

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini akan melakukan pengumpulan data sesuai tujuan penelitian untuk mendapatkan hasil akhir dari penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan cara perolehan data berupa angka yang didapat melalui responden-responden yang sesuai sebanyak mungkin. Menurut Sugiyono (2016:8) ini sangat baik karena dapat diuraikan sebagai Teknik pemeriksaan tergantung pada penalaran positivisme, dan digunakan untuk mengetahui populasi tertentu, bermacam-macam informasi menggunakan instrument penelitian, pemeriksaan informasi kuantitatif dapat ditentukan untuk menguji teori yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono(2016:80) Populasi adalah wilayah spekulasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang memiliki ciri dan sifat tertentu yang kemudian diambil untuk ditarik dan didikan bahan pembuatan kesimpulan. sehingga yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli produk Motato dan yang menjadi pengikut pada media sosial Motato sendiri.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel di ambil dari populasi yang memiliki karakteristik dan sifat yang sama. Sehingga peneliti melakukan kepada beberapa pelanggan Motato. Dalam penelitian ini peneliti mengambil jumlah sampel dengan cara jumlah indikator yang dimiliki dikalikan dengan 5 sampai 10 (Hair *et al* 2014:176). Tetapi peneliti memakai angka terbesar yaitu 10, sehingga sampel yang didapatkan dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 14 \times 10 \\ &= 140 \text{ Responden}\end{aligned}$$

Dalam penelitian ini yang peneliti gunakan adalah metode *purposive sampling*, sehingga sampel yang digunakan memiliki karakteristik yang sesuai dengan penelitian ini. Pengambilan sampel diambil dari pelanggan yang sudah pernah membeli produk Motato dan yang mengikuti akun Motato pada media sosial. Sehingga berdasarkan keterangan diatas maka peneliti mengambil sampel sebanyak 140 responden. Dalam menentukan sampel ini terdapat kriteria sebagai berikut :

1. Pelanggan yang sudah pernah membeli Motato lebih dari dua kali
2. Pelanggan dengan usia antara 20 sampai 23 ke atas

3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2016:137) data yang langsung diberikan kepada pengumpul data merupakan data primer. Hal ini dikarenakan untuk mengetahui hasil penelitian ini langsung dikumpulkan dari

responden melalui kuisioner yang disebarakan. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah hasil dari kuesioner yang disebarakan. Menurut Sugiyono (2016 : 93) Skala Likert digunakan untuk mengukur mentalitas, penilaian serta pandangan seseorang atau kumpulan individu tentang suatu kejadian yang terjadi. Sehingga pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert sebagai alat pengukur hasil dari kuesioner yang diberikan. Berikut adalah pengukuran skala Likert yang digunakan :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Cukup Setuju (CS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

3.4 Variabel dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi (Sugiyono, 2016:39). Sehingga dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah harga, gaya hidup, dan keputusan pembelian, sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian.

3.4.2 Definisi Operasional

Tabel 3.1 : Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Keterangan indikator
Harga	Harga merupakan uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen ketika ingin membeli atau memiliki suatu produk atau jasa, sehingga harga merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Herawati <i>et al</i> , 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbandingan harga yang ditawarkan dengan harga pesaing 2. Kualitas yang ditawarkan harus sesuai dan sebanding dengan harga yang ditawarkan 3. Harga yang ditawarkan untuk suatu produk harus sesuai dengan kemampuan atau daya beli target konsumennya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan harga yang Rp. 28.000 pelanggan sudah mendapatkan pilihan makanan yang lengkap 2. jika kualitas suatu barang atau jasa tinggi maka konsumen akan mencari dan melakukan keputusan pembelian 3. Suatu makanan memiliki harga yang terjangkau sesuai target pasarnya.
Gaya Hidup	Gaya hidup merupakan pola hidup yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan dan kemauan dari seseorang sehingga tergambar seluruh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas rutin atau harian yang sudah membentuk kebiasaan seseorang ketika melakukan sesuatu termasuk makanan

	kerpibadiannya (Herawati <i>et al</i> , 2019).		<p>2. Apa kesukaan atau minat dari suatu orang sesuai dengan kebiasaannya membeli atau mengkonsumsi sesuatu</p> <p>3. Opini seseorang mengenai suatu produk sesuai dengan ketertarikan dan pengetahuan orang tersebut</p>
Media Sosial	Media sosial mengacu pada aktivitas, praktik, dan perilaku di antara komunitas orang yang berkumpul secara online untuk berbagi informasi, pengetahuan, dan opini menggunakan media percakapan (Jashari <i>et al</i> , 2017).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya Konten yang menarik dan menghibur 2. Adanya interaksi antara konsumen dan penjual 3. Adanya interaksi antara konsumen dengan konsumen lain 4. Kemudahan untuk pencarian informasi produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan adanya konten yang menarik dan menghibur maka akan menarik pelanggan untuk mencoba suatu produk. 2. Dengan adanya interaksi antara konsumen dengan penjual akan membuat hubungan baik antara kedua nya sehingga konsumen percaya dan

			<p>mau untuk membeli suatu produk</p> <p>3. Adanya interaksi antara konsumen dengan konsumen lain bertujuan agar konsumen lain dapat meyakinkan pelanggan lain untuk membeli</p> <p>4. Jika suatu produk dapat dilihat dengan mudah dimanapun maka akan semakin tinggi juga pengetahuan dan permintaan konsumen</p>
Keputusan Pembelian	<p>Proses aktivitas atau perilaku konsumen sebelum dan sesudah membeli suatu produk dalam mencari informasi produk sehingga membuat suatu keputusan (Khuong <i>et al</i>, 2016).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebiasaan membeli produk 2. Keinginan untuk membeli suatu produk 3. Kesiediaan untuk berkorban dalam mendapatkan suatu produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan kebiasaan seseorang membeli produk akan mempengaruhi produk apa yang akan dibeli 2. Semakin produk kita sesuai dengan minat

		<p>4. Membeli produk berdasarkan manfaat dan harapan produk</p>	<p>pasar maka keinginan konsumen untuk membeli juga semakin besar.</p> <p>3. Ketika seseorang bersedia berkorban demi mendapatkan suatu produk maka produk tersebut akan semakin meningkat permintaannya</p> <p>4. Manfaat dan nilai dari produk kita harus sesuai dengan keinginan konsumen</p>
--	--	---	--

Sumber : data diolah (2020)

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Pada penelitian ini kuesioner digunakan sebagai prosedur dalam pengumpulan data sehingga kuesionernya terdiri dari pernyataan yang berkaitan dengan produk, harga, tempat, dan promosi. Orang-orang yang terpilih menjadi responden harus memberikan coretan tanda silang pada alternative jawaban yang sudah kita bahas diatas yaitu menggunakan skala Likert.

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Uji Validitas

Untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner maka peneliti menggunakan uji validitas, suatu kuesioner dalam penelitian dapat dikatakan valid jika pertanyaan dari kuesioner tersebut dapat menjelaskan apa yang sedang kita ukur. Sehingga sebelum kita melakukan uji validitas kita harus dapat mengerti bahwa item pernyataan dari kuesioner kita benar-benar dapat memperjelas apa yang akan kita ukur (Imam Ghozali, 2018:51).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Imam Ghozali (2018:45) berpendapat alat yang dapat menguji suatu data yang didalamnya berupa indikator dan variabel adalah reliabilitas. Jika jawaban dalam suatu kuesioner konstan atau stabil dari setiap pernyataan maka dapat dikatakan kuesioner itu reliabel. Uji Reliabilitas dapat kita lihat dengan jumlah nilai *Cronbach's Alpha* yang harus diatas 0,06.

3.6.3 Regresi Linear Berganda

Pengaruh yang terjadi antara satu atau lebih dari variabel bebas kepada variabel terikat dapat dilihat dengan menggunakan regresi linear berganda (Romie Priyastama, 2017:54). Berikut adalah persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

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

Penjelasan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Koefisien Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

X.1 = Harga

X.2 = Gaya Hidup

X.3 = Media Sosial

e = Error

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Suatu variabel bebas dan terikat tentu harus berdistribusi secara normal sehingga dapat dilakukan uji normalitas. *Kolmogorov Smirnov* adalah salah satu uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini dan memiliki ketentuan yaitu suatu nilai dapat dikatakan signifikan dan berdistribusi normal jika memiliki signifikan data $> 0,05$ (Ghozali, 2016:166)

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel bebas dan variabel terikat dapat melakukan uji Multikolinearitas. Kita dapat melihat apakah data yang kita miliki multikolinearitas dengan melihat pada nilai VIF dan nilai toleransinya, jika VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya lebih dari 0,1 maka tidak adanya multikolinearitas dalam suatu penelitian (Imam Ghozali, 2018:108).

3.7.3 Uji Heteroskedastitas

Agar peneliti dapat mengetahui apakah dalam penelitiannya terjadi perbedaan antara residual yang satu dengan penaksirannya, peneliti dapat menggunakan uji heterokedastisitas. Cara melihat apakah suatu data memiliki heterokedastisitas dapat dilihat dari gambar *scatterplot*, jika titik-titik pada gambar tersebut memiliki letak yang tidak teratur maka kita dapat mengetahui bahwa tidak ada heterokedastisitas (Romie Priyastama,2017:125)

3.7.4 Uji Linearitas

Menurut Imam Ghozali (2018:169) agar mengetahui spesifikasi model sudah jelas atau tidak dapat dilakukan uji linearitas. Dalam linearitas kita dapat menemukan variabel bebas dan variabel terikat. Uji linear dapat kita hitung dari apabila nilai F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat dikatakan linear dan sebaliknya.

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji F

Menurut Ghozali (2018:97), kecepatan fungsi regresi sampel dalam menaksirkan suatu nilai dapat diukur dari Goodness of fitnya yaitu R^2 , nilai statistik F, dan nilai statistik t. Uji Signifikansi simultan menurut Ghozali (2018:98) menyatakan bahwa uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukan memiliki pengaruh secara bersama-sama dengan variabel terikatnya. Uji signifikansi simultan berdasarkan uji ANOVA atau juga dikatakan

F test/Uji F (Ghozali, 2018:101). Uji pengaruh simultan atau F test, menurut Ghozali (2018:177) yaitu uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel terikatnya.

3.8.2 Uji t

Menurut Singgih Santoso (2020:283) ketika kita ingin mengetahui apakah secara satu persatu variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya maka yang digunakan adalah uji t. Agar kita dapat mengetahui apakah secara parsial variabel tersebut berpengaruh kita dapat melihat apabila Sig. < 0,05, dan sebaliknya jika Sig. > 0,05 maka variabel bebas tersebut secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikatnya.



