

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini berupa metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menggunakan pendekatan deduktif terhadap proses penelitian yang tujuannya untuk membuktikan, menyangkal maupun menguji kembali teori yang sudah ada (Leavy, 2017). Jenis penelitian kuantitatif ini menggunakan pengukuran variabel dan pengujian hubungan antar variabel untuk menjelaskan pola, korelasi, maupun hubungan sebab akibat. Penelitian kuantitatif ini, termasuk di dalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif memiliki fungsi sebagai deskripsi dari data-data di setiap variabel penelitian.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah seluruh subjek yang ada di dalam penelitian dapat berupa orang, benda maupun sesuatu yang dapat memberikan informasi pada peneliti (Arifin, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang sudah pernah kontak letterpress, baik yang sudah membeli maupun yang belum membeli produk Letterpress. Dimana jumlah total populasinya adalah 80 orang. Total populasi ini sudah sesuai dengan data yang diperoleh dari Instagram Letterpress.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari jumlah populasi dan mempunyai karakteristik yang sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2018), sampel jenuh adalah bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

3.3 Jenis Data, Sumber Data dan Pengukuran

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif. Dimana data kuantitatif adalah data terukur dalam bentuk angka dan dikumpulkan melalui pertanyaan-pertanyaan yang terstruktur (Sekaran & Bougie, 2016). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang akan digunakan merupakan jawaban maupun tanggapan responden yang telah mengisi survei *online*. Dimana survei tersebut disebar ke semua orang yang sudah pernah kontak letterpress, baik yang sudah membeli maupun yang belum membeli produk Letterpress. Peneliti akan menggunakan skala *likert* pada pengukuran kesediaan untuk membayar, dan skala nominal pada pengukuran *socioeconomic status* (SES). Skala nominal adalah skala pengukuran kategori ataupun kelompok (Tandungan & Mertha, 2016). Skala *likert* adalah skala pengukuran yang mempunyai empat atau lebih butir pertanyaan yang digabungkan, sehingga membentuk skor yang mengidentifikasi sifat seseorang (Maryuliana et al., 2016). Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format seperti:

- a. Sangat Setuju (SS): 5
- b. Setuju (S): 4

- c. Cukup Setuju (CS): 3
- d. Tidak Setuju (TS): 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS): 1

3.4 Variabel dan Definisi Operasional

Penelitian yang dilakukan ini terdiri dari satu variabel, yaitu kesediaan untuk membayar.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Sumber
Kesediaan untuk Membayar	Kesediaan seseorang untuk membayar harga dari suatu produk, ataupun jasa dari pelayanan yang ia terima. Kesediaan untuk membayar juga dapat diartikan sebagai kesediaan seseorang dalam mengeluarkan imbalan (uang) atas jasa ataupun barang yang diperolehnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesediaan untuk membayar lebih mahal 2. Kesediaan untuk mengeluarkan lebih banyak uang 3. Kesediaan untuk membayar sedikit lebih mahal 	(Gunawan & Suprapti, 2015; Khoiriyah & Toro, 2018)

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan tentang indikator kepada pelanggan yang melakukan pembelian produk di Letterpress melalui *google form* secara *online*. Skala nominal dan skala *likert* digunakan guna mendukung pengukuran kuesioner untuk menunjukkan kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pertanyaan dari kuesioner yang dibagikan dengan menggunakan skala 1 sampai 5. Terdapat 3 tahap yang dilakukan dalam pengumpulan data penelitian ini. Pertama, persiapan kuesioner yang akan disebar. Kedua, menyebarkan kuesioner kepada sampel. Ketiga, mengolah data yang sudah didapat dari sampel.

3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat yang menunjukkan suatu tes mengukur apa yang akan diukur. Dalam penentuan kelayakan atau tidak suatu item yang digunakan, dilakukan uji signifikan koefisien korelasi dikatakan valid apabila nilai signifikansi $< 0,05$ (Nurhayati, 2017).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengatur apakah pertanyaan yang tertera pada kuesioner sudah dapat mewakili indikator dari variabel yang digunakan atau tidak. Kuesioner akan dikatakan reliabel apabila, responden selalu memiliki jawaban yang konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel yang bisa dikatakan reliabel adalah variabel yang memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2018).

3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang menguji variabel pengganggu di suatu model regresi, untuk melihat normal atau tidaknya distribusi yang dimiliki (Ghozali, 2018). Uji normalitas menggunakan metode *kolmogorov-smirnov*, dimana penelitian akan dikatakan normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

3.6.4 Uji Hipotesis

Peneliti menggunakan uji beda yang terdiri dari *one way anova* dan uji *independent sample t-test*. *One way anova (Analysis of Variants)* adalah analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis perbandingan rata-rata sampel k, bila data yang diolah berbentuk rasio atau interval (Kurniawan, 2018). Uji *independent sample t-test* adalah uji beda yang digunakan untuk jenis penelitian yang menghasilkan data berskala interval, biasanya digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata hitung diantara kelompok-kelompok tertentu dan memiliki persyaratan tertentu (Lestari, 2016). Sebelum dapat melakukan *independent sample t-test*, ada lima asumsi persyaratan yang harus dipenuhi (Rabbaniyah & Afandi, 2019), yaitu:

1. Kedua sampel tidak berpasangan, jika berpasangan uji hipotesisnya menggunakan uji *paired sample t-test*
2. Masing-masing sampel memiliki jumlah data < 30 buah, jika lebih maka menggunakan uji Z
3. Uji ini menggunakan data kuantitatif berskala interval atau rasio
4. Data untuk kedua sampelnya berdistribusi normal
5. Terdapat kesamaan varians atau homogen untuk kedua sampel data penelitian (bukan syarat mutlak)

Dasar pengambilan keputusan uji *independent sample t-test* (Rabbaniyah & Afandi, 2019), yaitu:

1. Jika nilai signifikansi (*2-tailed*) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat perbedaan nilai efisiensi antara kelompok 1 dengan kelompok 2
2. Jika nilai signifikansi (*2-tailed*) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat perbedaan nilai efisiensi antara kelompok 1 dengan kelompok 2

Beberapa asumsi yang perlu dipenuhi pada uji *anova* sebelum melakukan uji hipotesis dengan menggunakan teknik analisis *one way anova* (Winarso, 2015), yaitu:

1. Data masing-masing kelompok berdistribusi normal (nilai signifikansi $> 0,05$)
2. Varian antar kelompok harus homogen (nilai signifikansi $> 0,05$)

Dasar pengambilan keputusan untuk uji *one way anova* (Winarso, 2015), yaitu:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat perbedaan varian antar kelompok
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat perbedaan varian antar kelompok