

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan strategi asosiatif kausal. Strategi asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). (Sugiyono. 2018: 63-64).

Dalam hal ini peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh antara variabel faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), dan faktor pribadi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan studi kasus Komunitas Doodle Art Indonesia.

3.2. Sampel dan Populasi

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono. 2018: 136). Populasi dalam penelitian ini adalah Anggota Komunitas Doodle Art Indonesia yang pernah membeli dan mengonsumsi kopi di Kedai Kopi Janji Jiwa.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono. 2018:137) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan teknik purposive sampling. Pengertian purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono. 2018:144).

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Margin of Error*:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = 1,96 yaitu skor pada tingkat signifikan atau derajat tertentu (95%)

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

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04, dapat diartikan responden dalam penelitian ini minimal sebanyak sekitar 97, Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 responden.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono. 2018:219) jika dilihat dari sumber datanya maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.

Menurut (Sugiyono. 2018:219) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer mengenai faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), dan keputusan pembelian (Y).

Menurut Sugiyono (2018:219) bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan empat cara, interview (wawancara), kuisioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah survey dengan menggunakan instrumen kuisisioner yang kemudian menggunakan *Google Form* sebagai metode kontak untuk mengumpulkan data yang dikirim langsung ke responden melalui grup aplikasi *Whatsapp*.

Kuesioner menurut Sugiyono (2018:225), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh orang yang akan diukur (responden). Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data dan informasi dengan tujuan agar hasil penelitian ini memiliki kerangka dasar teori yang berkaitan dengan materi penelitian,

3.4. Operasionalisasi Variabel

Dalam instrument penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data berupa kuesioner. Instrument penelitian disusun dari indikator faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan keputusan pembelian dalam pernyataan dengan 4 (empat) alternatif jawaban. Dalam pernyataan digunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social (Sugiyono. 2018:158). Kuesioner yang digunakan sangat pribadi dan bersifat rahasia, terdapat juga pilihan jawaban dengan skor tertentu dimana jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti tabel berikut ini:

Tabel 3. 1. Skor Jawaban Kuisisioner

No	Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	ST	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2018:159)

Pertanyaan-pertanyaan dari kuisisioner ini diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas

1. Uji validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu alat ukur yang berupa indikator variabel pada kuesioner. Apabila alat ukur yang

digunakan pada kuesioner mampu mengukur faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan keputusan pembelian, maka kuesioner yang digunakan pada penelitian ini dianggap valid. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0,3 keatas maka dinyatakan valid, sebaliknya apabila hasilnya kurang dari 0,3 maka dinyatakan tidak valid. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah korelasi Pearson Product Moment, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{[n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2] \cdot [n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas pernyataan yang dicari

n = Banyaknya sampel (responden)

x_i = Skor butir yang diperoleh subyek dari seluruh item

y_i = Skor total butir yang diperoleh dari seluruh item

2. Uji reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrument data (kuesioner) memiliki konsistensi sebagai alat ukur, sehingga tingkat kehandalan dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian realibilitas instrument dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha*. Lebih lanjut, (Sugiyono. 2018:160) mengemukakan instrument dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,6 atau lebih.

Adapun definisi operasional yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 3. 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Faktor	1. Kebudayaan	- Kebiasaan dalam menggunakan produk	1

Budaya (X ₁) (Kotler dan Keller. 2016:179)	2. Subbudaya 3. Kelas Sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Keinginan dalam membeli produk -Persepsi tentang kesesuaian terhadap produk - Mengikuti perkembangan zaman - Lokasi yang terjangkau -Mencerminkan kelas sosial tertentu 	2 3 4 5 6
Faktor Sosial (X ₂) (Kotler dan Keller.2016:179)	1.Kelompok Referensi 2. Keluarga 3. Peran dan Status	<ul style="list-style-type: none"> - Referensi Teman atau dari kelompok pergaulan - mengikuti lingkungan - pengalaman penggunaan dari anggota keluarga - pengaruh rekomendasi dari anggota keluarga - Pengaruh status dalam kelompok masyarakat - pengaruh organisasi - memilih produk sesuai dengan statusnya 	7 8 9 10 11 12 13
Faktor Pribadi (X ₃) (Kotler dan Keller. 2016:179)	1. Usia dan tahap siklus hidup 2. Status ekonomi 3. Gaya hidup 4. kepribadian dan konsep pribadi	<ul style="list-style-type: none"> - kesesuaian usia dan tahap siklus hidup - keadaan ekonomi atau pendapatan seseorang - pola hidup yang diminati - kebiasaan yang sering digunakan - Kepercayaan diri dalam menggunakan 	14 15 16 17 18

	5. Pekerjaan	-minat dalam kelompok pekerja	19
Keputusan Pembelian (Y) (Widokarti dan Priansa. 2019:37)	1. Pilihan Produk	- Keunggulan produk berupa tingkat kualitas	20
		- Manfaat produk berupa tingkat kegunaan	21
		- Pemilihan produk berupa pilihan konsumen pada produk yang dibeli	22
	2. Pilihan Merek	- Ketertarikan pada merek	23
		- kebiasaan pada merek	24
		- kesesuaian harga	25
		- pelayanan yang diberikan	26
	3. Pilihan saluran pembelian	- kemudahan untuk mendapatkan barang	27
		- persediaan barang yang memadai	28
		- kesesuaian dengan kebutuhan	29
4. Waktu pembelian	- keuntungan yang dirasakan	30	
	- alasan pembelian	31	
5. Jumlah pembelian	- keputusan dalam jumlah pembelian	32	
	- keputusan pembelian untuk persediaan	33	

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Metoda Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini kemudian akan diolah dengan menggunakan software SPSS (Statistical Program for Social Science) versi 24.00 guna mempermudah dalam pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. Setelah data diolah, hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel, agar lebih rapi, dapat dibaca dengan mudah dan mudah dipahami.

4. Uji Hipotesis (Uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji setiap variabel bebas (X) apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Hasil uji dilakukan pada output SPSS versi 24 pada tabel coefficients. Uji t dilakukan dengan menggunakan rumus adalah sebagai berikut:

$$t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Dimana:

- t = nilai t hitung
- r = koefisien korelasi
- n = banyaknya pasangan rank

Tahap-tahap :

Bentuk Pengujian.

Hipotesis dapat ditulis dalam bentuk kalimat maupun dalam bentuk simbol.

$H_a : r_s = 0$, artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

$H_0 : r_s \neq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan

1. H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya ada pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Anggota Doodle Art Indonesia
2. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya tidak ada pengaruh faktor budaya dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Anggota Doodle Art Indonesia

5. Uji Hipotesis (Uji-F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji hipotesis dilakukan dengan SPSS for Windows. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , dengan kriteria pengambilan keputusannya adalah :

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$ (Ada pengaruh faktor budaya dan faktor sosial secara simultan terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Anggota Doodle Art Indonesia)
2. $H_1 : b_1, b_2 \neq 0$ (tidak ada pengaruh faktor budaya dan faktor sosial secara simultan terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa pada Anggota Doodle Art Indonesia)

Dalam penelitian ini F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} pada tingkat signifikansi (α) = 5 %.

Kriteria penelitian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ untuk tingkat signifikan $\alpha = 5\%$
2. H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ untuk tingkat signifikan $\alpha = 5\%$

6. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan besarnya presentase peranan semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Peranan variabel bebas didalam model regresi terhadap nilai variabel terikat dapat diketahui dengan analisis varians. Alat statistik yang dapat digunakan adalah Analysis of Variance (ANOVA). Hasil

perhitungan R^2 yaitu diantara nol dan satu dengan ketentuan Nilai R^2 yang semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil peranan variabel bebas terhadap nilai variabel terikat atau semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel terikat. Sebaliknya, nilai R^2 yang semakin besar (mendekati satu) berarti semakin besar peranan variabel bebas terhadap nilai variabel terikat atau semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2018:277) rumus untuk menghitung Koefisien Determinasi (KD) adalah sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi