# BAB III
# METODA PENELITIAN

## 3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang diuji. Penelitian ini merupakan penelitian survei karena mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan instrumen kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Kelebihan penelitian ini adalah proses penelitian dilakukan secara sistematis dan objektif sehingga hasil yang didapatkan lebih spesifik, jelas dan rinci karena data diolah sesuai dengan prosedur statistik.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah pengunjung KD Ken 3.

Jumlah populasi, yaitu pengunjung KD Ken 3 sejak berdiri sampai dengan sekarang, tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu peneliti melakukan pengambilan atau pengumpulan data secara langsung dalam 1 pekan, dari hari Senin sampai dengan Jumat rata-rata 10 orang x 5 hari = 50 orang, sedangkan hari Sabtu dan Minggu rata-rata 57 orang x 2 hari = 114 orang dikarenakan pada hari Sabtu dan Minggu adalah akhir pekan sehingga rata-rata pengunjung lebih banyak, dengan demikian peneliti menggunakan populasi sasaran yaitu jumlah

pengunjung yang melakukan pembelian di KD Ken 3 sebanyak 114 orang + 50 orang = 164 orang, sehingga diperoleh populasi sasaran menjadi 164 orang.

### 3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah meneliti sebagian dari elemen-elemen populasi (Indriantoro dan Supomo, 2009:115). Menurut Sugiyono (2008:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karasteristik populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode simple random sampling. Roscoe (1975) dalam Sekaran (1992) yang menyatakan bahwa:

1) Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2) Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat
3) Dalam penelitian mutivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian
4) Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eskperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20

Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada KD Ken 3. Pertimbangan ini dikarenakan penulis memiliki pandangan bahwa pengunjung tersebut lebih memiliki alasan kuat dalam melakukan keputusan pembelian produk dan dapat memberikan informasi yang lebih baik terhadap penelitian ini.

Agar dapat menemukan informasi data yang akurat dan relevan dengan keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti, maka penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang dianggap tingkat kesalahan yang masih bisa ditolelir sebesar 5%. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga tingkat

kewajaran terjadinya kesalahan dalam pengambilan sampel masih dapat ditolerir dalam penelitian ini. Rumus *Slovin* yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{.....} \quad \textbf{(3.1)}$$

$$= \frac{164}{1 + 164(0{,}05)^2} = \frac{164}{1{,}41} = 116{,}31 \text{ dibulatkan menjadi } 117$$

Dimana:

n : jumlah sampel minimum

N : jumlah populasi

e : nilai kritis/batasan ketelitian yang diinginkan (persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi). Dalam hal ini nilai kritis yang digunakan 0,05 atau 5%.

## 3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

### 3.3.1 Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data dalam penelitian ini berupa data primer yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Sumber data primer pada penelitian ini berupa kuesioner yang telah diisi oleh responden terpilih dalam penelitian ini. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara seperti literatur-literatur, data dokumenter, *website* maupun situs-situs yang berhubungan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena baru. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan negative (Siregar, 2013: 25). Dengan menggunakan skala likert, maka variable yang diukur dijabarkan dari variable menjadi dimensi, dari dimensi menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan

menjadi sub indikator yang akan diukur. Variabel yang di ukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan menjadikan untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan yang berupa pernyataan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini skala likert menggunakan kirteria sebagai berupa pernyataan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini skala likert menggunakan kirteria sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Kriteria Pengukuran Instrumen Penellitian**

| No | Kriteria | Skor |
|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Netral (N) | 3 |
| 4 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber : Boone (2012)

### 3.3.2 Instrumen Pengumpulan Data

Penggunaan kuesioner untuk mengumpulkan data dipilih karena memberikan kemudahan bagi peneliti dalam mengolah data dan bagi responden juga tidak menghabiskan banyak waktu dalam proses pengisiannya. Bentuk pertanyaan yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup dipilih karena memiliki kelebihan yaitu data yang didapatkan mudah untuk diolah oleh peneliti dan jawaban sudah disediakan sehingga responden lebih mudah untuk menjawab pertanyaan.

Untuk menguji validitas (keakuratan) dan reliabilitas (keandalan) dari instrumen penelitian yang digunakan, maka data yang didapat dari kuesioner akan diuji dengan langkah sebagai berikut:

### 3.3.2.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005). Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan program SPSS dengan metode korelasi (*Pearson Correlation*). Pengujian validasi dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing item skor dengan total skor.

### 3.3.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu alat ukur memiliki reliabilitas bila hasil pengukurannya relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali oleh peneliti yang sama atau peneliti yang lainnya. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0,60 (Ghozali, 2005). Berikut kriteria indeks reliabilitas sebagaimana yang dipaparkan oleh (Arikunto, 2013):

**Tabel 3.2**

**Kriteria Indeks Reliabilitas**

| No | Interval | Kriteria |
|---|---|---|
| 1 | < 0,200 | Sangat Rendah |
| 2 | 0,200 - 0,399 | Rendah |
| 3 | 0,400 - 0,599 | Cukup |
| 4 | 0,600 - 0,799 | Tinggi |
| 5 | 0,800 - 1,00 | Sangat Tinggi |

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa suatu variabel dapat dikatakan reliabel dengan *cronbach's alpha* > 0,600 termasuk ke dalam kriteria tinggi. Kriteria reliabilitas termasuk ke dalam kriteria sangat tinggi apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* dengan interval 0,800 – 1,00.

## 3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah karakteristik atau sifat dari masing-masing unit eksperimen (Mcclave, Benson, & Sincich, 2011). Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis variabel yaitu :

1. Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini, penulis memilih beberapa variabel independen yaitu :
   a. Media Sosial ($X_1$)
   b. Suasana toko ($X_2$)
2. Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi akibat dari adanya variabel bebas, dikatakan sebagai variabel terikat karena variabel terikat dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, penulis menentukan Keputusan Pembelian sebagai variaben dependen (Y).

**Tabel 3.3**

**Keterangan Variabel beserta Indikatornya dengan Skala Penelitian**

| Variabel dan Sumber | Indikator | Sub Indikator | No. Item Kuisioner |
|---|---|---|---|
| Media Sosial ($X_1$) | *1. Relationship* | Membangun hubungan dengan konsumen melalui media yang ada | 1 |
| Sumber : Ekasari (2014) | 2. Interaksi Pasca Pembelian | Interaksi yang terjadi antara penjual dengan konsumen setelah konsumen membeli produk | 2 |
| | 3. Komunikasi | Interaksi yang terjadi antara penjual dengan konsumen | 3 |
| | 4. Informasi yang lengkap | Dapat menyampaikan informasi dengan lengkap | 4 |
| | 5. Informasi yang menarik | Dapat menyampaikan informasi produk dengan menarik | 5 |

| Variabel dan Sumber | Indikator | Sub Indikator | No. Item Kuisioner |
|---|---|---|---|
| Suasana Toko ($X_2$) | *1. Exterior* | Bagian luar toko sangat menarik perhatian untuk dikunjungi | 1 |
| Sumber : Berman and Evans, (2010) | 2. *General Interior* | Suasana dalam toko KD Ken sangat nyaman untuk berbelanja | 2 |
| | *3. Store Layout* | Tata letak toko KD Ken cukup stategis untuk dijangkau | 3 |
| | *4. Interior Point of Purchase Display* | Penataan produk di toko KD Ken sangat rapih sehingga memudahkan untuk menemui barang yang dibutuhkan | 4 |
| Keputusan Pembelian (Y) | 1. Konsumen memiliki kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan | KD Ken menjual produk sesuai dengan yang anda butuhkan | 1 |
| Sumber : Kotler and Keller, (2016) | 2. Konsumen mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan | Sebelum membeli, konsumen mengumpulkan informasi akan produk yang tersedia di KD Ken | 2 |
| | 3. Konsumen memilih perusahaan dibanding pesaing | Produk KD Ken memiliki kualitas yang terbaik dibanding pesaing disekitarnya | 3 |
| | 4. Konsumen memutuskan membeli produk yang disediakan oleh perusahaan | Konsumen membeli produk yang disediakan oleh KD Ken | 4 |
| | 5. Konsumen merasa puas setelah membeli produk perusahaan | Konsumen merasa puas berbelanja di KD Ken | 5 |

## 3.5 Metoda Analisis Data

Teknik analisis data akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan komputer dengan menggunakan program IBM SPSS Statistic 23 dengan metode korelasi (*Pearson Correlation*).. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 3.5.1 Analisis Stastistik Deskripstif

Statistik deskriptif adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel penelitian. Analisis deskriptif dapat disajikan dalam bentuk skor minimum, skor maksimum, jangkauan (*range), mean, median*, modus, standar deviasi dan variannya serta dilengkapi dengan tabel distribusi frekuensi berikut histogramnya (Ghozali, 2005).

### 3.5.2 Uji Hipotesis

#### 3.5.2.1 Koefisien Determinasi ($R^2$)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) terhadap variabel terikat (X). Untuk regresi berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang disesuaikan (*Adjusted R Square*). Nilai $R^2$ adalah antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Artinya semakin besar nilai $R^2$ maka akan semakin baik model regresi dengan data yang ada, hal ini berarti bahwa keseluruhan variabel bebas secara bersama-sama mampu menerangkan variabel terikatnya. Sedangkan nilai $R^2$ yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas (Ghozali, 2005).

**a. Uji t (Uji Parsial)**

1. Pengaruh $X_1$ dengan Y

   $H_0$: $\rho y_{1.2} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara media sosial terhadap keputusan pembelian)

   $H_a$ : $\rho y_{1.2} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara media sosial terhadap keputusan pembelian)

2. Pengaruh $X_2$ dengan Y

   $H_0$: $\rho y_{2.1} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian)

$H_a$ : $\rho y_{2.1} \pm 0$ (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel indepeden terhadap variabel dependen dengan menggunakan taraf signifikan level 0,05 ($\alpha$ = 5%). Dalam program pengolahan data SPSS untuk hasil $t_{hitung}$ dapat dilihat di tabel *Coefficients.* Hipotesis penelitiannya berupa:

- Jika $t_{hitung}$ lebih besar dari $t_{tabel}$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau probabilitas lebih kecil dari signifikan (sig. < 0,05), maka secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika $t_{hitung}$ lebih kecil dari $t_{tabel}$ ($t_{hitung} < t_{tabel}$) atau probabilitas lebih besar dari signifikan (sig. > 0,05) maka secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**b. Uji Statistik F (Simultan)**

1. $H_0$ : $\rho y_{12} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan antara media sosial dan suasana toko terhadap keputusan pembelian)
2. $H_a$ : $\rho y_{12} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara media sosial dan suasana toko terhadap keputusan pembelian)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan taraf signifikan level 0,05 ($\alpha$ = 5%). Dalam program pengolahan data SPSS untuk hasil $F_{hitung}$ dapat dilihat di tabel *Anova.* Hipotesis penelitiannya yaitu:

- Jika $F_{hitung}$ lebih besar dari $F_{tabel}$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$) atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan (Sig. < 0,05) maka secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

- Jika $F_{hitung}$ lebih kecil dari $F_{tabel}$ ($F_{hitung} < F_{tabel}$) atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan (Sig. > 0,05) maka secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.