

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory* yaitu penelitian yang dilakukan melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan dimana penelitian ini menjelaskan tentang kedudukan antara variabel-variabel di teliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang mengetahui informasi bengkel UQ Jaya Mobil melalui media sosial *facebook*. Sample yang digunakan yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa bengkel UQ Jaya Mobil sebanyak 157 responden. Desain sampel penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* (*Purposive sampling*). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier dengan uji t.

3.2 Definisi Oprasional

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel yang terdiri dari, satu variabel independen atau bebas dan satu variabel dependen atau terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi melalui media sosial (X) sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Promosi Penjualan melalui Media Sosial (X)

Promosi melalui media sosial dalam penelitian ini mengacu pada alat yang digunakan oleh bengkel UQ Jaya Mobil untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio, dan video kepada konsumen yang diukur dengan indikator menurut Chris Heurer (dalam Solis, 2010:39), sebagai berikut :

- 1 *Context* (konteks), isi dari promosi yang disampaikan harus sesuai.
- 2 *Communications* (komunikasi), melakukan komunikasi yang baik dengan konsumen.
- 3 *Collaboration* (kolaborasi), kerja sama yang dilakukan dengan konsumen untuk mendorong adanya kontribusi dan umpan balik.
- 4 *Connections* (koneksi), memelihara hubungan dengan konsumen sebaik mungkin melalui media yang ada.

2. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian dalam penelitian ini dapat diukur dengan indikator menurut Kotler dan Keller (2009), sebagai berikut :

1. Pengenalan Masalah, konsumen mengenali sebuah kebutuhan, keinginan atau masalah
2. Pencarian Informasi, Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi- informasi yang lebih banyak
3. Evaluasi Alternatif atau Pilihan, melakukan evaluasi alternatif terhadap beberapa merek yang menghasilkan produk yang sama

dan bagaimana konsumen memilih di antara produk-produk alternatif.

4. Keputusan Pembelian, membentuk niat untuk membeli merk yang paling disukai dan berujung pada keputusan pembelian

Operasional variabel yang akan digunakan, akan ditunjukkan dalam tabel

3.1 berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item
Promosi Penjualan melalui Media Sosial (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>context</i> (konteks), 2. <i>communications</i> (komunikasi), 3. <i>collaboration</i> (kolaborasi), 4. <i>connections</i> (koneksi) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyampaian pesan/informasi produk variasi mobil di bengkel UQ Jaya Mobil melalui gambar/foto-foto produk sangat menarik. 2. Bengkel UQ Jaya Mobil selalu menanggapi keluhan para konsumennya. 3. Bengkel UQ Jaya Mobil memberikan potongan harga 10% untuk konsumennya yang mampu mengajak temannya untuk menggunakan jasa bengkel UQ Jaya Mobil. 4. Bengkel UQ Jaya Mobil memberikan bonus <i>free</i> jasa pemasangan pada konsumen yang membeli produk variasi mobil diatas 3 item variasi mobil
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1 Pengenalan Masalah 2 Pencarian Informasi 3 Evaluasi Alternatif atau Pilihan 4 Keputusan Pembelian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bengkel UQ Jaya Mobil memberikan informasi mengenai setiap item produk variasi mobil yang ditawarkan 2. Informasi yang diberikan bengkel UQ Jaya Mobil sangat membantu dalam memilih produk variasi mobil 3. Saya melakukan evaluasi terlebih dulu sebelum membeli produk variasi mobil di bengkel UQ Jaya Mobil 4. Saya memutuskan untuk membeli produk variasi mobil di bengkel UQ Jaya Mobil karena pelayanannya bagus dan produknya terjamin

3.3 Skala Pengukuran

Pengukuran angket dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2007: 93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, maka jawaban diberi nilai, yaitu nilai dari 5 sampai dengan 1. Jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5.
- b. Jawaban setuju (S) diberi skor 4.
- c. Jawaban netral (N) diberi skor 3.
- d. Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2.
- e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulan (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang mengetahui informasi bengkel UQ Jaya Mobil melalui media sosial *facebook* yang berjumlah 259 responden.

3.4.2 Sampel

1. Penentuan Sampel

Menurut Arikunto (2006) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa bengkel UQ Jaya Mobil sebanyak 157 responden.

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dalam penelitian ini batas toleransi kesalahan 5%, sehingga sampel penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin adalah :

$n = N / (1 + N e^2) = 259 / (1 + 259 \times 0,05^2) = 156,96 \gg 157$. Dengan demikian bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 157 responden.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode non *probability sampling* yaitu *purposive sampling*, yaitu pengambilan sample yang berdasarkan karakteristik tertentu, seperti responden yang membeli produk variasi mobil pada bengkel UQ Jaya Mobil.

3.5 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, diperoleh dengan memberikan daftar pernyataan (angket).
2. Data sekunder, berupa pustaka dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

b. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang berhubungan dengan obyek yang diteliti. Berupa profil perusahaan.

2. Angket

Angket ini disusun secara terstruktur untuk menjaring data, sehingga diperoleh data yang akurat berupa tanggapan langsung dari responden. Untuk mendapatkan jawaban responden mengenai promosi melalui media sosial dan keputusan pembelian.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara melihat catatan-catatan dan dokumen-dokumen yang ada diperusahaan.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen Arikunto (2006). Instrumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur obyek yang ingin diukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur suatu data agar tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud agar tercapai kevalidannya.

Cara yang dipakai untuk tingkat kevalidan adalah dengan validitas internal, yaitu untuk menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukur validitas yaitu dengan menggunakan analisis butir, artinya menghitung korelasi antara masing-masing butir dengan skor total (skor yang ada) dengan menggunakan rumus teknik korelasi product moment, rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X - (\sum X)^2/n)\} \{n(\sum Y - (\sum Y)^2/n)\}}}$$

Dimana : r = korelasi

X = skor item X

Y = total item Y

n = banyaknya sampel dalam penelitian

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2007), dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r atas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid sebaliknya bila korelasi r dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 responden. Berikut hasil uji validitas item pernyataan :

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas

No item	Variable	r hitung	r =0,3	Keterangan
1	Promosi melalui Media Sosial (X)	0,687	0,3	Valid
2		0,734	0,3	Valid
3		0,782	0,3	Valid
4		0,737	0,3	Valid
1	Keputusan Pembelian (Y)	0,686	0,3	Valid
2		0,655	0,3	Valid
3		0,862	0,3	Valid
4		0,672	0,3	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 3.2 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 pernyataan dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Arikunto,2006). Untuk mengetahui suatu alat ukur itu riabel dapat diuji dengan menggunakan rumus *Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dengan keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_1^2 = Varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) > 60 % (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliable sebaliknya *cronbach's alpha* (α) < 60 % (0,60) maka variable tersebut dikatakan tidak reliable.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien α	Keterangan
Pomosi melalui Media Sosial (X)	0,701	0,6	Reliable
Keputusan Pembelian (Y)	0,672	0,6	Reliable

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

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 angket adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2010) metode deskriptif adalah metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\frac{\text{NilaiSkortertinggi} - \text{nilaiskorterendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

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

$$= 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- 1,0 – 1,8 = Sangat rendah
- > 1,9 – 2,6 = Rendah
- > 2,7 – 3,4 = Cukup/Sedang
- > 3,5 – 4,2 = Baik
- > 4,3 – 5,0 = Sangat baik (Sumber: Sudjana, 2005)

3.7.2 Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2007) mengatakan bahwa analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variable independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh Promosi melalui media sosial (X) terhadap keputusan pembelian (Y).

Persamaan Regresi Sederhana tersebut menggunakan rumus (Sugiyono, 2007):

$$Y = a + bX + \epsilon$$

Keterangan :

- Y = Keputusan pembelian
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi Promosi melalui media sosial
- X = Promosi melalui media sosial
- ϵ = Standar error

3.8 Pengujian Hipotesis dengan uji parsial

1. Membuat formulasi hipotesis

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (y).

2. Menentukan level signifikansi dengan menggunakan t – tabel.
3. Mengambil keputusan
 - a. Jika $t_{sig} \leq \alpha = 0,05$, maka hipotesis diterima
 - b. Jika $t_{sig} > \alpha = 0,05$, maka hipotesis ditolak

3.9 Koefisien Diterminasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Perhitungan nilai koefisien deteminasi ini diformulasikan sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{Sse}{Sst} \quad (\text{Ghozali, 2013})$$