



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemasaran *viral* dan harga, sedangkan subyek penelitian adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi Mixue dengan usia minimal <17 tahun ke atas yang berdomisili di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:109), desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi.

Menurut Cooper dan Schindler (2017:96), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini biasa ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

1. Tingkat perumusan masalah

Penelitian ini merupakan penelitian formal, maka penelitian dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan riset dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data, tujuan dari desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan.

2. Metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subyek penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Pengendalian variabel-variabel oleh peneliti

- Penelitian ini menggunakan desain *ex-post facto study* sehingga mampu memanipulasi variabel-variabel yang ada dan dapat melaporkan apa yang terjadi atau tidak terjadi.

4. Tujuan penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal peneliti mencoba untuk menjelaskan hubungan antar variabel yaitu, bagaimana pengaruh pemasaran *viral* dan harga terhadap keputusan pembelian produk Mixue.

5. Dimensi waktu

Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilakukan hanya sekali dalam periode waktu tertentu.

6. Ruang lingkup topik pembahasan

Penelitian ini termasuk kedalam studi statistik untuk cakupan yang lebih luas dan bahkan mendalam. Studi statistik berusaha untuk mengetahui ciri-ciri populasi dengan cara menarik kesimpulan secara inferensi dari ciri-ciri sampel, sehingga pengujian hipotesisnya dilakukan secara kuantitatif.

7. Lingkungan penelitian

Lingkungan penelitian ini termasuk dalam kondisi lapangan karena penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen laki-laki dan perempuan yang berusia 17 tahun ke atas.

8. Persepsi subyek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian, dimana persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian ini secara tidak terlihat. Oleh karena itu peneliti

berusaha memberikan pemahaman kepada subyek penelitian yang sedang peneliti lakukan.

C Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang digunakan yaitu pemasaran *viral*, harga, dan keputusan pembelian. Berikut adalah pengukuran yang digunakan dalam masing-masing variabel penelitian tersebut:

1. Variabel Pemasaran *Viral*

Tabel 3. 1

Pengukuran Pemasaran *Viral*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Pemasaran <i>Viral</i> (diadaptasi dari Alfinsius Karyadi, 2018)	Pembawa Pesan (<i>Messenger</i>)	Menurut saya, informasi produk Mixue yang ada di media sosial membuat saya tertarik.	Likert
	Isi Pesan (<i>Messenger</i>)	Menurut saya, produk Mixue memberikan pesan yang persuasif bagi saya untuk membeli produknya.	Likert
	Kondisi Lingkungan (<i>Environment</i>)	Menurut saya, produk Mixue dikenal secara luas di Jakarta	Likert

2. Variabel Harga

Tabel 3. 2

Pengukuran Harga

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (diadaptasi dari Livia Adeline, 2018)	Keterjangkauan Harga	Menurut saya, produk Mixue memiliki harga yang terjangkau	Likert
	Kesuaian harga dengan kualitas produk	Menurut saya, harga produk Mixue sesuai dengan kualitasnya.	Likert
Menurut saya, produk Mixue menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas rasa yang diberikan			





© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Kesesuaian harga dengan manfaat	Menurut saya, produk Mixue menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan	Likert
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Menurut saya, produk Mixue memiliki harga yang terjangkau.	Likert

3. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 3.3

Pengukuran Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (diadaptasi dari Alfinsius Karyadi, 2018)	Pilihan Produk	Saya memilih produk Mixue karena memiliki produk yang cukup beragam	Likert
		Saya memilih produk Mixue karena memiliki kualitas rasa yang lebih unggul dibandingkan pesaing	Likert
	Pilihan Merek	Saya memilih merek Mixue dibandingkan merek lainnya	Likert
	Pilihan Penyalur	Saya memilih produk Mixue karena tersedianya pilihan penyalur baik secara online maupun offline.	Likert
	Waktu Pembelian	Saya memilih membeli produk mixue ketika saya sedang menginginkannya	Likert
	Jumlah Pembelian	Saya memutuskan untuk membeli produk Mixue dalam jumlah berapapun yang saya butuhkan.	Likert

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik komunikasi menggunakan kuesioner melalui *Google Form* yang disebarikan kepada responden dengan pernyataan mengenai Pemasaran *Viral*, Harga, dan Keputusan



Pembelian. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup. Kuesioner disusun dengan menggunakan Skala Likert, yaitu dengan meminta persetujuan pada suatu pernyataan dengan kriteria STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Sekaran dan Bongie (2017:59), *Non probability sampling* yaitu elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek. Sedangkan metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *judgement sampling*, dimana pengambilan sampel dilakukan berdasarkan kriteria tertentu, yaitu konsumen laki-laki dan perempuan yang berusia 17 tahun ke atas yang berdomisili di Jakarta, dengan menentukan sampel sebanyak 106 responden.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan analisis data menggunakan media pengolahan data penelitian yaitu Statistical product & Services Solution (SPSS) dengan penggunaan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25 Program SPSS yang merupakan program pengolahan statistik paling umum digunakan dalam penelitian, yang menggunakan data kuantitatif atau data kualitatif yang di kuantitatifkan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:



1. Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2019:63), uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihapus atau diganti karena tidak mengukur yang hendak diukur.

Dalam pengambilan uji validitas ini, peneliti membandingkan nilai korelasi hasil hitung (*Corrected Item total Correlation*) dengan korelasi dari Tabel Korelasi *Product Moment* dengan r tabel sebesar 0,361 ($n=30$, $\alpha = 5\%$). Rumus korelasi product moment sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = korelasi

X = skor tiap pertanyaan

Y = skor total

n = jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Menurut Husein Umar (2019:68), mengatakan uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen kuesioner dinyatakan reliabel, yaitu dapat digunakan secara konsisten. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai reliabilitas $>0,7$. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_{b^2}}{\sigma_{b^2}} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$\sigma_t^2 =$ varian total

Ⓒ $\sum \sigma_b^2 =$ jumlah varians butir.

3. Analisis Deskriptif

Menurut Husein Umar (2019:90) mengatakan analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran data dan variabel-variabel penelitian sehingga lebih mudah untuk dideskripsikan. Berikut analisa deskriptif yang digunakan, antara lain:

a. Rata-rata (Mean)

Rata-rata adalah sejumlah nilai yang dibagi dengan total dari jumlah pengamat. Rumus rata-rata adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \sum \frac{fi \cdot xi}{n}$$

Keterangan:

X = skor rata-rata

fi = frekuensi pemilihan nilai

xi = data

n = jumlah responden

b. Confidence interval

Selang kepercayaan digunakan untuk mengetahui perkiraan rentang nilai yang mencakup nilai parameter populasi sebenarnya. Rumus confidence interval sebagai berikut:

$$CI = \bar{x} \pm Z \frac{S}{\sqrt{n}}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan:

CI = Confidence Interval

\bar{x} = Sample Mean

z = Confidence Level Value

s = Sample Standard Deviation

n = Sample Size

c. Rentang Skala

Rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

Keterangan:

Rs = rentang skala penelitian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

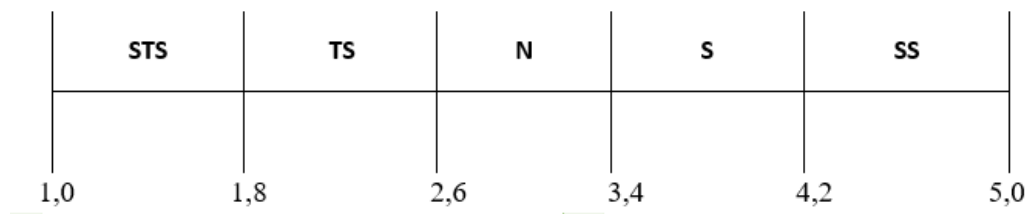


m = banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat dtentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Gambar 3. 1
Rentang Skala



Keterangan:

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,4 = Netral (N)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk melihat apakah nilai residual atau gap antara data hasil dan data hasil ramalan terdistribusi normal atau tidak (Husein Umar 2019:75).

Uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian adalah menggunakan uji statistic non-parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang dinyatakan dalam Asymp.Sig (2-tailed) dengan hipotesis:

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Hasil analisis ini kemudian dibandingkan dengan nilai kritisnya. Terdapat pedoman pengambilan keputusan, yaitu:

(1) Jika angka signifikan (Sig) $> \alpha = 0,05$ maka data berdistribusi normal.

(2) Jika angka signifikan (Sig) $< \alpha = 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2018:107), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Pertimbangan utama untuk mengambil keputusan sebagai berikut:

(1) Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$, maka tidak terjadi atau terbebas dari multikolinearitas.

(2) Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance $< 0,1$, maka akan terjadi atau tidak terbebas dari multikolinearitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2018:137), uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

- (1) Jika nilai sig > 5%, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.
- (2) Jika nilai sig < 5%, maka terjadinya heteroskedastisitas.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Analisa Regresi

Menurut Imam Ghozali (2018:96), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel X1

β_2 = koefisien regresi variabel X2

e = Error

X1 = Pemasaran *Viral*

X2 = Kesadaran Merek

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6. Uji Keberartian Model (Uji F)

Pada uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

H_a : tidak semua

$$i = 0$$

Kriteria utama untuk mengambil keputusan adalah:

- (1) Jika nilai Sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak tolak H_0 artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan.
- (2) Jika nilai Sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka tolak H_0 artinya model regresi tersebut dapat digunakan.

7. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Imam Ghozali (2018:98), uji T pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Hipotesis yang digunakan yaitu:

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Dasar pengambil keputusan sebagai berikut:

- (1) Jika nilai Sig < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka tolak H_0 yang artinya variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- (2) Jika nilai Sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak tolak H_0 yang artinya variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi selalu positif karena merupakan rasio dari jumlah kuadrat, yaitu bernilai antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 yang didapat bernilai negative, maka R^2 tersebut akan dianggap bernilai 0.

- (1) $R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- (2) $R^2 = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.