

BAB III METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif kuantitatif, yaitu menjelaskan atau mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. (Sugiyono, 2017:292). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu inovasi produk (X_1) selebriti *endorser* (X_2) dan media sosial (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) yang merupakan variabel terikat. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Unit analisis yang digunakan untuk masing-masing identifikasi masalah adalah analisis individu yaitu konsumen yang melakukan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan. Penelitian *cross-sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali, mungkin selama beberapa hari atau minggu atau bulan, untuk dapat menjawab pertanyaan dari penelitian. (Sekaran, 2014:106)

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen Waroenk Gokiel'Z yang tidak diketahui secara pasti dan sudah mengkonsumsi makanan dan minuman di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan.

3.2.2. *Sampling* dan sampel penelitian

Pemilihan konsumen sebagai sampel (responden) dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan

teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2017: 85). Pertimbangan tertentu dimaksudkan dalam pemilihan responden memiliki ciri-ciri tertentu, yaitu konsumen yang sudah mengorder dan mengkonsumsi makanan dan minuman di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan minimal 2 kali.

Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus moe sebagai berikut, dengan jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui. (Arikunto, 2013: 49)

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

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

$$= 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 97$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian sampel 95%
maka Z = 1,96

Moe = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi, ditentukan 10%.

Dari hasil perhitungan, sampel yang didapat yaitu sebesar 97 responden, hal ini disebabkan semakin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan dan sebaliknya, makin kecil tingkat kesalahan, makin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017:24).

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner melalui *offline* yang disebar pada setiap pengunjung Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan yang melakukan pembelian dan makan di tempat. Penggunaan kuesioner *offline* ini bertujuan agar lebih efisien dan efektif dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan. Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada bulan Februari 2021.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Data

Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan (Suryani dan Hendriyadi, 2016: 186). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sugiyono (2017: 193) menjelaskan yang dimaksud data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data.

Data primer dalam penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah melakukan pembelian produk makanan dan minuman di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan.

3.3.2. Metoda pengumpulan data

Metoda pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data sesuai tata cara penelitian sehingga diperoleh data yang dibutuhkan. Metoda pengumpulan data penelitian yang digunakan penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2017: 199) mengemukakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah melakukan pembelian produk minuman dan makanan di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 2 minggu pada bulan Februari 2021.

3.3.3. Skala pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2017: 92). Teknik pengukuran data dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert. Penjelasan Sugiyono (2017: 134) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok

orang tentang kejadian atau fenomena sosial. Dapat disimpulkan bahwa *skala likert* merupakan suatu alternatif pengukuran yang dapat digunakan oleh seorang peneliti untuk mengukur suatu kejadian atau fenomena sosial yang kemudian dirubah kedalam bentuk angka agar mudah dalam menyimpulkan. Alternatif jawaban dalam *skala likert* yang digunakan diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.1. Pengelompokan Berdasarkan Metode Skala Likert

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

Sumber : Sugiyono (2017:132)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini telah ditentukan dua variabel, yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable).

1. Variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah inovasi produk (X_1) dan selebriti *endorser* (X_2) dan media sosial (X_3). Dengan penjelasan sebagai berikut :
 - a. Inovasi produk merupakan gambaran dari berbagai proses mulai dari konsep suatu ide baru, penemuan baru dan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain.
 - b. Selebriti *endorser* merupakan iklan yang menggunakan orang atau tokoh terkenal (*public figure*) dalam mendukung suatu iklan.

- c. Media Sosial merupakan alat atau cara yang dilakukan oleh Waroenk Gokiel'Z untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio dan video kepada konsumen terkait produk di Instagram.
2. Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan Pembelian diartikan bahwa dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi produk dalam pemilihan dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai.

Instrumen penelitian ini diukur dengan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Variabel yang diukur, dijabarkan ke dalam beberapa indikator, dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner.

Indikator dan variabel yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Inovasi produk (X ₁)	1) Perluasan Produk (<i>line extensions</i>)	a) Persaingan produk	1.
		b) Belum ada dipasaran	2.
	2) Peniruan Produk (<i>me-too products</i>)	c) Keunikan berbeda	3.
Cynthia dan Hendra (2014)	3) Produk Baru (<i>new-to-the-world products</i>)	d) Jenis yang berbeda	4.
		e) Inovasi	5.
Selebriti endorser (X ₂)	1) <i>Visibility</i>	f) Produk yang unik	6.
		a) Reputasi	7.
	2) <i>Credibility</i>	b) Menyukai	8.
		c) Percaya	9.
Rossiter dan Percy (2018)	3) <i>Attraction</i>	d) Berpengalaman	10.
		e) Positif	11.
	4) <i>Power</i>	f) Menarik	12.
		g) Karakter	13.
Media Sosial (X ₃)	1) <i>Context (konteks)</i>	h) Keyakinan	14.
		a) Promo jelas	15.
	2) <i>Communication</i>	b) Menarik	16.
		c) Posting unggahan	17.

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Solis (2012)	(komunikasi)	d) Kesesuaian	18.
	3) <i>Collaboration</i> (kolaborasi)	e) Respon f) Minat beli	19. 20.
	4) <i>Connection</i> (koneksi)	g) Reward h) Diskon	21. 22.
	Keputusan pembelian (Y) Kotler dan Keller (2016)	1) Pemilihan produk	a) Menentukan produk yang dibeli
b) Produk yang dibeli memiliki nilai			24.
2) Pemilihan merek		c) Menentukan produk yang akan dibeli	25.
		d) Memilah produk pilihan	26.
3) Pemilihan saluran pembelian		e) Faktor lokasi	27.
		f) Harga yang murah	28.
4) Penentuan waktu pembelian		g) Jam makan siang	29.
		h) Jam makan malam	30.

Sumber : Cynthia dan Hendra (2014), Rossiter dan Percy (2018), Solis (2012) dan Kotler dan Keller (2016)

3.5. Metoda Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1. Metoda pengolahan data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS Ver. 26. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat selain itu Software SPSS sudah umum digunakan dalam penelitian statistik. Dimana dilakukan editing dan coding. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

3.5.2. Metoda penyajian data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

3.5.3. Analisis statistik data

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel dependen, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

3.5.3.1. Uji Instrumen

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 *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas atau validitas kuesioner. Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan mengukur variabel yang akan diukur (Martono, 2014: 219).

Menurut Sugiyono (2017) kuesioner atau instrument penelitian dikatakan valid untuk penelitian jika memiliki nilai validitas (rhitung) sebesar 0,30 atau

lebih, sehingga faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik, dan sebaliknya jika nilai validitas lebih besar dari 0,30 instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kehandalan, ketetapan atau konsistensi suatu kuesioner. Reliabilitas yaitu ketetapan hasil penelitian apabila hasil penelitian diulang dua kali atau lebih (Martono, 2014:217). Untuk itu peneliti menggunakan alat bantu program *SPSS for windows* versi 25.0. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$.

Menurut Sekaran (2013), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable)*.

Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

3.5.3.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1). Jika nilai R^2 mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, jika R^2 mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2012:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Koefisien determinasi parsial

- a. Kontribusi pengaruh inovasi produk (X_1) terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan (Y)

$$KDP_{1.23} = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

- b. Kontribusi pengaruh selebriti *endorser* (X_2) terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan (Y)

$$KDP_{2.13} = (r_{Y2.13})^2 \times 100\%$$

- c. Kontribusi pengaruh media sosial (X_3) terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan (Y)

$$KDP_{3.12} = (r_{Y3.12})^2 \times 100\%$$

2. Koefisien determinasi simultan

Kontribusi pengaruh inovasi produk, selebriti *endorser*, dan media sosial secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

$$Adjusted R^2 = (r_{Y123})^2 \cdot 100\%$$

3.5.3.3. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis parsial

- a. Pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian

Ho : $\beta_{y1.23} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan inovasi produk terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan).

Ha : $\beta_{y1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan inovasi produk terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan).

- b. Pengaruh selebriti *endorser* terhadap keputusan pembelian

Ho : $\beta_{y2.13} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan selebriti *endorser* terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan).

Ha : $\beta_{y2.13} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan selebriti *endorser* terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan).

c. Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian

Ho : $\beta_{y3.12} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan media sosial terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan).

Ha : $\beta_{y3.12} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan media sosial terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$)

Ho ditolak, Ha diterima jika *P-value* $< 0,05$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika *P-value* $\geq 0,05$

2. Pengujian hipotesis simultan

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

Ho : $\beta_{y123} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan inovasi produk, selebriti *endorser* dan media sosial terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan).

Ha : $\beta_{y123} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan inovasi produk, selebriti *endorser* dan media sosial terhadap keputusan pembelian di Waroenk Gokiel'Z Manggarai, Jakarta Selatan).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara berganda (bersama-sama), digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$).

Ho ditolak, Ha diterima jika *Significance F* $< 0,05$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika *Significance F* $\geq 0,05$