

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan ialah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017;8) Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat potivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Alasan menggunakan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui alat pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebar kuesioner yang nantinya akan dijawab oleh sampel yang telah ditentukan. Penelitian ini juga menggunakan strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan yang dimiliki antara dua variabel atau lebih.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu sehingga dapat dipelajari ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2017;80).

Maka dari itu dapat ditentukan populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Rw: 17 Buaran, Jakarta Timur. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Rw: Buaran, Jakarta Timur yang menggunakan aplikasi belanja online Tokopedia.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Sugiyono (2017;81). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan

tertentu, Sugiyono (2017;83). Karena populasi yang ingin diteliti cukup besar dan keterbatasan waktu maka dari itu peneliti mengambil sampel dari populasi tersebut. Dan sampel yang diambil harus benar-benar mewakili populasi yang ada. Karena angka konsumen Tokopedia diwilayah tersebut tidak diketahui secara pasti, maka sampel penelitian menggunakan rumus berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

n : Ukuran sampel

Z : Skor pada signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)
maka $Z = 1,96$

Moe : *Margin Of Error*, tingkat kesalahan maksimum sebesar 10%

Maka dengan menggunakan rumus di atas, diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,05)^2} = 96,04 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 97$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 responden dilingkungan Rw: 17 Buaran, Jakarta Timur yang melakukan pembelian secara online di Tokopedia.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Data

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu sumber data yang langsung memeberikan data kepada pengumpul data, menurut Sugiyono (2017;137) karena penelitian langsung dilaksanakan dan hasilnya diambil melalui sampel secara langsung yaitu warga pengguna Tokopedia di lingkungan Rw.17 Buaran, Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan kuesioner secara *online* yaitu melalu *Google Form*, yang kemudian disebarluaskan melalui grup *Whats App* rukun tetangga dan rukun warga sebagai metode pengumpulan data yang kemudian disebarkan kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya,

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berikut :

1. Kajian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan ini menggunakan data sekunder yaitu data yang sudah ada dalam sebuah buku yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dan digunakan dalam penelitian ini.

2. Observasi

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu mengumpulkan data dengan cara pendekatan langsung pada objek penelitian, melalui cara-cara berikut :

3. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu menyebarkan kuesioner kepada sejumlah respondennya dan memberikan pertanyaan dengan pilihan jawaban yang berkaitan dengan variabel penelitian yaitu Media Sosial (X_1), Harga (X_2) dan *Celebrity Endorsement* (X_3), juga Keputusan Pembelian (Y).

3.4 Operasional Variabel

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2018;57) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel tersebut merupakan variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas (*independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent*). Sedangkan variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas (Independent) : (X_1) Media Sosial, (X_2) Harga, (X_3)
Celebrity Endorsement
2. Variabel Terikat (Dependent) : (Y) Keputusan Pembelian

Tabel 3.1
Indikator Variabel Media Sosial, Harga dan Endorse terhadap Keputusan Pembelian

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
1.	Media Sosial (X ₁) Benito Adityo (2011;196)	Kemudahan	Kemudahan dalam mendapatkan informasi produk.	1,2,3
		Kepercayaan	Memiliki kepercayaan terhadap sosial media yang memiliki situs online shop	4,5,6
2.	Harga (X ₂) Fure (2013;276)	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Konsumen membeli barang berdasarkan harga dengan manfaat produk	7,8
		Persepsi Harga dan Manfaat	Harga yang ditetapkan sesuai dan masuk akal dengan manfaat produk	9,10
		Harga Barang Terjangkau	Konsumen memilih barang dengan harga yang terjangkau	11,12
		Persaingan Harga	Harga yang disajikan dapat bersaing atau dibandingkan dengan produk sejenis	13,14
		Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk	15,16
3.	<i>Celebrity Endorsement</i> (X ₃) Royan (2014;14)	<i>Visibility</i>	Kemampuan untuk dilihat oleh calon konsumen	17
		<i>Credibility</i>	Kemampuan figur untuk dapat dipercaya oleh calon konsumen	18

		<i>Attraction</i>	Kemampuan figur untuk menarik perhatian calon konsumen	19
		<i>Power</i>	Kemampuan figur untuk mempengaruhi calon konsumen	20,21
4.	Keputusan Pembelian (Y) Kotler & Keller (2012;479)	Pemilihan Produk	Memilih produk apa yang akan dibeli berdasarkan kebutuhan	23
		Pemilihan Merek	Merek yang terpercaya dan telah dipilih	24
		Pemilihan Saluran Pembelian	Produsen mana yang dipilih untuk akhirnya dipilih untuk melakukan pembelian	25
		Penentuan Waktu Pembelian	Waktu yang dipilih untuk melakukan keputusan pembelian	26
		Jumlah Pembelian	Berapa banyak produk yang diputuskan untuk dibeli	27
		Metode Pembayaran	Pemilihan metode pembayaran	28

Sumber : Benito Adityo (2011;196), Fure (2013;276), Royan (2014;14), Kotler & Keller (2012;479)

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:134) Analisis data merupakan proses untuk mengelompokkan pengurutan data kedalam ketentuan-ketentuan yang ada untuk memperoleh hasil sesuai dengan data yang telah didapatkan.

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat pengukurannya. Skala likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial dengan masing-masing jawaban berbobot nilai sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2016;168)

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018;113) Uji validitas adalah alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketepatan pengukuran dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Menurut Sugiyono (2017:172) arti valid menjelaskan bahwa instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan rumus untuk menguji validitas instrumen yakni Product Moment dari Karl Pearson, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n \sum X^2) - (\sum X)^2] [(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya responden

X = Skor total yang diperoleh subjek dari setiap item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Syarat kevaliditas suatu item adalah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrumen itu dianggap valid dan jika $r_{hitung} = r_{tabel}$ maka instrumen dianggap tidak valid.

Setelah perhitungan dilakukan adapun dasar keputusan untuk kevaliditan pernyataan adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai $- r_{tabel} < r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan tidak valid
- b. Jika nilai $- r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono;117). Dalam penellitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai koefisien Alpha Cronbach pada software SPSS 28. Jika nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

$$r_{ii} = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b} \dots \dots \dots (3,2)$$

Nilai r_b dapat diperoleh dengan rumus :

$$r_b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n \sum X^2) - (\sum X)^2] [(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \dots \dots \dots (3,3)$$

Keterangan :

r_{ii} = Koefisien Realibilitas

r_b = Koefisien korelasi sederhana antar total skor X dengan total skor Y

n = Jumlah sampel

X = Total skor butir item ganjil

Y = Total skor butir item genap

Instrumen penelitian dikatakan realibel apabila koefisien realibilitas sebesar 0,6 atau lebih, Sugiyono (2018;137)

Tabel 3.3
Koefisien Korelasi Spearman

Keterangan	Koefisien Reliabilitas
Sangat Reliabel	> 0,8
Reliabel	0,6 – 0,8
Cukup Reliabel	0,4 – 0,6
Kurang Reliabel	0,2 – 0,4
Tidak Reliabel	> 0,2

Sumber : Sugiyono (2014;18)

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Cara Pengolahan Data

Data dalam penelitian ini akan diolah menggunakan program komputerisasi yaitu SPSS Versi 28.0. Hasil analisis tersebut kemudian berupa Multiple Regression. Hal ini digunakan untuk meminimalisir agar tidak terjadi kesalahan data yang besar.

3.6.2 Penyajian Data

Setelah mendapatkan hasil dari pengolahan data, maka selanjutnya adalah penyajian data hasil pengolahan berupa tabel, hal ini dilakukan untuk memudahkan dalam membaca dan memahami hasil pengolahan data.

3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi

Metoda analisis staistik disesuaikan dengan tujuan penelitian, pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah koefisien determinasi (parsial dan simultan) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

1. Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinan (R^2) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, Menurut Ghazali (2019;97). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu dan R^2 yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu memiliki arti bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat) secara parsial maupun simultan, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

1. Koefisien Determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3,4)$$

2. Koefisien Determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3,5)$$

3. Koefisien Determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3,5)$$

4. Koefisien Determinasi parsial X_1, X_2, X_3 terhadap Y

$$KD_{123} = r_{Y123}^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3,4)$$

2. Koefisien Determinasi Simultan

Uji koefisien determinasi simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Sosial Media (X_1), Harga (X_2), dan Endorse (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara pasrial dan simultan. Kemudian rumus yang digunakan dalam koefisien determinasi simultan adalah sebagai berikut :

Koefisien Determinasi Simultan X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y

$$KD_{1.23} = r_{y1.23} \times 100\%$$

3.7 Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:160) pengujian hipotesis adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik data sampel pada dasarnya diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran dari dugaan sementara.

Berikut adalah Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis penelitian ini :

1. Pengujian hipotesis parsial

Berikut adalah langkah-langkah pengujian hipotesis parsial :

a. Merumuskan hipotesis

1) Pengaruh X_1 (Media Sosial) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0 : \rho_{1.23} = 0$ Variabel (Media Sosial) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap (Keputusan Pembelian).

$H_a : \rho_{1.23} \neq 0$ Variabel Media Sosial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2) Pengaruh X_2 (Harga) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0 : \rho_{2.13} = 0$ Variabel Harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : \rho_{2.13} \neq 0$ Variabel Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3) Pengaruh X_3 (*Celebrity Endorsement*) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0 : \rho_{3.12} = 0$ Variabel *Celebrity Endorsement* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : \rho_{3.12} \neq 0$ Variabel *Celebrity Endorsement* berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

b. Menentukan taraf nyaa (α) sebesar 5% (0,005)

c. Kreteria Pengujian

H_0 ditolak, jika Significance $t < 0,05$

H_0 diterima, jika Significance $t \geq 0,05$

d. Menghitung nilai Significance t diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS.

e. Kesimpulan

Bila H_0 diterima, maka dapat diartikan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Bila H_0 ditolak, maka dapat diartikan bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Pengajuan Hipotesis Secara Simultan

Berikut adalah langkah-langkah pengujian hipotesis simultan :

a. Merumuskan Hipotesis

$H_0 : \rho_{1,2,3} = 0$ Variabel Media Sosial, Harga dan *Celebrity Endorsement* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : \rho_{y123} \neq 0$ Variabel Media Sosial, Harga dan *Celebrity Endorsement* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

b. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

c. Kreteria Pengujian

H_0 ditolak, jika Significance $F < 0,05$

H_0 diterima, jika Significance $F \geq 0,05$

Menghitung nilai significance t diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS.

d. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis menerima H_0 dan menolak H_a hal itu menunjukkan bahwa nilai KD dapat digunakan untuk menjelaskan kontribusi pengaruh variabel bebas tertentu (variabel bebas lain konstan) terhadap variabel terikat.