

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif komparatif, yaitu penelitian yang menggunakan teknik membandingkan suatu objek dengan objek lain. Penelitian komparatif menurut Sugiyono (2014:54) adalah penelitian yang membandingkan keadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau dua waktu yang berbeda.

Berdasarkan pengertian studi komparatif yang telah dikemukakan peneliti dapat memahami bahwa studi komparatif adalah suatu bentuk penelitian yang membandingkan antara variabel-variabel yang saling berhubungan dengan menentukan perbedaan-perbedaan atau persamaannya. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui perbedaan pengaruh antara instrument marketing yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk jaket merek ERIGO.

Teknik pengambilan yang digunakan adalah dengan nonprobability sampling yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui teknik purposive sampling, dimana sampel yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Sampel pada penelitian ini harus memenuhi kriteria - kriteria di bawah ini:

1. Responden bersedia menjadi sampel dan berusia 17-25 tahun (diasumsikan golongan ini sudah dewasa).

2. Konsumen yang pernah membeli produk jaket merek ERIGO minimal 1 (satu) kali.

Ukuran sampel yang digunakan merupakan jenis Lemeshow. Rumus Lemeshow adalah rumus yang digunakan untuk mengetahui jumlah sampel. Sampel akan sangat berpengaruh pada representasi populasi dalam sebuah proses penelitian.

Rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P (1-P)}{d^2}$$

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* – 10%

Berdasarkan rumus tersebut dapat diartikan:

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

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Penggunaan rumus Lemeshow (1997) didasari oleh populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

Definisi operasional digunakan untuk menentukan dan mengukur variabel dengan merumuskan secara singkat dan jelas sehingga tidak menimbulkan perbedaan penafsiran. Definisi operasional menurut Sekaran dan Bougie (2017) berkaitan dengan cara untuk menguraikan suatu ide atau konsep abstrak sehingga menjadi sesuatu yang dapat diukur. Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, di

antaranya: *Paid Promote* (X1) dan *Endorsement* (X2) sebagai variabel independen, Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Penjelasan mengenai kedua variabel tersebut akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

3.3.1 Variabel

3.3.1.1 *Paid Promote* X1 (*Independent Variable*)

Menurut Alfiansyah dan Listiani (2016) *Paid Promote* merupakan jasa dalam mempromosikan barang atau jasa di media sosial, dengan menggunakan jasa tersebut dapat membantu online shop mempromosikan produk atau jasa yang mereka jual. Berdasarkan penjelasan tersebut berikut adalah indikator *Paid Promote*:

1. X.1.1 Keterjangkauan
2. X.1.2 Daya Tarik
3. X.1.3 Keputusan

3.3.1.2 *Endorsement* X2 (*Independent Variable*)

Menurut Putri (2019) *Endorsement* adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh publik figure untuk meningkatkan kunjungan dan penjualan produsen. Endorser juga bertugas membuat dan menganalisis konten yang mereka buat mengenai produk/jasa merchant yang bersangkutan. Berdasarkan penjelasan tersebut berikut adalah indikator *Endorsement*:

1. X.2.1 Daya Tarik
2. X.2.2 Kepercayaan
3. X.2.3 Keahlian

3.3.1.3 Keputusan Pembelian Y1 (*Dependent Variable*)

Sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Swasta, 2006). Berdasarkan Penjelasan tersebut berikut adalah indikator Keputusan Pembelian:

1. Y.1.1 Promosi
2. Y.1.2 Presepsi Harga
3. Y.1.3 Kualitas Pelayanan

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan terdiri atas dua bagian yaitu data primer dan data sekunder, dimana data primer didapat dari kuisisioner yang diisi secara online, dan data sekunder didapat dari internet dan artikel yang relevan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen kuesisioner dengan pemberian skor berikut ini:

1. SS: Sangat Setuju Diberi skor 5
2. S: Setuju Diberi skor 4
3. N: Netral Diberi skor 3
4. TS: Tidak Setuju Diberi skor 2
5. STS: Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Uji Instrumen

Analisis data dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dari data yang diperoleh sehingga akan mendapatkan kesimpulan sebagai hasil penelitian. Namun sebelum melakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas agar kesimpulan yang didapat valid dan reliabel. Berikut ini dikemukakan hasil analisis data menggunakan program komputer IBM SPSS for Windows.

3.5.2 Hasil Uji Validitas

Validitas data penilaian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu skala pengukuran dinyatakan valid apabila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan

apa yang seharusnya dilakukan. Berikut disajikan hasil pengujian validitas setiap instrumen penelitian. Teknik pengukuran validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap skor item dari setiap peubah yang diuji validitasnya. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai r tabel. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai signifikansi output uji validitas lebih kecil dari 0,05.

3.5.3 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Pengujian ini harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan yang tidak memenuhi maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas. Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda.

Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,60 Nunnally J C, (1967).

3.5.4 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (sugiono 2015). Analisis statistik Deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai variabel Paid Promote (X1), Endorsement (X2), dan Keputusan Pembelian (Y). Jenis data dalam penelitian ini adalah data numerik. Maka dalam analisis deskriptif akan dicari mean, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26 yang selanjutnya disajikan dalam bentuk table distribusi frekuensi.

3.5.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik atas persamaan regresi berganda yang digunakan. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik terdiri atas uji Normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat Residual dan variabel bebas keduanya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang mempunyai distribusi normal karena untuk menghindari bias. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov–Smirnov Test dengan program SPSS. Dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cara jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka model regresi telah berdistribusi normal namun apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika hasil pengujian menyatakan ada keterikatan (korelasi) antar variabel independen maka pengujian tidak dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya atau dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Salah satu cara untuk melihat ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi penelitian ini adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance (T). Batas nilai dari VIF adalah 10 dan T adalah 0,1

Pengambilan Keputusan berdasarkan nilai VIF

- a. Apabila nilai $VIF < 10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.
- b. Apabila nilai $VIF \geq 10$ maka artinya terjadi multikolinearitas pada model regresi yang digunakan.

Pengambilan Keputusan berdasarkan nilai Tolerance:

- a. Jika nilai Tolerance $> 0,1$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
- b. Apabila nilai Tolerance $\leq 0,1$ maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

c. Uji Heterokedastistas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ramadhayanti, 2019:144).

Uji statistik yang digunakan untuk menguji heterokedastisitas dalam penelitian ini adalah uji Glejser. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas, diasumsikan apabila nilai signifikansi variabel independen $< 0,05$ maka ada indikasi terjadinya heterokedastisitas. Namun, jika nilai signifikansi variabel independen $> 0,05$ maka tidak terjadi heterokedastisitas. Selain itu ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat dari pola pada grafik Scatterplot. Jika terdapat titik-titik yang membentuk suatu pola maka artinya telah terjadi heterokedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.6 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Metode analisis linear regresi berganda menggunakan persamaan dibawah ini:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian Customer pada Perusahaan Fashion ERIGO

a = Bilangan Konstanta

b = Koefisien Regresi Variabel Independen

X₁ = Paid Promote

X₂ = Endorsement

e = Error

3.5.7 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. (Ghozali,2016) dalam Dewi (2019). Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada variabel Model Summary dan tertulis R Square. Nilai R Square dinyatakan baik apabila bernilai 0,5 karena artinya R Square berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai mendekati satu atau hampir satu maka artinya variabel independen memiliki kemampuan yang kuat untuk menjelaskan variabel dependennya. Sebaliknya apabila nilai R Square mendekati nol, maka semakin lemah kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

3.5.8 Uji Statistik F

Uji F disebut juga dengan uji koefisien regresi serentak atau bersama-sama, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Ramadhayanti, 2019:177). Dalam uji F ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Signifikansi 5% atau 0,05 merupakan

ukuran standar yang biasa digunakan dalam penelitian. Begitu juga dalam 26 penelitian ini, tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$. Dengan pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi penelitian $< 0,05$ maka H_a diterima dan menerima H_o . Tetapi apabila nilai signifikansinya $> 0,05$ maka H_o diterima dan H_a ditolak.

3.5.9 Uji T

Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan uji t sebagai berikut (Ghozali, 2012):

1. Jika probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak.
2. Jika probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima