

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Berdasarkan tujuan dan kerangka konseptual penelitian, maka strategi penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2016), strategi penelitian asosiatif adalah strategi penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan apakah terdapat pengaruh antara masing-masing variabel yaitu Media Sosial (X_1), Promosi (X_2), dan Penerapan Protokol Kesehatan (X_3) yang merupakan variabel eksogen dan Keputusan Pembelian (Y) yang merupakan variabel endogen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2016) menguraikan bahwa metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, penggunaan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Strategi pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah *survey*. *Survey* yaitu memaparkan secara kuantitatif akan kecenderungan, sikap, atau opini dari suatu populasi dengan meneliti satu sampel dari populasi tersebut. Metode ini meliputi studi-studi *cross-sectional* dan *longitudinal* menggunakan kuisioner atau wawancara terencana dalam pengumpulan data yang bertujuan untuk menggeneralisasi populasi berdasarkan sampel yang sudah ditentukan (Creswell, 2016).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian.

Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Pancong Kuyyy Pasar Minggu dan populasi sasaran adalah konsumen yang melakukan pembelian di Pancong Kuyyy Pasar Minggu periode Agustus 2020 sebanyak 300 konsumen. (Sumber : Pancong Kuyyy)

3.2.2. Sampling Dan Sampel Penelitian

Sekaran dan Bougie (2017) menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian atau sub kelompok dari populasi yang dipilih oleh peneliti, diharapkan dapat mewakili populasi untuk dapat digeneralisasikan. Karena keterbatasan tenaga dan waktu, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Random Probability Sampling* yaitu metode penentuan sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel dan dinyatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dalam menentukan sampel ada pertimbangan kriteria tertentu oleh peneliti. Adapun pemilihan sampel berdasarkan data jumlah populasi sasaran yang melakukan pembelian di Pancong Kuyyy Pasar Minggu yaitu sebanyak 300 konsumen. Pengambilan sampel dilakukan dengan dua cara yaitu *online* dengan mengirimkan kuesioner menggunakan aplikasi google form dikarenakan pemberlakuan PSBB dimasa pandemi covid19. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 75 konsumen dengan tingkat kepercayaan 95% dan nilai $e=5\%$.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

3.3.1.1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer dalam penelitian ini tentang media sosial, promosi, penerapan protokol kesehatan dan keputusan pembelian.

3.3.1.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data. Data sekunder sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku, literatur, jurnal, *website*, dan bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3.2. Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017;194) pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat langsung di lapangan misalnya kondisi ruang kerja dan lingkungan kerja yang dapat digunakan untuk menentukan faktor layak yang didukung dengan adanya wawancara dan kuesioner mengenai analisis jabatan.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu tanya jawab secara tatap muka yang dilaksanakan oleh pewawancara dengan orang yang diwawancarai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

3. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya

4. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah metode pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Studi dokumen adalah jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisisioner. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan atau pernyataan terbuka misalnya nama responden, usia responden, jenis kelamin dan menggunakan pertanyaan tertutup yaitu meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang disediakan dari setiap pertanyaan atau pernyataan. Kuisisioner akan disebar secara *online* (dibuat menggunakan aplikasi Google Forms) dan link dipublikasikan melalui akun Instagram milik Pancong Kuyyy Pasar Minggu.

Setiap pertanyaan atau pernyataan berhubungan dengan masalah yang akan dibahas di dalam penelitian ini. Pertanyaan atau pernyataan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai gradasi yang sangat negatif dan dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang (Sugiyono, 2016). Jawaban dari pertanyaan responden (kualitatif) diubah menjadi kuantitas berupa angka atau skor seperti tabel di bawah ini:

Tabel 3.1

Skala Likert

NO.	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Keterangan:

Untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat setuju (SS)” maka memiliki bobot nilai 4, untuk pertanyaan dengan jawaban “setuju (S)” maka memiliki bobot nilai 3, untuk pertanyaan dengan jawaban “tidak setuju (TS)” maka memiliki bobot nilai 2, dan untuk pertanyaan dengan jawaban “sangat tidak setuju (STS)” maka memiliki bobot nilai 1.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Sekaran dan Bougie (2016) mengemukakan bahwa operasionalisasi variabel adalah segala sesuatu yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 variabel yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Terdapat 4 variabel yang dioperasionalisasi yaitu media sosial (X_1), promosi (X_2), penerapan protokol kesehatan (X_3), dan keputusan pembelian (Y).

1. Media Sosial

Media sosial dalam penelitian ini adalah media sosial Instagram dengan indikator partisipasi dan keterlibatan, keterbukaan, percakapan, komunitas, terhubung dari akun media sosial Instagram Pancong Kuyyy Pasar Minggu

2. Promosi

Promosi dalam penelitian ini adalah hal hal atau kegiatan yang sifatnya membujuk yang dilakukan pihak perusahaan dengan indikator *Coupons* (Kupon), *Rebates* (Potongan Harga), *Price Packs / cents-off-deals* (Paket Harga)

3. Penerapan Protokol Kesehatan

Penerapan protokol kesehatan dalam penelitian ini adalah serangkaian aturan dan ketentuan yang diterapkan dilokasi usaha dan diikuti baik oleh pengelola maupun pengunjung Pancong Kuyyy Pasar Minggu dimasa pandemic covid19.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah keputusan seorang konsumen dimana ia akan membeli atau tidak membeli di Pancong Kuyyy Pasar Minggu setelah melakukan evaluasi produk yang akan dia beli. Keputusan pembelian dalam penelitian ini didasari oleh kebutuhan, ketepatan dalam membeli produk, mempunyai manfaat, dan pembelian secara berulang.

3.4.1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau dapat menjadi sebab dari perubahan atau timbulnya variabel endogen baik secara positif maupun negatif (Sekaran dan Bougie, 2016). Jika terdapat variabel eksogen maka akan ada variabel endogen. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel eksogen adalah media sosial (X_1), Promosi (X_2), dan Penerapan protokol kesehatan (X_3).

3.4.2. Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016). Untuk menemukan solusi dan jawaban dari suatu masalah penelitian, dapat dilakukan dengan melakukan analisis terhadap variabel endogen yaitu menemukan variabel yang memengaruhinya. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel endogen adalah Keputusan Pembelian (Y). Variabel-variabel diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator memiliki sub indikator yang akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam kuisioner. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2 Indikator Media Sosial

Variabel	Indikator	Sub-Sub Indikator	Kode	No Item
Media Sosial (Kotler, 2016)	Partisipasi dan Keterlibatan	1. Mempermudah perolehan informasi 2. umpan balik langsung dari konsumen	MS1	1
			MS2	2
	Keterbukaan	3. Merupakan bentuk kebebasan berpendapat	MS3	3
	Percakapan	4. Adanya interaksi dua arah yang mempermudah terjadinya penyampaian informasi	MS4	4
	Komunitas	5. interaksi yang terjadi dapat membentuk komunitas berdasarkan minat yang sama	MS5	5
	Terhubung	6. Perkembangan <i>platform</i> yang efisien dan mudah terhubung kapan saja dimana saja	MS6	6

Tabel 3.3 Indikator Promosi

Variabel	Indikator	Sub-Sub Indikator	Kode	No Item
Promosi (Nasrullah, 2015)	Coupons (Kupon)	1. Konsumen mendapatkan kupon dan merasa ingin kembali untuk menukar kupon	P1	1
	Rebates (Potongan Harga)	2. Konsumen mendapatkan potongan harga	P2	2
		3. Konsumen mengharapkan potongan harga di kunjungan berikutnya	P3	3
	Price Packs / cents-off-deals (Paket Harga)	4. Konsumen menyukai adanya promosi paket harga	P4	4
		5. Konsumen tertarik untuk membeli dengan paket harga	P5	5
		6. Konsumen senang dengan paket harga yang diberikan	P6	6

Tabel 3.4 Indikator Penerapan Protokol Kesehatan

Variabel	Indikator	Sub-Sub Indikator	Kode	No Item
Penerapan Protokol Kesehatan (Girimulyo, 2019)	Memakai Masker	1. Keharusan memakai alat pelindung diri yaitu masker	PPK1	1
	Mencuci Tangan	2. Mencuci tangan dengan sabun dan handsanitizer	PPK2	2
	Menjaga Jarak	3. Menjaga jarak minimal 1 meter dengan orang lain dengan menagtur tata letak meja dan bangku	PPK3	3
	Menghindari Kerumunan	4. Tidak diperkenankan berkumpul dan membuat kerumunan	PPK4	4

Tabel 3.5 Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Sub-Sub Indikator	Kode	No Item
Keputusan Pembelian(Y) (Kotler dan Keller, 2016)	Pilihan Produk	1. Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan perusahaan memiliki alternatif varian produk dan kualitas produk	KP1	1
	Pilihan Merek	2. Pilihan merek yang diberikan terkait dengan kepercayaan dan pengenalan konsumen terhadap merek tersebut	KP2	2
	Pilihan Penyalur	3. Pemilihan penyalur yang berkaitan dengan harga, lokasi, kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk	KP3	3
	Waktu Pembelian	4. Konsumen akan melakukan Kpembelian lebih dari satu kali	KP4	4
	Jumlah Pembelian	5. Kebutuhan konsumen akan produk yang mempengaruhi jumlah pembelian	KP5	5
	Metode Pembayaran	6. Metode pembayaran dapat berupa tunai atau non tunai	KP6	6

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Uji Instrumen Penelitian

3.5.1.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) pengertian validitas adalah Derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item- item tersebut. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai korelasi atau r hitung dari variabel penelitian dengan r tabel. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid
2. Jika r hitung $<$ r table maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan koefisien Alpha Cronbach berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliable atau secara sederhana, instrumen penelitian atau kuesioner tersebut dapat digunakan kembali dalam penelitian selanjutnya.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda perlu dilakukannya uji asumsi klasik, yang bertujuan agar peneliti mengetahui apakah variabel-variabel tersebut menyimpang dari asumsi-asumsi klasik. Asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas data, multikoneliasitas, dan heterokedastisitas.

3.5.2.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisa terdistribusi normal atau tidak terdistribusi . Uji normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov-Smirnov. Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikan lebih besar dari alpha 5%, maka menunjukkan distribusi data normal.

3.5.2.2. Uji Multikoneliasitas

Menurut Ghozali (2018) Multikolinieritas adalah keadaan di mana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada regresi yang baik seharusnya tidak

terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.” Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Salah satu alat untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan lawannya serta nilai Variance Inflation Factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak di jelaskan oleh variabel dependen lainnya. Nilai cut of yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

3.5.2.3. Uji Heterokedastisitas

(Ghozali 2018) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan yang lain)Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan uji glejser, melihat pola titik-titik pada scatterplots regresi, atau uji koefisien korelasi spearman’s rho.

3.5.2.4. Uji Autokorelasi

(Ghozali 2018) Autokorelasi adalah keadaan di mana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode tertentu t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1), model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test)

3.5.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengertian analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2010:277) adalah Analisis yang digunakan oleh peneliti, apabila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Adapun bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda secara sistematis adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1 - b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Media Sosial

X_2 = Promosi

X_3 = Penerapan Protokol Kesehatan

E = Error

3.5.4. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya kontribusi dari salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

$$\text{Kdp} = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

Kdp = Koefisien determinasi parsial

r^2 = koefisien korelasi

- a. Kontribusi X_1 (Media Sosial) dan Y (Keputusan Pembelian), apabila X_2 dan X_3 Konstan
- b. Kontribusi X_2 (Promosi) dan Y (Keputusan Pembelian), apabila X_1 dan X_3 Konstan
- c. Kontribusi X_3 (Penerapan Protokol Kesehatan) dan Y (Keputusan Pembelian), apabila X_1 dan X_2 Konstan

3.5.5. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besar kontribusi X_1 (Media Sosial), X_2 (Promosi) dan X_3 (Penerapan Protokol Kesehatan) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian).

3.6. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan evaluasi baik outer model maupun inner model maka tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen.

3.6.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$, artinya variabel media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
 $H_a : \beta_1 \neq 0$, artinya variabel media sosial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
2. $H_0 : \beta_2 = 0$, artinya variabel Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
 $H_a : \beta_2 \neq 0$, artinya variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
3. $H_0 : \beta_3 = 0$, artinya variabel Penerapan Protokol Kesehatan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
 $H_a : \beta_3 \neq 0$, artinya variabel Penerapan Protokol Kesehatan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

3.6.2. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Hipotesis statistik yang diajukan, sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara variabel (X1) media sosial, (X2) promosi dan (X3) penerapan protokol kesehatan terhadap keputusan pembelian (Y)

$H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$, Terdapat pengaruh antara variabel (X1) media sosial, (X2) promosi dan (X3) penerapan protokol kesehatan terhadap keputusan pembelian (Y)

b. Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,5$ atau 5%
Selanjutnya hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.