

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi dan Metode Penelitian

Strategi yang digunakan untuk penelitian ini adalah dengan strategi penelitian asosiatif, menggunakan metode kuantitatif, Menurut (Sugiyono, 2018: 23) Metode kuantitatif dinamakan metode tradisonal, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini juga disebut metode konfirmatif, karena metode ini cocok digunakan untuk pembuktian/konfirmasi. Metode ini disebut metode kuantitaif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Dengan demikian metode kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode studi berdasarkan *filosofi positifisme* yang digunakan dalam studi kelompok atau sampel tertentu, dan pengumpulan data dan analisis data menggunakan alat penelitian dapat didefinisikan sebagai penulisan dan pengujian hipotesis yang diberikan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2018:136) Pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diteliti, dan ditarik kesimpulan. Dalam suatu penelitian, populasi dibedakan menjadi 2, yaitu :

1. Populasi Umum

Populasi umum merupakan keseluruhan objek yang akan diteliti. Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Le Minerale.

2. Populasi Sasaran

Populasi sasaran adalah populasi yang akan menjadi cakupan dari penelitian. Populasi sasaran pada penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi Le Minerale dikecamatan Cempaka Putih.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018:137) dalam penelitian kuantitatif, Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasinya

besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi karena dana, tenaga, keterbatasan waktu, dan lain-lain, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana pemilihan anggota sampel dari populasi dilakukan dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2018:144). Pertimbangan tertentu untuk sampel pada penelitian ini adalah responden yang memenuhi kriteria sebagai berikut: (1) Responden Pria maupun Wanita yang berusia kurang lebih 15 tahun. (2) Responden yang pernah mengkonsumsi produk Le Minerale

Menurut Sugiyono (2018:148) bila jumlah populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, Maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P (Q)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), biasanya 5%

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 orang responden konsumen Le Minerale.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

1. Data Primer.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survey. Menurut Sugiyono, (2018:225) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dijawab. Penulis melakukan survei menggunakan kuesioner dengan *google form* yang terdiri dari beberapa pertanyaan terkait dengan teori yang digunakan dan kuesioner ini akan disebarluaskan melalui media sosial yang ada.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan pertanyaan tertutup. Daftar pertanyaan tertutup yaitu daftar pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data tentang indikator-indikator dari AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*, dan Keputusan Pembelian).

2. Data Sekunder

Menurut Indriantoro & Supomo (2018:143) Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumen) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Metode ini dilakukan dengan membaca dan memahami jurnal atau buku-buku literature yang ada hubungannya dengan penelitian, terutama yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian yang digunakan sebagai landasan teori dalam pemecahan masalah agar penulisan dan penelitian tidak menyimpang dari teori.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam kegiatan penelitian sangatlah penting karena berkaitan dengan tersedianya data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian, sehingga simpulan yang diambil adalah benar.

1. Pengumpulan Data Primer

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data primer dalam penelitian ini adalah berupa jawaban

dari responden atas pernyataan kuesioner yang telah disebarluaskan lalu diukur dengan menggunakan skor *skala likert* (1-4 point). Metode pengumpulan data ini akan menggunakan *google forms* kepada responden yang pernah mengonsumsi produk Le Minerale. Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang ada dalam setiap variabelnya.

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini diukur menggunakan skala Likert dengan skala 1-4. *Skala Likert* adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert, dimana skala ini menggunakan empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah nilai/skor yang mempresentasikan sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2018:158).

Dengan *skala Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan ke dalam indikator variabel. Kemudian indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun unsur-unsur instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. *Skala Likert* yang digunakan adalah skala dengan 1-4, dimaksudkan untuk menghindari adanya jawaban yang cenderung netral. Kriteria pemberian skor untuk alternatif jawaban untuk setiap item sebagai berikut.

Table 3.1 Skor *Skala Likert*

No.	Jawaban	Skor
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Setuju	3
4	Sangat setuju	4

Sumber : Sugiyono (2018:159)

2. Pengumpulan Data Sekunder

Metode pengumpulan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca dan memahami jurnal atau buku-buku literature yang ada hubungannya dengan variabel-variabel penelitian yang digunakan sebagai landasan teori dalam pemecahan masalah agar penulisan dan penelitian tidak menyimpang dari teori.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2016:31) definisi operasional variabel merupakan penentuan kontra dan sifat yang dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional penelitian terdiri dari dua variabel penelitian yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Yang dimaksud dengan variabel bebas (independent variabel) adalah *Attention* (X1), *Interest* (X2), *Desire* (X3), dan *Action* (X4) dan yang dimaksud dengan variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.4.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel eksogen dan variabel endogen, sebagai berikut:

1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan berubahnya variabel terikat (Sugiyono, 2018:36). Bila antara variabel eksogen dikorelasikan maka korelasi tersebut ditunjukkan dengan anak panah dengan kepala dua yang menghubungkan variabel-variabel tersebut. Dalam istilah lain dapat disebut dengan variabel independen. Variabel eksogen pada suatu model jalur adalah semua variabel yang tidak ada penyebab eskplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak-anak panah yang menuju kearahnya selain pada bagian kesalahan pengukuran. Variabel eksogen pada penelitian ini adalah *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action*.

2. Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang nilainya tergantung pada variabel lainnya, yang mana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah (Sugiyono, 2018:37). Variabel endogen dalam suatu model jalur merupakan variabel yang mempunyai anak panah-anak panah menuju kearah variabel perantara dan tergantung. Variabel perantara

endogen mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya dan dari arah variabel tersebut dalam suatu model diagram jalur. Adapun, variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya. Variabel endogen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Berikut tabel indikator-indikator dari setiap variabel penelitian:

Table 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Attention (X1) Menurut Sri Widyastuti (2017:58)	Frekuensi penayangan	Jumlah penayangan iklan Le Minerale	1
	Visualisasi iklan yang menarik	Segalabentuk gambar, tulisan (kata dan angka), peta, grafik pada iklan Le Minerale	2
	Manfaat iklan	Iklan memiliki tayangan yang bermanfaat	3
Interest (X2) Menurut Sri Widyastuti (2017:58)	Kejelasan pesan	Keadaan yang jelas pada pesan yang ditayangkan dalam iklan	4
	Efektivitas media	Daya guna media yang digunakan pada penayangan iklan	5

	Presepsi konsumen	Presepsi konsumen setelah melihat penayangan iklan	6
<i>Desire (X3)</i> Menurut Sri Widyastuti (2017:58)	Perolehan informasi	Adanya informasi yang disampaikan melalui iklan produk Le Minerale	7
	Kepercayaan konsumen atas produk	Timbul keinginan untuk membeli produk	8
	Minat konsumen	Memiliki minat untuk membeli produk atas penayangan iklan	9
<i>Action (X4)</i> Menurut Sri Widyastuti, (2017:58)	Kecenderungan pembelian	Adanya kecenderungan dalam melakukan pembelian	10
	Keyakinan membeli	Memiliki keyakinan untuk membeli produk yang ditayangkan	11
	Kesesuaian produk	Kesesuaian produk berdasarkan iklan yang ditayangkan	12
Keputusan Pembelian (Y)	Pemilihan Produk (<i>Product Choice</i>)	Saya membeli produk Le Minerale karena	13

Menurut (Kotler, P. & Keller, 2012:479)		lebih unggul dari air minum dalam kemasan lainnya.	
	Pemilihan Merk (<i>Brand Choice</i>)	Saya membeli produk Le Minerale karena lebih populer dari produk yang lain.	14
	Pemilihan Saluran Pembelian (<i>Dealer Choice</i>)	Saya membeli produk Le Minerale karena mudah membelinya ada disupermarket terdekat ataupun warung kecil.	15
	Penentuan Waktu Pembelian (<i>Purchase Timing</i>)	Saya membeli produk Le Minerale karena keadaan saat weekday dan wekeend.	16
	Jumlah Pembelian (<i>Amount Purchase</i>)	Saya membeli produk Le Minerale karena bisa membeli permintaan dengan jumlah yang banyak	17

	Metode Pembayaran (<i>Payment Methods</i>)	Saya membeli produk Le Minerale karena keberagaman metode pembayaran	18
--	---	--	----

Instrumen penelitian (kuesioner) yang baik adalah kuesioner yang mendapatkan data yang valid dan reliabel tentang variabel yang diukur. Agar memperoleh data penelitian yang valid dan reliabel, maka kuesioner tersebut perlu diuji validitas dan reabilitasnya terlebih dahulu.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) berbasis varian yaitu *Partial Least Square* (PLS) sebagai alat analisis untuk melakukan pengujian dengan bantuan program SmartPLS 3.0. jenis penelitian berdasarkan kedalaman analisis data pada penelitian ini termasuk dalam penelitian *explanatory* yaitu melakukan uji hipotesis ada tidaknya hubungan atau pengaruh antara variabel *independen* (X) dengan variabel *dependen* (Y). Tujuan dari PLS adalah untuk mendukung penelitian prediktif. Estimasi bobot untuk menyusun nilai komponen variabel laten berdasarkan model *internal* (model struktural yang menghubungkan variabel laten) dan model *eksternal* (model yang mengukur hubungan antara indeks dan komponennya). Hasilnya adalah varians *residual* dari variabel *dependen*.

3.5.1 Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel *independen* berganda. PLS adalah analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Dalam

mengolah data penelitian ini menggunakan software alat statistik PLS (*Partial Least Squares*) yaitu SmartPLS versi 3.0.

3.5.2 Metode Penyajian Data

Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dan menganalisis data dan memahami data sehingga lebih sistematis.

3.5.3 Alat Analisis Statistik Data

Analisis statistik data yang digunakan pada penelitian ini yaitu model analisis jalur (*path analysis*). Menurut Ghazali (2018:245) *path analysis* adalah sebuah model perluasan dari analisis regresi linier berganda untuk mengukur hubungan antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya. *Path analysis* ini digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel bebas dan terikat.

3.5.4 Analisis Outer Model

Menurut (Ghozali & Latan, 2015:73) *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model konstruk. *Outer model* dengan indikator refleksi dievaluasi melalui validitas *convergent*, *discriminant* dan *composite reability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya.

Convergent validity memiliki prinsip bahwa seharusnya pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas dalam SmartPLS 3.0 dengan melihat nilai *loading factor* yakni harus lebih dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2015:74)

Composite reability dan *cronbach alpha* sering disebut sebagai *Dillon Goldstein's*. peneliti lebih disarankan untuk menggunakan uji validitas *composite* karena apabila melihat *cronbach alpha* dari setiap konstruk maka nilainya akan lebih rendah. Nilai validitas *composite* untuk setiap konstruk harus lebih besar dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2015:75). Uji yang dilakukan pada *outer model* ini yaitu:

1. Validitas Konvergen

Ini adalah model pengukuran dengan indeks refleksi yang jelas dari korelasi antara item / skor indeks dan skor komposisi (Imam Ghazali, 2014:37). Sejumlah literatur menyatakan bahwa standar untuk faktor *loading convergent validity* adalah 0,5, namun nilai yang diharapkan adalah >0,7 sebab lebih baik nilai *loading faktornya* >0,7.

2. Validitas Diskriminasi

Uji dari validitas *convergent* dengan program *SmartPLS* 3.0 dapat dilihat dari nilai loading faktor untuk tiap indikator konstruk dan untuk mendeteksi apakah konstruk tersebut memiliki diskriminasi yang memadai. Pada *discriminant validity* ini ditentukan dengan nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus $>0,7$ dan yang kedua menggunakan nilai *average variance extracted* (AVE). nilai akar AVE yang diharapkan adalah akar kuadrat AVE $>$ Korelasi antar konstruk laten atau nilai ave harus $>0,5$.

3. *Average Variance Exctracted* (AVE)

Model mempunyai *discriminant validity* yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya. Menilai validitas dari suatu konstruk dengan melihat nilai AVE, dipersyaratkan model yang baik kalau AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,50(Ghozali, 2016:68)

4. *Commposite Reliability*

Nilai *composite reliabilty* harus $>0,7$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6-0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory* (Ghozali, 2016:69)

5. *Cronbach Alpha*

Nilai diharapkan $>0,7$ untuk semua konstruk, namun untuk penelitian yang bersifat *exploratory* $>0,6$ masih dapat diterima (Ghozali, 2016:71)

3.5.5 Analisis Inner Model

Inner Model (*inner relation*, *structural model* dan *substantive theory*) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi menggunakan R-square untuk struktur ketergantungan, uji *Stone-Geisser Q-square* untuk memprediksi relevansi, dan uji t dan signifikansi koefisien parameter jalur struktural.

Saat mengevaluasi model menggunakan PLS, mulailah dengan melihat R-Square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan regresi. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk mengevaluasi pengaruh beberapa variabel laten independen terhadap variabel laten dependen jika berpengaruh

signifikan (Ghozali, 2016:73-81). Evaluasi pada *inner model* terdapat beberapa indikator, yaitu :

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel eksogen mempengaruhi variabel dependen. Nilai R^2 0,75 baik, 0,50 moderat, sedangkan 0,25 lemah.

2. Penilaian *Goodness of Fit* (GoF)

Goodness of Fit (GoF) dikembangkan oleh *Tenenhaus et al*, untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural, disamping itu menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan dari prediksi model. Apabila nilai yang didapatkan 0,1 dianggap kecil 0,25 dianggap sederhana dan 0,36 dianggap besar. Untuk alasan ini GoF indeks dihitung dari akar kuadrat AVE dan akar kuadrat R-square.

3.5.6 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik melalui *outer model* maupun *inner model*, maka langkah selanjutnya yaitu melakukan pengujian hipotesis. Pengujian ini dilakukan dengan cara analisis jalur (*path analysis*) atas model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat *path coefficient* dimana tingkat signifikannya yang akan dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk melihat hasil hipotesis secara simultan bersama-sama dapat dilihat nilai *path coefficient* dan p-values dalam total *effect* hasil pengolahan data variabel secara simultan. Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung dengan tingkat signifikannya. Menurut Imam Ghozali (2014), Berikut ini yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu :

P-Values < 0,05 : maka H_0 ditolak, H_a diterima

P-Values > 0,05 : maka H_0 diterima, H_a ditolak

P-values (*probability value*) atau nilai probabilitas adalah nilai yang menunjukkan peluang sebuah data untuk digeneralisasi dalam populasi yaitu keputusan yang sah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%. Suatu

hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung dengan tingkat signifikannya.