

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu penelitian, (Arikunto: 2013). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitian meliputi variabel bebas dan variabel terikat.

3.1.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) (X)

Variabel bebas adalah variabel yang akan mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

1. *Context* (X1)

Context adalah bagaimana kita membentuk sebuah cerita atau pesan (informasi). Indikator *Context* adalah: (1) cara penyajian pesan, (2) desain pesan dan (3) waktu penyampaian konten yang disajikan. (Syahbani dan Widodo, 2017).

2. *Communication* (X2)

Communication adalah bagaimana berbagi cerita atau pesan (informasi) sebaik kita mendengar, merespon dan tumbuh dengan berbagai cara yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.. Indikator *Communication* adalah: (1) respon admin, (2) informasi yang disampaikan dan (3) gaya penyampaian pesan yang efektif. (Syahbani dan Widodo, 2017).

3. *Collaboration* (X3)

Collaboration adalah bagaimana bekerja sama untuk membuat segala hal menjadi lebih baik. Yaitu dengan kerja sama antara sebuah akun atau perusahaan

dengan penggunaannya di media sosial untuk membuat hal baik lebih efektif dan lebih efisien. Indikator *Collaboration* adalah: (1) interaksi, (2) keterlibatan (3) kesesuaian pesan yang bermanfaat (Syahbani dan Widodo, 2017).

4. *Connection* (X4)

Connection adalah bagaimana memelihara hubungan yang telah terbina. Bisa dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan perusahaan pengguna media sosial.. Indikator *Collaboration* adalah: (1) hubungan berkelanjutan, (2) timbal balik dan (3) hubungan yang bernilai. (Syahbani dan Widodo, 2017).

3.1.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) adalah variabel Minat Beli. Perilaku seseorang pada dasarnya sangat tergantung kepada minatnya. Sementara itu minat berperilaku sangat tergantung pada sikap dan norma subyektif atas perilaku (Tjiptono, 2012).

Indikator minat beli pada penelitian ini adalah: (1) ketertarikan membeli, (2) kualitas yang baik, (3) disukai pelanggan dan (4) lebih baik dari yang lain, (Kotler & Keller, 2012 dalam Fariz dan Arry, 2017).

1.2. Populasi dan Sampel

1.2.1. Populasi

Populasi (*population*) yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2009).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang berlangganan di Toko Furniture Minimalis, maka populasi dalam penelitian ini dapat digolongkan ke dalam populasi tidak terbatas.

Menurut (Bambang, 2009) populasi tak terbatas diartikan sebagai sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya, sehingga dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah secara kuantitatif.

1.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Untuk mendapat informasi dari setiap anggota populasi, peneliti harus menentukan sampel sejenis atau yang bisa mewakili populasi dalam jumlah tertentu.

Menurut Mudrajad (2014) sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui, untuk mencari besarnya sampel digunakan rumus Rao Purba dalam Mudrajad (2014) berikut ini:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

Z : tingkat keyakinan dalam penentuan sampel, 95% = 1,96

moe : *margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, disini ditetapkan sebesar 10%.

Besarnya sampel dapat dihitung:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$= \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04 \text{ (dibulatkan 96)}$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui jumlah sampel penelitian ini adalah 96 pelanggan toko Furniture Minimalis.

1.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel dalam penelitian ini menggunakan (*Accidental sampling*) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan sampel secara kebetulan (Sugiyono, 2009). Pengambilan sampel menggunakan kuesioner disebar kepada pelanggan yang bersedia menjadi responden melalui *Whats App*, *Email* dan *Chat* di *Instagram* secara *online*. Dengan menghubungi 10 pelanggan tiap hari, sehingga dibutuhkan 10 hari untuk menyebarkan kuesioner.

1.3. Jenis dan Sumber Data

Untuk menyusun suatu karya ilmiah diperlukan data, baik berupa data primer maupun data sekunder, yaitu akan dijelaskan sebagai berikut:

1.3.1. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung yang berasal dari sumbernya melalui kuesioner. Kuesioner yaitu membuat daftar pertanyaan yang diisi oleh responden dan dipilih untuk diselidiki atau sebagai sampel. Penyebaran kuesioner dilakukan langsung kepada 96 pelanggan Toko Furniture Minimalis.

1.3.2. Data Sekunder

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya tetapi melalui media perantara. Data ini berupa sejarah perusahaan, buku katalog furniture, dan data produksi perusahaan, serta data

pelanggan yang melakukan pembelian secara *online* melalui *Instagram*.

1.4. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode antara lain:

1.4.1. Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui (Arikunto, 2013). Dalam penelitian kuesioner diperoleh langsung dari pelanggan Toko Furniture Minimalis.

1.4.2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu mempelajari buku-buku literatur pemasaran dan metode penelitian, jurnal dan buku bacaan lain yang dapat membantu dalam pemecahan masalah.

1.4.3. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Arikunto, 2013). Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang diperlukan, yaitu mengenai minat beli pelanggan melalui *Instagram*.

1.5. Metode Pengolahan Data

Setelah pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, studi pustaka juga dengan penyebaran kuisoner. Teknik pengolahan data digunakan untuk menyeleksi data yang didapat sehingga akurat untuk penelitian. Ada beberapa tahap yang akan dilaksanakan dalam pengolahan data yaitu:

1. Editing, Proses yang dilakukan setelah data terkumpul untuk melihat apakah jawaban -jawaban pada kuesioner telah berisi lengkap atau belum.
2. Coding, Proses pemberian kode tertentu terhadap aneka ragam jawaban kuesioner untuk di kelompokkan dalam kategori yang sama.
3. Skoring, Kegiatan pemberian nilai berupa angka pada jawaban responden untuk memperoleh data kualitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesa. Skoring ini menggunakan skala likert yaitu cara pengukuran dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban dan diberikan skor 1-5 yaitu sebagai berikut:

Skor yang digunakan adalah:

Tabel 3.1. Skor Nilai

No	Jawaban	Skor
1	SS	5
2	S	4
3	N	3
4	TS	2
5	STS	1

Skala likert ini bersifat tertutup yaitu responden tidak boleh menjawab selain jawaban yang disediakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini penulis mengkaji pengaruh *Context, Communication, Collaboration, Connection*

terhadap minat beli.

4. Tabulasi, pengelompokan data di atas jawaban responden dengan teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlah sampai terwujud dalam bentuk tabel. Sehingga terdapat hubungan antara variabel yang ada.

1.6. Metode Analisis Data.

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah Metode Analisis Kuantitatif, untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis ada tidaknya pengaruh *Context*, *Communication Collaboration*, *Connection* terhadap minat beli dengan menggunakan metode regresi. Urutan analisis data dilakukan sebagai berikut:

1. Analisa Deskriptif.

Analisa deskriptif adalah suatu analisa metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama membuat gambaran atau deskripsi tentang keadaan responden pembeli produk di Toko Furniture Minimalis secara objektif. Langkah-langkah penelitian ini meliputi pengumpulan data, klasifikasi, pengolahan atau analisis data, membuat kesimpulan dan laporan. Analisis deskriptif ini merupakan susunan angka yang memberikan gambaran tentang data yang disajikan dalam bentuk-bentuk tabel, diagram dan regresi linier (Usman, 2010).

2. Analisis Inferent

Analisis inferent meliputi statistika dalam arti luas dan statistika dalam arti sempit. Statistika dalam arti luas yaitu salah satu alat untuk mengumpulkan

data, mengolah data, menarik kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan analisis data yang dikumpulkan. Statistika dalam arti luas ini meliputi penyajian data, yang berarti meliputi statistik dalam arti sempit (Usman, 2010).

1.6.1. Uji Reliabilitas Validitas

1. Uji Reliabilitas

Tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas (Usman, 2010). Pada awalnya tinggi-rendahnya reliabilitas tes tercermin oleh nilai *cronbach alpha* (Ghozali, 2012). Apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,60 maka variabel dalam penelitian dapat dikatakan reliabel atau handal, sehingga apabila tes terhadap pertanyaan yang diajukan dilakukan secara berulang-ulang maka jawaban responden akan sama (Ghozali, 2012).

2. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang artinya sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Usman, 2010). Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas yang rendah (Arikunto, 2013). Uji validitas dapat dilihat

menggunakan koefisien korelasi *product moment*.

1.6.2. Analisis Regresi

Setelah melakukan uji asumsi klasik lalu menganalisis dengan metode regresi linear berganda dengan alasan variabel bebas terdiri dari beberapa variabel. Berdasarkan hubungan dua variabel yang dinyatakan dengan persamaan linear dapat digunakan untuk membuat prediksi (ramalan) tentang besarnya nilai Y (variabel dependen) berdasarkan nilai X tertentu (variabel independen). Ramalan (prediksi) tersebut menjadi lebih baik tidak hanya memperhatikan satu variabel yang mempengaruhi (variabel independen) sehingga menggunakan analisis regresi linear berganda (Djarwanto, 2013). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dapat dirumuskan (Gujarati, 2012):

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

Y : variabel tidak bebas: minat beli.

α : koefisien konstanta.

$\beta_1, \beta_2, \beta_3,$: koefisien variabel bebas *Context, Communication Collaboration, Connection*.

$X_1, X_2, X_3,$: variabel bebas *Context, Communication Collaboration, Connection*.

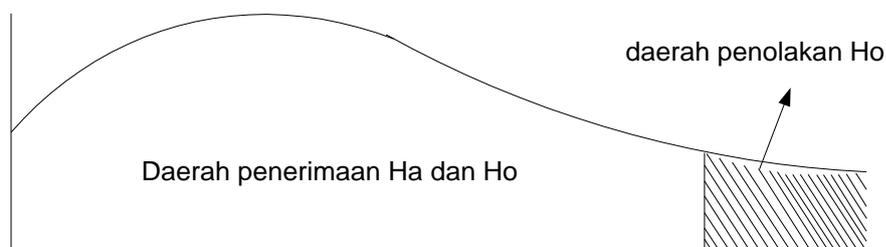
e (*Error*) : faktor pengganggu

1.6.3. Uji Hipotesis

1. Pengujian secara simultan (Uji F)

Untuk menguji secara bersama-sama antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan melihat tingkat signifikansi F pada $\alpha=5\%$.

Pengujian setiap koefisien regresi bersama-sama dikatakan signifikan bila nilai mutlak $F_h > F_t$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima, sebaliknya dikatakan tidak signifikan bila nilai $F_h < F_t$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.



Gambar 3.1.

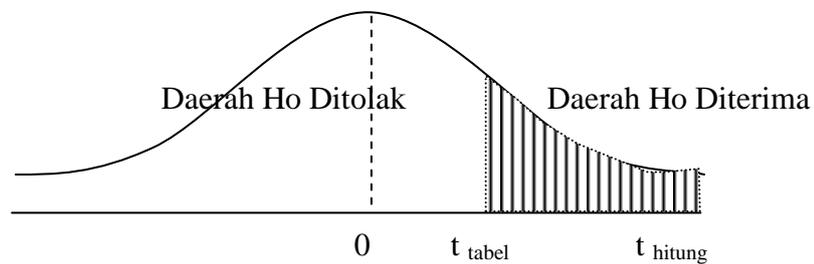
Uji F

2. Pengujian secara parsial (Uji t)

Pengukuran uji t dimaksudkan untuk mempengaruhi apakah secara individu ada pengaruh antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian secara parsial untuk setiap koefisien regresi diuji untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat, dengan melihat tingkat signifikansi nilai t pada 5%, (Gujarati, 2012).

Pengujian setiap koefisien regresi dikatakan signifikan bila nilai mutlak $t_h > t_t$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima, sebaliknya dikatakan tidak signifikan bila nilai $t_h < t_t$ maka hipotesis

nol (H_0) diterima dan hipotesis alternative (H_a) ditolak.



Gambar 3.2.

Uji t

3. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data (Gujarati,2012). R^2 mengukur besarnya jumlah reduksi dalam variabel dependen yang diperoleh dari penggunaan variabel bebas. R^2 mempunyai nilai antara 0 sampai 1, dengan nilai R^2 yang tinggi berkisar antar 0,7 sampai 1.

R^2 yang digunakan adalah nilai adjusted R^2 yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. Adjusted R^2 merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan suatu variabel independen ke dalam persamaan.