan untuk menilai keahlian setiap item yang digunakan dalam penelitian.

Uji validitas dalam *outer model* dengan indikator refleksif dievaluasi melalui *convergent validity* dan *discriminant validity* dari indikator pembentuk konstruk laten. Sedangkan *outer model* dengan indikator formatif dievaluasi melalui *substantive contentnya* dengan membandingkan besarnya *relative weight* dan melihat signifikansi dari indikator konstruk tersebut menurut Chin (dalam Ghozali & Latan, 2015).

a. *Convergent Validity*

Convergent validity dari model pengukuran dengan model reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antar item score atau *component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai loading 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup menurut Chin (dalam Ghozali & Latan, 2015).

b. *Discriminant Validity*

Metode menilai *discriminant validity* adalah dengan menguji validitas diskriminan dengan melihat nilai *cross loading factor*. *Cross loading factor* untuk mengetahui apakah variabel laten memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan korelasi indikator dengan variabel latennya harus lebih besar dibandingkan korelasi antar indikator dengan variabel laten lainnya.

Cara lain yang dapat menilai validitas dari konstruk yaitu dengan membandingkan akar *Average Variance Extracted* (AVE) dengan korelasi antar konstruk atau variabel laten, dipersyaratkan model yang baik kalau AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,5 (Ghozali & Latan, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2016). Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015) reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur atau instrument penelitian dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Kemudian untuk pengujian reliabilitas pada model SEM sendiri ada dua cara yaitu dengan *composite reliability* atau *cronbach alpha*.

Composite reliability mengukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu variabel sedangkan *cronbach alpha* mengukur nilai terendah reliabilitas suatu variabel sehingga nilai *composite reliability* selalu lebih tinggi dibandingkan *cronbach alpha*. Untuk dapat dikatakan suatu konstruk reliabel, maka nilai *composite reliability* 0,6 – 0,7 atau nilai *cronbach alpha* > 0,6 (Ghozali & Latan, 2015).

3.5.3.2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015) model struktural (*inner model*) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Dalam mengevaluasi structural model pada penelitian ini R-squares (R^2).

1. R-squares (R^2)

PLS R-squares mempresentasikan jumlah variance dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Dalam menilai model struktural dimulai dengan melihat nilai R-squares untuk setiap nilai variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model

struktural. Perubahan nilai R-squares dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantive (Ghozali & Latan, 2015). Nilai R-squares 0,67, 0,33, dan 0,19 menunjukkan model kuat, moderat dan lemah menurut Chin (dalam Ghozali & Latan, 2015).

3.5.4. Model Pengujian Hipotesis

3.5.4.1. Uji Signifikansi

Uji ini digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara individu. Peneliti akan menggunakan model struktural nilai *path coefficients* dan t statistik.

Path coefficients menunjukkan seberapa besar hubungan atau pengaruh konstruk laten yang digunakan dengan prosedur *bootstrapping* dan untuk t statistik adapun kriteria pengujiannya yaitu :

Ho: $\beta_i = 0$ (variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).

Ha: $\beta_i \neq 0$ (variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).

Nilai t statistik akan dibandingkan dengan t tabel pada α (10%) yaitu 1,65 (Ghozali & Latan, 2015). Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

Ho diterima, Ha ditolak jika t statistik $< 1,65$

Ho ditolak, Ha diterima jika t statistik $> 1,65$