

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan dalam kajian ini adalah penelitian kuantitatif, di mana data yang dikumpulkan berupa angka-angka yang kemudian dianalisis menggunakan metode statistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari lokasi tertentu dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk menggali informasi. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk memperoleh informasi terkait dengan topik yang diteliti dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi yang lebih luas (Heryana 2024).

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori pengembangan, analisis, dan replikasi, yang mana penelitian yang dilakukan mirip dengan penelitian terdahulu. Perbedaannya terletak pada pemilihan variabel-variabel yang digunakan, objek yang diteliti, serta periode dan waktu penelitian yang berbeda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan atau menganalisis hubungan antara variabel *dependen* (Y) dan variabel *independen* (X) yang diteliti, seperti yang diungkapkan dalam penelitian (Agung and Anik Yuesti 2020). Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi variabel independen, yang terdiri dari media sosial (X1), atribut produk (X2), dan *Word of mouth* (X3), serta variabel *dependen*, yakni keputusan pembelian (Y).

Adapun hasil sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{572}{1+572(0,1)^2}$$

$$n = \frac{572}{573(0,1)^2}$$

$$n = \frac{572}{5,73}$$

$$n = 99,82$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin di atas, jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini dihitung dan dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*. *Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen (anggota) populasi untuk dipilih menjadi bagian dari sampel. Peneliti menggunakan metode simple random sampling, yaitu pengambilan sampel secara acak sederhana, yang termasuk dalam kategori *probability sampling*. Dalam metode ini, semua anggota populasi dimasukkan ke dalam daftar induk, dan subjek dipilih secara acak dari daftar induk tersebut (Heryana 2024).

3.5 Sumber data

Sumber data dalam suatu penelitian merujuk pada subjek atau asal data yang digunakan untuk memperoleh informasi dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran angket berupa kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah disiapkan sebelumnya. Data ini diukur menggunakan *skala Likert*.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari studi pustaka serta data yang telah dikumpulkan oleh peneliti sebelumnya yang tersedia untuk digunakan dalam penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam kajian ini, kaedah pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner. Penyelidik menyebarkan soal selidik yang telah disediakan terlebih dahulu, dengan menggunakan *skala Likert* berbentuk checklist untuk mengukur data. Tujuan kaedah ini adalah untuk memahami persepsi dan maklum balas responden mengenai variabel yang dikaji (Hardani et al 2020). Oleh itu, penulis telah menyediakan soalan dengan lima pilihan jawapan seperti berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Keterangan	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Hardani et al 2020)

3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel *independen* adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya perubahan variabel dependen ataupun variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian variabel independennya meliputi media sosial (X1) atribut produk (X2) dan *Word of mouth* (X3)

3.7.2 Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel *dependen* merujuk kepada variabel yang muncul sebagai hasil atau akibat dari pengaruh variabel independen. Dalam kajian ini, variabel *dependen* yang dikaji termasuk keputusan pembelian (Y).

Tabel 3. 3 Operasional variabel Penelitian

Variabel	Definisi Teoritik	Definisi Operasional	Indikator
Media Sosial (X1)	Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna.	Media sosial adalah platform online yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi informasi, serta menciptakan konten untuk berbagai jenis platform seperti blog, jaringan sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.	1. Hiburan 2. Interaksi 3. Keterkinian 4. Kustomisasi (Febrisa et al. 2023)
Atribut Produk (X2)	Menurut Philip Kotler, atribut produk merujuk kepada pengembangan produk atau perkhidmatan yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan.	Atribut produk adalah komponen-komponen penting dalam suatu produk yang menjadi panduan bagi pengguna untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.	1. Jenama 2. Pembungkusan 3. Pemberian Label 4. Perkhidmatan Tambahan 5. Jaminan (Mauliddin and Fadli 2022)
<i>Word of mouth</i> (X3)	Menurut Sumardy, <i>Word of mouth</i> (<i>WOM</i>) merujuk kepada tindakan di mana seorang konsumen memberikan	<i>WOM</i> atau komunikasi dari mulut ke mulut adalah proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi, baik secara individu	1. Konsumen memperoleh informasi mengenai perusahaan. 1. Konsumen memperoleh

	informasi kepada konsumen lainnya.	maupun kelompok, terhadap suatu produk atau jasa dengan tujuan memberikan informasi secara pribadi.	informasi mengenai perusahaan. 2. Konsumen mendapat dorongan untuk membeli produk tertentu karena motivasi dari orang lain. 3. Konsumen mendapatkan rekomendasi dari orang lain. (Nurniati et al. 2023)
Keputusan Pembelian (Y)	Grand Theory menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah sikap individu untuk membeli atau menggunakan produk, baik berupa barang atau jasa, yang diyakini dapat memuaskan kebutuhan dirinya, serta kesediaan untuk menerima risiko yang mungkin timbul.	Keputusan pembelian juga bisa dipahami sebagai suatu proses pengambilan keputusan mengenai pembelian, yang mencakup penentuan produk mana yang akan dibeli atau tidak dibeli.	1. Kepastian terhadap sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Kecepatan dalam mengambil keputusan pembelian (Fuatqi and Pertiwi 2023)

Sumber : Data Sekunder, 2024

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merujuk kepada analisis yang dilakukan dengan cara memaparkan atau menggambarkan data yang ada. Teknik ini digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai informasi yang dapat diambil dari data secara menyeluruh, dengan cara mendeskripsikan data melalui berbagai metode (Hermawan and Hariyanto 2022). Jika hipotesis nol (H0) diterima, ini berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Analisis deskriptif ini menggunakan

satu atau lebih variabel, tetapi bersifat individual. Oleh karena itu, analisis ini sering kali berbentuk perbandingan atau hubungan antar variabel.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas merujuk kepada keakuratan atau ketepatan data. Dengan kata lain, data yang valid adalah data yang akurat atau tepat. Dalam konteks penelitian ini, uji validitas mengukur sejauh mana alat ukur penelitian mencerminkan isi atau arti sebenarnya yang hendak diukur. Validitas dalam penelitian menggambarkan tingkat ketepatan antara data yang diperoleh dari objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Semakin tinggi tingkat kesesuaian antara data yang ada pada objek penelitian dan data yang dilaporkan oleh peneliti, maka semakin tinggi pula validitas data tersebut (Sugiyono 2019)

Kriteria untuk menguji validitas setiap soal dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan analisis faktor. Dengan analisis faktor, dapat dilihat apakah spesifikasi konstruk yang dikembangkan secara teoritis sesuai dengan konsep konstruk yang mendasarinya setelah diuji coba di lapangan. Keputusan dalam uji validitas menggunakan analisis faktor didasarkan pada angka yang dihasilkan oleh KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) dan Measure of Sampling Adequacy (MSA), yang harus $\geq 0,5$ agar analisis faktor dapat diproses lebih lanjut. Langkah terakhir adalah memeriksa nilai factor loading pada setiap indikator, di mana jika nilai factor loading lebih besar dari 0,5, maka indikator pernyataan tersebut dianggap valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas (andal) atau yang sering disebut pengukuran digunakan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran, meskipun pengukuran

dilakukan lebih dari sekali dengan cara yang sama dan menggunakan alat ukur yang sama, baik secara eksternal maupun internal (Hermawan and Hariyanto 2022). Kriteria untuk uji reliabilitas dianggap reliabel jika nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,60.

Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang konsisten. Ini berarti, berapa pun jumlah pengulangan yang dilakukan dengan menggunakan instrumen tersebut, kesimpulan yang diperoleh akan tetap sama, meskipun angka nominal yang diperoleh tidak harus identik. Namun, penting untuk diingat bahwa data yang reliabel belum tentu valid. Oleh karena itu, uji reliabilitas dan uji validitas tidak menguji hal yang sama, karena validitas mengukur keakuratan atau ketepatan data, sementara reliabilitas mengukur ketelitian atau konsistensi data.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data populasi mengikuti distribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi dianggap baik jika distribusi data yang digunakan bersifat normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas diterapkan dengan menggunakan nilai Kolmogorov-Smirnov, dengan memasukkan nilai residu pada pengujian nonparametrik, mengikuti aturan sebagai berikut:

- a. Hasil sig. $> 0,05$ maka data normal.
- b. Hasil sig. $< 0,05$ maka data tidak normal.

3.8.3.2 Uji multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi apakah ada hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki

hubungan yang signifikan antar variabel independen. Uji ini dilakukan dengan memeriksa koefisien Variance Inflation Factor (VIF), di mana jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians pada residu antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan metode scatter plot, dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediksi) terhadap SRESID (nilai residu). Model yang dianggap baik adalah jika tidak ditemukan pola tertentu pada grafik, seperti titik yang mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar, atau sebaliknya, melebar kemudian menyempit.

Uji statistik yang bisa digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah uji Rho Spearman. Keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan Rho Spearman didasarkan pada kriteria berikut:

- a. Hasil Sig. > 0,05 maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.
- b. Hasil Sig. < 0,05 maka terdapat masalah heterokedastisitas

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengenal pasti pengaruh tiga atau lebih pembolehubah, yang terdiri daripada satu pembolehubah bergantung dan dua atau lebih pembolehubah bebas. Untuk mengetahui perkara tersebut, penyelidik menggunakan rumus berikut:

$$y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + e$$

Sumber: (Hardani et al 2020)

Keterangan

y : Keputusan pembelian

x_{123} : Variabel bebas

α : Konstan

β_{123} : Besaran koefisien regresi dari tiap variabel

e : Error

3.8.4.2 Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi berganda (R^2) atau R square digunakan untuk mengukur sejauh mana variasi nilai pembolehubah bergantung dipengaruhi oleh variasi nilai pembolehubah bebas. Dengan kata lain, R squared menunjukkan seberapa besar pengaruh pembolehubah bebas terhadap pembolehubah bergantung. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1, kemudian dikalikan dengan 100%.

Kriteria uji R^2 atau R square ini adalah antara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 lebih besar atau sama dengan 0.5, maka sebagian besar variasi nilai pembolehubah dependen ditentukan oleh variasi pembolehubah independen.

3.8.5 Uji Hipotesis

Ujian hipotesis adalah analisis data yang sangat penting kerana ia berfungsi untuk menjawab persoalan dalam kajian serta untuk membuktikan sama ada hipotesis kajian diterima atau ditolak. Kriteria ujian adalah seperti berikut:

1. Tolak H_0 atau terima H_a . Jika hitung $< 0,05$ ($\text{sig} < \alpha_{0,05}$).
2. Terima H_0 atau tolak H_a . Jika hitung $> 0,05$ ($\text{Sig} > \alpha_{0,05}$).

3.8.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Ujian t dilakukan untuk menguji sama ada terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Pelatihan (X1) dan Disiplin Kerja (X2) dengan variabel Kinerja Karyawan (Y). Langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk ujian t adalah seperti berikut.

1. Tolak H_0 jika thitung $< 0,05$ ($\text{sig}(2\text{-tailed}) < \alpha_{0,05}$)
2. Terima H_0 jika thitung $> 0,05$ ($\text{sig}(2\text{-tailed}) > \alpha_{0,05}$).

3.8.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Ujian F juga dikenali sebagai ujian signifikan serentak, yang bertujuan untuk menilai kemampuan keseluruhan dari variabel bebas, iaitu X1 dan X2, dalam menerangkan variasi variabel yang tidak bebas, iaitu Y. Kriteria untuk ujian F adalah:

1. Jika $\text{sig.} > 0,05$ maka tidak berpengaruh.
2. Jika $\text{sig.} < 0,05$ maka berpengaruh