

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Berdasarkan tujuan dan bentuk kerangka konseptual penelitian, maka pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pengaruh sistem aplikasi *e-wallet*, sosial media dan diskon terhadap minat pembelian konsumen pada Starbucks Cabang Gambir. Penelitian ini diawali dengan mengkaji teori-teori dan pengetahuan yang sudah ada sehingga muncul sebab permasalahan. Permasalahan tersebut diuji untuk mengetahui penerimaan atau penolakannya berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah hipotesis asosiatif, dimana hipotesis ini merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah asosiatif. Tujuan dari hipotesis asosiatif adalah untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Arlinkasari dan Akmal 2017:89).

Dalam mendukung strategi pada penelitian ini adalah menggunakan metode bersifat asosiatif, yaitu dengan teknik pengumpulan dan analisis data dengan mencari opini atau pendapat dari subjek yang diteliti (responden) dengan menggunakan kuesioner, yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel  $X_1$  (*E-Wallet*),  $X_2$  (Sosial Media),  $X_3$  (Diskon), dan  $Y$  (Minat pembeli).

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

##### **3.2.1. Populasi**

Menurut Sugiyono, (2016:115) populasi merupakan suatu objek yang berada di wilayah tertentu dengan kuantitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan sebagai objek dalam penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga tidak dapat dipastikan.

### 3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Agung, (2017:33) Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara- cara tertentu, yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Menurut Agung, (2017:33) teknik sampling adalah teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang akan digunakan yaitu *purposive sampling*. Pertimbangan yang digunakan adalah pelanggan yang melakukan keputusan pembelian setidaknya 2 kali di Starbucks.

Dalam menentukan sampel, apabila populasinya berjumlah lebih dari 100 maka sebaiknya diambil antar 10 – 15 % atau 20 – 25 % (Arikunto, 2006). Dan jika populasinya kurang dari 100 maka jumlah sampelnya adalah seluruh dari jumlah populasi (Arikunto, 2006). Berdasarkan teori tersebut peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 konsumen yang melakukan pembelian setidaknya 2 kali di Starbucks

### 3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

#### 3.3.1. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang peneliti gunakan adalah data primer dan data sekunder.

##### 1. Data Primer

Sumber data primer adalah responden dan internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarkan melalui internet. Dalam penelitian ini, data primer diketahui dari hasil pengisian kuesioner oleh seluruh pelanggan yang membeli di Starbucks Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Starbucks

##### 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah berupa buku, catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun tidak di publikasikan. Teknik

pengumpulan data sekunder ini digunakan untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa buku, jurnal, dan artikel yang terkait dalam penelitian ini.

### 3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Metode dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan berdasarkan buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk mendapatkan teori-teori yang dapat dijadikan pedoman dalam penelitian ini.

#### 2. Kuesioner

Kuesioner, yaitu dengan cara memberi lembar pertanyaan dalam bentuk pernyataan yang berkaitan dengan masalah penelitian kepada para pelanggan di Starbucks.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu *e-wallet*, sosial media, dan diskon. Sementara variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat pembelian. Adapun penjelasan mengenai masing masing variabel operasional dalam penelitian ini yaitu:

#### 1. *e-wallet* (X1)

Dompet digital (*digital wallet*) merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi.

#### 2. *Sosial Media* (X2)

Sosial media adalah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu serta dapat digunakan sebagai bentuk pemasaran suatu produk yang ingin disampaikan kepada penggunanya atau calon konsumen.

### 3. Diskon (X3)

Diskon adalah pengurangan harga secara langsung terhadap produk tertentu pada periode waktu tertentu, serta pembelian potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli.

### 4. Minat Pembelian (Y)

Minat beli adalah kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian dengan mencari informasi dari berbagai sumber. Konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut.

Alat-alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu lembaran angket dengan skala Likert. Variabel akan dijelaskan dengan beberapa indikator dan akan dijadikan item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kusioner. Instrument akan diuji dengan uji valid dan reliable sebelum digunakan untuk mengumpulkan data.

**Tabel 3.1**

**Bobot Alternatif Skala Likert**

No	Alternatif Jawaban	Nilai Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016: 168)

**Tabel 3.2**

**Dimensi Penelitian *E-wallet* (X1)**

Variabel	Dimensi	Sub Indikator	No Item
<i>E-wallet</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Easy to Learn</i>	a. Mudah dipelajari bagi pemula	1
	<i>Controlable</i>	a. <i>E-wallet</i> bekerja dengan mudah sesuai dengan yang diinginkan oleh pengguna,	2

<i>Clear and Undertandable</i>	a. <i>E-wallet</i> mudah untuk meningkatkan keterampilan pengguna	3
<i>Flexible</i>	a. Mudah di operasikan	4

Sumber: Silaen & Prabawani, (2019)

**Tabel 3.3**

**Dimensi Penelitian Sosial Media (X2)**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No Item</b>
Sosial Media (X <sub>2</sub> )	<i>Participation (keikutsertaan),</i>	a. media sosial memberikan kontribusi dan umpan balik bagi orang-orang yang tertarik.	1
	<i>Openness (keterbukaan),</i>	a. sebagian besar media sosial terbuka untuk menerima suatu umpan balik dan partisipasi	2
	<i>Conversation (percakapan),</i>	a. media sosial menggunakan cara berkomunikasi yang lebih baik, yaitu menggunakan metode percakapan komunikasi dua arah.	3
	<i>Community (masyarakat)</i>	a. media sosial memungkinkan komunitas untuk terbentuk dengan cepat dan dapat berkomunikasi dengan efektif. Dikarenakan komunitas tersebut adalah tempat orang-orang berbagi dengan minat yang sama.	4
	<i>Connectedness (menghubungkan)</i>	a. sebagian besar jenis media sosial berkembang karena keterhubungan mereka	5

Sumber: Putri & Ciputra, (2016)

**Tabel 3.4**  
**Dimensi Penelitian Diskon (X3)**

Variabel	Dimensi	Sub Indikator	No Item
Diskon (X <sub>3</sub> )	<i>Besarnya potongan harga</i>	a. Besarnya ukuran potongan harga yang diberikan pada saat produk di discount.	1
	<i>Masa potongan harga</i>	a. Jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya discount	2
	<i>Jenis produk yang mendapatkan potongan harga</i>	a. Keanekaragaman pilihan pada produk yang di discount.	3

Sumber: Putra, (2014)

**Tabel 3.5**  
**Dimensi Penelitian Minat Pembelian (Y)**

Variabel	Dimensi	Sub Indikator	No Item
Minat Pembelian	Minat Transaksional	a. Menggunakan seluruh layanan pada aplikasi	1
		b. Sering melakukan top-up saldo aplikasi	2
	Minat Referensial	a. Merekomendasikan penggunaan aplikasi kepada orang lain	3
		b. Memberikan testimoni positif pada setiap survey	4
	Minat Preferensial	a. Selalu bertransaksi menggunakan aplikasi	5
		b. Bertransaksi pada <i>merchant</i>	6

		yang bekerjasama dengan aplikasi	
	Minat Ekploratif	a. Mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai aplikasi	7

Sumber: Adriansyah et al., (2013)

Kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti berdasarkan teori para ahli kemudian disebarkan kepada sampel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya untuk dapat dilakukan tabulasi data, hingga analisis data menggunakan SPSS 25.0.

### 3.5. Metode Analisis Data

Data data yang telah didapatkan kemudian di analisis untuk dapat menjawab permasalahan penelitian sehingga dapat diperoleh hasil dan pembahasan serta kesimpulan dari temuan yang didapatkan. Analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini berdasarkan jumlah variable yang digunakan. Adapun analisis data yang digunakan yaitu sebagai berikut.

#### 3.5.1. Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan computer dengan program *Microsoft Excell* dan SPSS versi 25.0 dengan tujuan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat dan lebih efisien. Sebelum melakukan pengujian koefisien determinasi, akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah memenuhi syarat ketentuan dalam metode koefisien determinasi.

#### 3.5.2. Penyajian Data

Data yang sudah diolah akan disusun dengan menggunakan penyajian berupa tabel. Tabel digunakan untuk menentukan kategori kecenderungan masing-masing variabel tersebut dan agar lebih sistematis dalam memahami dan menganalisis data yang disajikan.

#### 3.5.3. Analisis Statistik Data

Analisis statistik data dilakukan untuk menjabarkan mengenai hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti, kemudian menggunakan data dari variabel independen dan dependen yang diperoleh dalam penelitian. Dalam penelitian ini

terdiri dari satu variabel dependen dan tiga variabel independen sehingga analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis koefisien determinan dan juga analisis hipotesis secara parsial dan simultan.

### 3.5.3.1 Uji Kualitas Data

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki validitas (tingkat kesahihan) dan reliabilitas (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan

### 3.5.4. Uji Instrumen Data

#### 3.5.4.1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk dapat mengukur tingkatan validitas atau kesahihan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen yang dinyatakan valid dapat diketahui dari nilai  $r$  hitung yang melebihi  $r$  tabel. Data yang valid merupakan data yang dapat mengungkapkan variabel penelitian lebih tepat dan terlit. Data yang valid juga menunjukkan bahwa data dalam penelitian benar adanya dan dapat mewakili keseluruhan populasi. Penghitungan uji validitas ini menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) dan *Microsoft Office Excel*. Setelah diperoleh, kemudian dibandingkan dengan tingkat kepercayaan 90% atau  $\alpha=0.1$  dengan  $dk = n-2$  ( $dk=25-2=23$ ). Jika dilihat dalam nilai-nilai  $r = 0.336$ . Jika  $>$  maka item tersebut dinyatakan valid, dan jika  $<$  maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas instrumen adalah Korelasi Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X^2) - (\sum X^2)\} \{(N \sum Y^2) - (\sum Y^2)\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi butir



$N$  = jumlah respon uji coba

$\sum X$  = jumlah skor item yang diperoleh uji coba

$\sum Y$  = jumlah skor total item yang diperoleh responden

Keputusan pengujian validitas data adalah:

1. Item pernyataan dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Item pernyataan dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$

### 3.5.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketetapan suatu instrumen (alat ukur) didalam mengukur gejala yang sama walaupun dalam waktu yang berbeda. Data yang reliable dapat diketahui dari hasil pengukursan setiap item variabel dalam penelitian. Data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa data yang diperleh dalam penelitian mampu memberikan hasil yang dapat dipercaya. Tinggi rendahnya hasil reliabilitas dapat penelitian dapat ditentukan dengan melihat nilai koefisien reliabilitas yaitu *Alfa Cronbach*. Adapun rumus yang digunakan untuk dapat mengetahui nilai *Alfa Cronbach* yaitu:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  = varians total

Hasil perhitungan dibandingkan dengan pada  $\alpha = 10\%$  jika  $<$  maka dinyatakan tidak reliabel. Perhitungan dalam dengan kriteria kelayakan jika  $>$  berarti dinyatakan reliabel, dan pengujian reliabilitas menggunakan bantuan SPSS 25.

### **3.5.5. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.5.5.1. Uji Normalitas**

Uji Asumsi Klasik yang pertama kali dilakukan adalah uji normalitas data. Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Menurut (Ghozali, 2011), untuk mendeteksi normalitas yaitu dengan salah satu alat statistik yang dikenal dengan uji One Sample Kolmogorov - Smirnov Test. Pada uji statistik One-Sample Kolmogorov Smirnov Test. Jika dapat nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal secara multivariate. Uji Normalitas ini menggunakan Kolmogorov Smirnov dengan bantuan SPSS 25.

#### **3.5.5.2 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu dengan melihat angka VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai  $VIF \leq 5$  maka tidak terjadi multikolinieritas. Uji multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan SPSS 25.

#### **3.5.5.3 Uji Heterokedesitas**

Menurut (Priyatno, 2014) Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut (Latan, 2013) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika variance dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

#### **3.5.5.4 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi dilakukan untuk dapat mengetahui model regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini mengalami kesalahan korelasi atau pengganggu dalam periode  $t$  sebelumnya (Ghozali, 2013). Apabila terjadi korelasi, akan muncul autokorelasi yang disebabkan dari observasi yang dilakukan sepanjang waktu

penelitian memiliki data yang sama. Uji autokorelasi dapat dilihat dengan menggunakan uji Durbin – Watson (DW Test).

### **3.5.6. Uji Hipotesis**

#### **3.5.6.1. Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini digunakan untuk dapat mengetahui kemampuan yang dimiliki antara variabel variabel dependen dalam menjelaskan hubungannya dengan variabel independen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel - variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel - variabel dependen (Ghozali, 2011). Jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted  $R^2$  negatif, maka nilai adjusted  $R^2$  dianggap bernilai nol. Secara sistematis, jika nilai  $R^2 = 1$ , maka adjusted  $R^2 = R^2 = 1$  sedangkan jika nilai  $R^2 = 0$ , maka adjusted  $R^2 = (1 - k)/(n - k)$ . Jika  $k > 1$ , maka adjusted  $R^2$  akan bernilai negatif. Nilai  $R^2$  square dikatakan baik jika berada diatas 0.5 karena nilai  $R^2$  square berkisar pada 0-1.

#### **3.5.6.2. Uji F**

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh yang dimiliki setiap variabel independen secara bersama sama terhadap variabel dependen. Uji F ini dilakukan dengan cara nilai sig – F (probability value) dibandingkan dengan derajat signifikansinya. Apabila sig – F lebih kecil dari tingkat signifikansi (5%) maka hipotesis ditolak, berarti ada hubungan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Jika koefisien regresi bertanda negatif, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen adalah hubungan terbalik.

#### **3.5.6.3 Uji t**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Jika signifikan  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima, artinya variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak artinya variabel independen secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, Imam dan Ratmono, 2017).