

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang akan digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan formal dengan jawaban pilihan yang telah ditetapkan (Hair, 2017). Pada penelitian kuantitatif, peneliti akan mendapatkan hasil yang detail dan terdeskripsi dengan baik. Metode kuantitatif merupakan penerjemahan data numerik menjadi naratif yang telah dan menceritakan sebuah fenomena yang menarik yang didukung oleh data pada akhirnya. Tujuan penggunaan metode kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk mengkonfirmasi hipotesis yang telah ditetapkan tentang dampak persepsi kualitas dan fitur produk terhadap niat membeli untuk semua pengguna media sosial di Indonesia.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Indrawati dalam Syahril dan Rikumahu (2018) populasi merupakan semua kelompok orang yang dapat menjadikan pusat perhatian dan juga batasan untuk diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penduduk Kota Surabaya.

Jumlah penduduk Kota Surabaya berumur empat belas hingga dua puluh lima tahun dengan pendapatan ekonomi (uang saku / gaji) golongan menengah keatas sebanyak 518,789 orang pada tahun 2019.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016: 118). Pada Penelitian ini, penelitian menggunakan teknik sampel sampling jenuh, dimana memungkinkan peneliti untuk mengambil seluruh dari jumlah populasi. Menurut Sekaran dan Bougie, (2016 : 248) purposive sampling adalah teknik sampling yang didasari dengan syarat-syarat tertentu. Pengambilan sampel disini terbatas pada jenis orang tertentu. Kriteria-kriteria sampel yang dituju untuk dimanfaatkan dalam penelitian ini adalah:

1. Remaja berusia empat belas hingga dua puluh lima tahun.
2. Berdomisili di Kota Surabaya.
3. Pendapatan Rp 1.000.000 hingga Rp 3.000.000 keatas.

Menurut Roscoe dalam Primantara da Jatra (2017) keseluruhan dari sampel yang efektif berjumlah 10 kali dari jumlah indikator yang digunakan pada penelitian. Maka jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini sebanyak:

Jumlah sampel = Jumlah indikator x 10

$$= 13 \times 10$$

= 130

Dari perhitungan di atas maka penelitian ini memerlukan jumlah sampel yang akan ditentukan sebanyak 130 responden.

3.3 Jenis Data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dibuat peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset (Malhotra, dalam Ong dan Sugiharto, 2013: 6). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada responden melalui media *google form* yang akan disediakan oleh peneliti.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Penelitian harus didasari dengan data yang akurat sehingga cara pengumpulan data pun juga harus dilakukan dengan benar. Kuesioner merupakan suatu daftar pernyataan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subjek, baik secara individual atau kelompok, untuk mendapatkan informasi tertentu, seperti preferensi, keyakinan, minat, dan perilaku. Informasi yang didapatkan dengan menggunakan angket ini, peneliti tidak harus bertemu langsung dengan subyek, tetapi

cukup dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk mendapatkan respon (Hadjar, dalam Taniredja dan Mustafidah, 2016). Kuesioner yang diajukan nantinya akan terdapat pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian, sehingga nanti jawabannya juga mempunyai makna dalam menguji hipotesis.

Pembagian kuesioner melalui media google form merupakan prosedur pengumpulan data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini. Kuesioner akan disebarakan kepada media sosial yang mengikuti akun instagram *TJOY Tote Bag Dealer*. Skala Likert 5 poin adalah skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sekaran dan Bougie (2016 : 215) Skala Likert dimanfaatkan guna melihat sekaligus menyimpulkan seberapa kuat responden menyetujui atau tidak menyetujui item-item dalam kuesioner pada skala lima pilihan dengan pilihan seperti berikut:

1 = STS : Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = TS : Tidak Setuju (TS)

3 = CS : Cukup Setuju (CS)

4 = S : Setuju (S)

5 = SS : Sangat Setuju (SS)

3.5 Definisi Variabel dan Operasional

Tabel 3. 1 Variabel dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
<i>Perceived Quality</i>	menurut Aaker (1997) dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. kualitas yang konsisten 2. produknya baik 3. memenuhi standar kualitas yang ditentukan 4. Jarang terjadi kecacatan produk 5. kinerja yang konsisten 	Sweeney (2001)
<i>Product Feature (X3)</i>	Roseli, et al. (2016) mendefinisikan product feature sebagai suatu karakteristik yang dimiliki sebuah produk yang mendeskripsikan penampilan, komponen-komponen, dan kemampuan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keragaman fitur 2. Kualitas fitur 3. Kepentingan fitur 4. Kelengkapan fitur 	Kotler dan Keller (2012)
<i>Minat beli (Y)</i>	Kotler dan Keller (2009:15), “Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian”	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. SMinat eksploratif 	Mongi <i>et al.</i> , (2013)

Sumber : Diolah oleh peneliti (2020)

3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto dalam Taniredja dan Mustafidah (2016), validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen, suatu instrument. Dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji yang dilakukan yaitu menggunakan uji korelasi *bivariate pearson* antara indikator dengan total indikator. Jika nilai signifikan korelasi *pearson* $< 0,05$ maka indikator yang diuji dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Suatu alat pengukuran dinyatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang reliabel secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama (Nasution, dalam Taniredja dan Mustadifah, 2016 : 43). Uji yang dilakukan menggunakan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha*, jika nilai alpha lebih besar $> 0,6$ maka disimpulkan variabel yang diuji reliable.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, dalam monggi, mananeke, dan Repi, 2013 : 2340). Uji ini menggunakan uji VIF (Variance inflation Factor). Jika nilai hasil VIF < 10 , maka telah tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian statistic untuk menguji apakah didalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Widarjo, dalam Ong dan Sugiharto, 2013) uji yang digunakan untuk melihat adanya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan pengamatan pada bauran titik yang terdapat dalam gambar Scatterplot. Jika titik-titik membaur dan tidak membuat suatu pola, maka bisa disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3.6.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal (widarjo, dalam Ong dan sugiharto, 2013). Uji yang digunakan adalah menggunakan *P-plot of Regression Standardized* . Jika titik-titik tersebar berdasarkan garis diagonal dan titik-titik tidak menjauhi garis diagonal maka nilai residual akan normal.

3.6.4 Analisis linier berganda

Dalam menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, maka digunakan analisis linier berganda yang melibatkan variabel dependen dan variabel independen yang lebih dari satu. Yang dimaksud dengan berganda disini adalah jumlah variabel independen lebih dari satu.

Analisis ini digunakan untuk meramalkan variabel dependen jika variabel independen yang dinaikan atau diturunkan (Priyatno, 2013). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Variabel Minat Beli

X₁ : Variabel *Perceived quality*

X₂ : Variabel *Product Features*

β_1, β_2 : Koefisien regresi

ε : Residual

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji F

Uji F yaitu uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyatno 2013).

3.7.2 Uji t

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Priyatno 2013).

3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi dan Koefisien korelasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur berapa besar presentase sumbang pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2013)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur kuatnya hubungan variabel bebas secara simultan terhadap variabel dependen (Fure, 2013).