

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif. Menurut Sugiyono (2017), penelitian verifikatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih melalui pengumpulan data di lapangan, sifat verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *explanatory research*.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen UD Barokah Jaya Furniture. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan pengujian hipotesis uji t dan Koefisien Diterminasi (R^2).

3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yaitu

1. variabel bebas (*independent*). Variabel bebas (*independent*) terdiri dari :
 - a. Media Sosial (X1), dengan indikator (Solis, 2011) :
 - 1) *Context*, yaitu bagaimana membentuk sebuah pesan atau cerita (informasi) seperti bentuk sebuah pesan itu sendiri, penggunaan bahasa maupun isi dari pesan tersebut.
 - 2) *Communication*, yaitu adalah cara berbagi cerita atau informasi yang meliputi cara mendengarkan, merespon, dan tumbuh

dengan dengan berbagai cara yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik

- 3) *Collaboration*, adalah kerja sama antara sebuah akun atau perusahaan dengan penggunaanya di media sosial untuk membuat hal baik lebih.
- 4) *Connection*, yaitu pemeliharaan hubungan yang sudah terbina. Bisa dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan sebuah akun perusahaan.

b. Desain Produk (X2), Terdiri dari (Kotler dan Keller, 2012):

- 1) Bentuk Banyak produk dapat diferensiasikan berdasarkan bentuk – ukuran, bentuk atau struktur fisik produk.
- 2) Fitur produk. Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan memvariasikan fitur yang melengkapi fungsi dasar mereka. Sebuah perusahaan dapat mengidentifikasi dan memilih fitur baru yang tepat dengan mensurvei pembeli terbaru dan kemudian menghitung perbandingan nilai pelanggan dan biaya perusahaan untuk setiap fitur potensial.
- 3) Kinerja produk merupakan tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi. Kualitas menjadi dimensi yang semakin penting untuk diferensiasi ketika perusahaan menerapkan sebuah model nilai dan memberikan kualitas yang lebih tinggi dengan uang yang lebih rendah.

- 4) Kesesuaian produk, merupakan tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.
 - 5) Ketahanan, merupakan ukuran umur operasi produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.
 - 6) Keandalan merupakan ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam periode waktu. Suatu produk dikatakan baik akan memiliki keandalan sehingga dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama
2. Variabel terikat (*dependent*) yaitu Keputusan Pembelian (Y), dengan indicator Kotler dan Keller, 2012) :
- a. Pengenalan Masalah
 - b. Pencarian Informasi
 - c. Evaluasi Alternatif atau Pilihan
 - d. Keputusan Pembelian

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	Saya membeli produk UD Barokah Jaya Furniture sesuai kebutuhan
	Pencarian Informasi	Produk yang saya cari ada di UD Barokah Jaya Furniture
	Evaluasi Alternatif atau Pilihan	Produk UD Barokah Jaya Furniture lebih bagus dari online shop lain
	Keputusan Pembelian	Saya membeli furniture pada UD Barokah Jaya Furniture
Media Sosial (X1)	<i>Context</i>	Informasi produk yang di sampaikan menarik
	<i>Communication</i>	Ramah dalam menanggapi komentar pelanggan
	<i>Collaboration</i>	Konsumen memposting produk di akun media social mereka

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
	<i>Connection</i>	Kualitas produk sesuai dengan informasi yang di berikan
Desain Produk (X2)	Bentuk	Produk UD Barokah Jaya Furniture memiliki berbagai macam bentuk
	Fitur produk	Produk UD Barokah Jaya Furniture memiliki variasi produk furniture yang menarik
	Kinerja produk	Produk UD Barokah Jaya Furniture berfungsi dengan baik
	Kesesuaian produk	Produk UD Barokah Jaya Furniture sesuai dengan selera konsumen
	Ketahanan	Produk UD Barokah Jaya Furniture memiliki ketahan yang cukup lama
	Kehandalan	Produk UD Barokah Jaya Furniture lebih handal disbanding produk furniture lainnya

Sumber : Data diolah (2021)

3.3 Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2017) skala pengukuran adalah perjanjian yang dipergunakan sebagai dasar untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga menghasilkan data kuantitatif dari hasil pengukuran menggunakan alat ukur. Dalam penelitian ini digunakan skala likert agar mempermudah peneliti ketika melakukan pengujian terhadap analisa yang digunakan.

Skala likert adalah cara perhitungan dengan menghadapkan responden dengan beberapa pertanyaan kemudian diminta untuk menjawab. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5 dengan kategori (Sugiyono, 2017):

Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2017

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen UD Barokah Jaya Furniture.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2016). Sampel menurut Arikunto (2016), adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus (Riduwan, 2012)

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)^2}{e}$$

Dimana :

n : jumlah sampel

Z_{α} : Nilai yang didapat dari table normalitas tingkat keyakinan

e : kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai $Z_{0,05}$ adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96)/(0,25)}{0,05}^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampling Insidental / Accidental Sampling. Menurut Sugiyono, (2017) Sampling Insidental / Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data kualitatif yang telah diangkakan atau sebuah data yang berbentuk angka. Data ini didapat dari hasil penghitungan kuesioner yang akan dilakukan oleh peneliti yang sebelumnya telah berhubungan langsung dengan masalah yang akan diteliti. (Sugiyono, 2017)

3.5.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan sumber data primer. Sumber data primer adalah data yang didapat dari lapangan dengan responden sebagai sumbernya. Pengumpulan data ini dilakukan dengan berbagai cara seperti kuesioner dan dokumentasi. Sehingga akan menghasilkan kesimpulan dalam penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data survey atau riset lapangan dengan cara membagikan selebaran/link untuk kuesioner *online* yang didalamnya berisi beberapa pertanyaan yang ditujukan untuk dijawab responden dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan juga oleh peneliti, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang sudah tersedia.

3.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari bahasa latin yang berarti memperhatikan dan mengikuti, memperhatikan dan mengikuti dalam arti mengamati dengan teliti dan sistematis sasaran perilaku yang dituju.. Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan oleh peneliti di UD Barokah Jaya Furniture

3.7 Uji Instrumen

Dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif. Menurut Widodo (2012) mengungkapkan bahwa uji instrument variabel dalam

penelitian kuantitatif harus melalui beberapa pengujian agar menghasilkan data pengukuran variabel penelitian yang akurat. Pengujian instrumen yang paling banyak digunakan dalam penelitian yaitu uji validitas dan reliabilitas, para ahli juga mengungkapkan bahwa pengujian ini bersifat baku. Sehingga dalam penelitian ini juga digunakan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Sunyoto (2014) mengungkapkan bahwa uji validitas digunakan untuk pengukuran terkait dengan kuesioner yang valid atau tidak. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang disajikan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Sehingga instrumen ini harus sesuai dengan pengukuran atau bisa menghasilkan sesuai yang diinginkan peneliti. Dalam uji validitas ini, penulis menggunakan validitas konstruk (*construct validity*) sehingga menggunakan teknik korelasi item total atau sering disebut juga (*Corrected Item Total Correlation*).

Skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017), penentuan validitas didasarkan atas perbandingan nilai korelasi, produk moment lebih besar dibandingkan dengan 0,3 pada tingkat keyakinan 95% dapat diartikan bahwa item-item tersebut valid.

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden.

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas

No item	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Media Sosial (X1)	0.731	0,3	valid
2		0.823	0,3	valid
3		0.657	0,3	valid
4		0.513	0,3	valid
1	Desain Produk (X2)	0.674	0,3	valid
2		0.570	0,3	valid
3		0.735	0,3	valid
4		0.557	0,3	valid
5		0.382	0,3	valid
6		0.531	0,3	valid
1	Keputusan Pembelian (Y)	0.743	0,3	valid
2		0.785	0,3	valid
3		0.852	0,3	valid
4		0.820	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 3.3 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung $>$ 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Sunyoto (2014) mengungkapkan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk pengukuran indikator dari setiap variabel-variabel penelitian yang dikemukakan dalam kuesioner. Data dapat dinyatakan reliable apabila jawaban dari responden dalam pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dari waktu ke waktu tetap konsisten/stabil. Pengukuran reliabilitas menggunakan

uji statistik cronbach alpha. Sebuah variabel dapat dikatakan reliable apabila nilai cronbach alpha lebih besar (>) dari 0,6.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.4 berikut ini:

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien α	Keterangan
Media Sosial (X1)	0,629	0,6	Reliabel
Desain Produk (X2)	0,623	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,811	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- | | | |
|---------------|----------------|-----------------------------|
| 1) 1,0 – 1,8 | = Buruk sekali | |
| 2) 1,81 - 2,6 | = Buruk | |
| 3) 2,61 - 3,4 | = Cukup | |
| 4) 3,41 – 4,2 | = Baik | |
| 5) 4,21 - 5,0 | = Sangat Baik | Sumber : (Sudjana,
2005) |

3.8.2. Analisis Inferensi

Analisis regresi linier berganda adalah suatu hubungan secara linier antara variabel independen yang berjumlah lebih dari satu biasanya menggunakan simbol $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ dengan variabel dependen biasanya menggunakan simbol Y . Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif dan memprediksi nilai kenaikan atau penurunan dari variabel dependen. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian (variabel dependen)

X_1 = media sosial (variabel independen)

X_2 = desain produk (variabel independen)

e = Residu atau prediction error

a = Konstanta Persamaan Regresi

b_1, b_2, \dots = Koefisien Garis Regresi

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah langkah awal sebelum melakukan uji statistik, dimana pengujian ini adalah dasar dari analisa regresi. Dalam uji asumsi klasik ini terdapat tiga langkah awal dalam analisa regresi, yaitu:

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013) uji normalis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi kedua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak. Pengujian ini sangat penting dilakukan karena akan berpengaruh pada pengujian-pengujian selanjutnya. Jika uji normalis ini tidak dilakukan maka akan berakibat pada uji statistik yang tidak valid dan statistik parametrik juga tidak bisa digunakan. Untuk mendeteksi tingkat normalitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

a. Analisis Grafik

Tingkat normalitas dapat diketahui melalui grafik histogram, namun akan lebih mudah dengan cara melihat *normal probability plot* dengan perbandingan antara distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Pengambilan keputusan ini diambil sesuai dengan dasar berikut:

- 1) Apabila diketahui data yang dihasilkan menyebar pada sekitar daerah diagonal dan mengikuti garis lurus diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pada model distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar jauh pada sekitar area diagonal ada pola yang tidak jelas pada arah garis diagonal dan grafik histogram juga tidak menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Statistik

Untuk pengujian statistik yang dapat digunakan dalam uji statistic adalah non-parametrik kosmolgorov-Smirnov (K-S). Data dari setiap variabel berdistribusi normal apabila memiliki nilai yag signifikan atau lebih dari 0.05.

2. Uji Multikoleniaritas

Menurut Ghozali (2013) mengungkapkan bahwa uji multikolonieritas memiliki tujuan untuk mengetahui terjadinya korelasi atau tidak antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Apabila tidak terjadi korelasi antar variabel independen maka moder bersifat baik dan sebaliknya.

Sebagai dasar untuk pengujian multikolonieritas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *tolerance* dan lawannya, serta varian inflation factor (VIF). Kedua pengukuran ini akan menunjukkan variabel

independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya, *tolerance* adalah pengukuran variabilitas variabel independen yang telah terpilih tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Sehingga nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance < 0,01$). Nilai *cutoff* pada umumnya digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $tolerance < 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2013).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu dimana adanya ketidaksamaan varian dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi. Apabila variance dari residu dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain tetap disebut homokedastisitas dan apabila berbeda maka disebut heterokedastisitas. Homokedastisitas adalah model regresi yang baik karena tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2013).

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1. Uji t

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang bernilai signifikan atau tidak. Maka dari itu setiap koefisien regresi wajib diuji. Dalam hal ini jenis hipotesis yang dapat digunakan ada dua yaitu uji t. Pengujian ini pada dasarnya ditujukan untuk mengetahui

seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Cara untuk melakukan uji t adalah dengan menggunakan perbandingan antara nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel.

Uji t dilakukan dengan dasar Probabilitas/sig. Apabila P value > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan, apabila P value < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Keterangan:

H_0 = variabel independen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

H_a = variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

3.10.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini pada dasarnya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinan sebesar nol dan satu. Nilai (R^2) yang diperoleh minim memiliki pengertian dimana kapasitas dari semua variabel independen menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Nilai (R^2) yang diperoleh mendekati atau satu memiliki pengertian dimana dari semua variabel independen memberikan hampir semua informasi yang akan dibutuhkan untuk memprediksikan variasi variabel dependen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin kuat kemampuan variabel independen bisa menjelaskan bagaimana variabel dependen.