**BAB III** **METODE PENELITIAN**

1. **Objek Penelitian**

Penelitian ini akan mengikutsertakan objek penelitian berupa analisa pengaruh harga dan resiko kinerja terhadap keputusan pembelian pada toko K-pop di *Instagram.* Yang akan menjadi subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli barang K-pop melalui *Instagram.*

1. **Desain Penelitian**

Uma Sekaran dan Roger Bougie (2016:109) mendefinisikan desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, analisis data yang dibuat untuk menjawab pertanyaan dari penelitian.

Menurut Cooper dan Schindler (2014:126), desain penelitian dikelompokan atas delapan persepsi, sebagai berikut:

1. Derajat kristalisasi pertanyaan riset

Suatu studi dapat dipandang sebagai eksplorasi atau formal. Studi eksplorasi cenderung berstruktur longgar dengan tujuan untuk mengetahui tugas-tugas atau kesempatan riset di masa yang akan datang. Tujuan jangka pendek dari eksplorasi biasanya mengembangkan hipotesis atau pertanyaan untuk riset selanjutnya.Tujuan dari desain riset formal adalah untuk menguji hipotesis.

1. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dapat berupa hasil wawancara atau pembicaraan melalui telpon, instrument yang dikelola sendiri atau yang dikirim sendiri, instrument yang disajikan sebelum atau setelah perlakuan. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dipakai adalah instrument yang dikelola sendiri atau yang dikirim sendiri. Instrumen berupa kuesioner.

1. Pengendalian Variabel oleh Periset

Penelitian ini menggunakan *ex post facto design*, dimana peneliti tidak dapat mengendalikan variabel bebasnya. Peneliti hanya bisa melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

1. Tujuan Penelitian

Terdapat dua jenis tujuan penelitian, yaitu penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Penelitian deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, dimana, bilamana, atau berapa banyak dan digunakan untuk menggambarkan penelitian konsumen terhadap suatu produk. Sedangkan penelitian kausal bertujuan untuk menjelaskan hubungan-hubungan antar variabel. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh harga dan resiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui *Instagram.*

1. Dimensi Waktu

Dimensi waktu dibagi menjadi studi *longitudinal* dan studi *cross-sectional.* Studi *longitudinal* adalah pengumpulan data dilakukan berulang dan berkepanjangan. Studi *cross-sectional* adalah pengumpulan data yang dilakukan hanya sekali dalam suatu periode tertentu. Penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional* , pengumpulan data hanya dilakukan satu kali, yaitu pada saat pembagian kuesioner.

1. Lingkungan Penelitian

Terbagi menjadi penelitian lapangan, penelitian lab, dan simulasi. Penelitian ini tergolong penelitian lapangan, karena data diambil langsung dengan cara menyebarkan kuesioner, serta subjek dan objek penelitiannya berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

1. Persepsi subjek

Persepsi subjek dapat memengaruhi hasil dari penelitian. Terdapat tiga tingkatan persepsi subjek yaitu:

1. Subjek tidak merasakan adanya penyimpangan dari rutinitas sehari-hari;
2. Subjek merasakan adanya penyimpangan, tetapi tidak terkait dengan penelitian;
3. Subjek merasakan adanya penyimpangan yang diakibatkan oleh penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha agar subjek tidak merasakan adanya penyimpangan.

1. **Variabel Penelitian**

Sekaran dan Bougie (2017:77) mendefinisikan “Variabel adalah apa pun yang dapat membedakan atau mengubah nilai.” Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel *independent*  dalam penelitian ini adalah harga dan resiko kinerja*.* Adapun variabel *dependent* adalah keputusan pembelian secara *online.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel Penelitian | Indikator | Pernyataan | Skala |
| Harga | 1. Keterjangkauan harga | Harga produk Kpop yang dijual di Instagram terjangkau | Interval |
| 2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. | Harga yang ditawarkan cukup bersaing |
| 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk | Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang saya dapatkan. |
| 4. Kesesuaian harga dengan manfaat | Harga produk sesuai dengan manfaat dari produk. |

**Tabel 3. 1**

**Variabel Penelitian**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel Penelitian | Indikator | Pernyataan | Skala |
| Resiko Kinerja | 1. Saya mudah untuk menilai kualitas produk yang dijual melalui *Instagram.* | Saya mudah untuk menilai kualitas produk yang dijual melalui Instagram | Interval |
| 2. Saya mudah untuk membandingkan kualitas produk yang serupa yang dijual di *Instagram.* | Saya mudah untuk membandingkan kualitas produk yang serupa yang dijual di Instagram |
| 3. Saya merasa produk yang telah dibeli di *Instagram* dapat menunjukkan kinerjanya sesuai dengan harapan saya. | Saya merasa produk yang telah dibeli di Instagram kemungkinan dapat menunjukkan kinerja nya sesuai dengan harapan saya. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel Penelitian | Indikator | Pernyataan | Skala |
| Keputusan Pembelian | 1. Produk yang dibeli adalah penting bagi konsumen | Saya memutuskan untuk membeli karena produk tersebut penting bagi saya | Interval |
| 2. Produk tersebut menarik bagi konsumen | Saya memutuskan untuk membeli karena produk tersebut menarik |
| 3. Pembelian mengandung resiko yang signifikan | Saya membeli produk karena produk tersebut memiliki resiko yang sedikit |
| 4. Produk tersebut memiliki beberapa bentuk daya tarik emosional | Saya membeli produk tersebut karena saya merasa bahagia apabila memiliki produk tersebut |
| 5. Produk dapat diidentifikasi dengan norma-normal kelompok | Saya membeli produk tersebut karena produk tersebut mencirikan saya dalam suatu kelompok tertentu |

1. **Teknik Sampling**

Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling.* Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling*.

Sekaran dan Bougie (2017) mengatakan bahwa elemen pada teknik *nonprobability sampling* tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai objek. Teknik *nonprobability sampling* terbagi lagi menjadi *convenience sampling, judgment sampling, quota sampling,* dan *snowball sampling.* Teknik *nonprobability sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *judgement sampling.*

1. **Populasi**

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian secara *online* melalui *Instagram* khususnya untuk barang-barang K-pop.

1. **Sampel**

Ukuran sampel yang dibutuhkan paling sedikit 5 atau 10 kali jumlah variabel indikator (Ferdinand, 2014). Adapun jumlah indikator dalam penelitian ini sebanyak 12 indikator, sehingga minimal dibutuhkan 12 x 10 atau sebanyak 120 sampel.

Ukuran sampel penelitian ini adalah 120 orang yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Beberapa pertimbangan yang digunakan dalam menentukan responden adalah:

1. Berusia di atas 17 tahun, dengan asumsi bahwa konsumen pada usia tersebut dinilai dapat mengambil suatu keputusan pembelian saat hendak berbelanja.
2. Pernah melakukan transaksi pembelian secara online *merchandise* K-pop melalui media sosial *Instagram*, setidaknya dalam waktu 1 bulan terakhir.
3. **Teknik Pengumpulan Data**
4. **Jenis dan Sumber Data**

Peneliti menggunakan teknik data primer. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, *website,* dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi yang berhubungan dengan topik penelitian.

1. **Pengumpulan Data**

Teknik yang dipakai dalam pengumpulan data adalah teknik komunikasi, dimana teknik ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* kepada responden yang pernah melakukan pembelian barang K-pop melalui *Instagram.* Kuesioner yang disusun dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert.

1. **Teknik Analisis Data**
2. **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa baik penggambaran dimensi dan elemen suatu konsep. Semakin banyak poin skala mewakili wilayah atau keluasan konsep yang sedang diukur, semakin besar validitas isinya (Sekaran dan Bougie, 2017). Uji validitas dilakukan dengan metode *corrected item – total correlations* dimana:

1. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung < r tabel dan bernilai negatif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.
3. **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (tanpa kesalahan) dan karena itu menjamin konsistensi pengukuran di sepanjang waktu serta di berbagai poin pada instrument tersebut. Dengan kata lain, reliabilitas suatu ukuran merupakan indikator stabilitas dan konsistensi di mana instrument tersebut mengukur konsep serta kesesuaian suatu ukuran (Sekaran dan Bougie, 2017). Hair *et al.* (2014:123) mengatakan bahwa batas reliabilitas suatu variabel adalah *Cronbach’s Alpha (*$α)$> 0,70. Meskipun dapat diturunkan menjadi 0,60 dalam penelitian eksploratori.

1. **Analisa Deskriptif**

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan variable-variable dalam penelitian. Penggambaran data dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standard deviasi, dan rentang skala.

Rentang skala digunakan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variable. Perhitungan rentang skala, dihitung dengan rumus:

$$Rs= \frac{m-p}{b}$$

Keterangan:

m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

b = Banyaknya kategori

Dalam penelitian ini, nilai tertinggi adalah 5 dan nilai terendah adalah 1, maka rentang skala yang diperoleh adalah:

$$Rs= \frac{5-1}{1}=0.8$$

 1.81 2.6 3.41 4.2

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|   | TS |   | S |   |
| STS |   | CS |   | SS |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Interprestasi angka-angka yang tercantum di atas adalah:

**Tabel 3. 2**

**Rentang Skala**



1. **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Analisis regresi berganda memberikan *mean* penilaian secara objektif pada tingkat dan ciri-ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y= β\_{0}+ β\_{1}x\_{1}+ β\_{2}x\_{2}+e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

$β\_{0}$ = Konstanta

$β\_{i}= $Koefisien regresi variabel 1, 2

$x\_{1}$ = Harga

$x\_{2}$ = Resiko Kinerja

Apabila dalam analisis regresi tidak didasarkan pada analisis yang benar, maka akan mengakibatkan hasil pedugaan regeresi yang menyimpang dari harapan. Untuk itu, akan dilakukan pengujian asumsi klasik.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Keadaan yang diinginkan adalah tidak terjadi multikolinearitas. Acuan untuk menentukan terjadi atau tidaknya multikolinearitas adalah:

1. Tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10.
2. Terjadi multikolinearitas apabila nilai Tolerance $\leq $ 0,1 dan VIF $\geq $ 10.
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual antara pengamatan yang satu dengan lainnya. Keadaan yang diinginkan adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan untuk mengetahui pola residul mengandung heteroskedastisitas atau tidak. Tingkat signifikansi yang dipakai adalah 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika sig$ \geq $0,05, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
2. Jika sig $<$ 0,05, maka terdapat heteroskedastisitas.
3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Keadaan yang diinginkan adalah terjadinya normalitas.

Pengujian normalitas dilakukan dengan metode uji statistik. Uji statistik dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov dengan $α $= 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika sig. $\geq $ 0,05 maka data berdistribusi normal.
2. Jika sig. $<$ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.
3. Uji Otokorelasi

Uji otokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negatif, antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Keadaan yang diharapkan adalah tidak terjadi nya autokorelasi. Uji otokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin-Watson dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**

**Keputusan Dalam Uji Otokorelasi**



Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik, maka akan dilanjutkan dengan pengujian kesesuaian model (Uji F) dan pengujian hipotesis penelitian (Uji t).

* 1. **Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)**

Uji F digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang dibuat telah baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Berikut ini adalah kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi yang signifikan atau tidak signifikan:

 $H\_{0} : β\_{1}= β\_{2}=0$

 $H\_{a} : $Paling sedikit ada satu $β\_{i} \ne 0$

 $dimana ⅈ=1, 2$

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika sig-F $<$ 0,05 maka tolak $H\_{0}$ , artinya model regresi dapat menjelaskan hubungan variabel bebas dan variabel terikat.
2. Jika sig-F $\geq $ 0,05 maka terima $H\_{0}$ , artinya model regresi tidak dapat menjelaskan hubungan variabel bebas dan variabel terikat.

Jika hasil pengujian dari Uji F adalah tolak $H\_{0}$, maka dilanjutkan ke pengujian berikutnya yaitu pengujian hipotesis penelitian.

* 1. **Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara individu terhadap variabel terikatnya.

 $H\_{0} : β\_{i}=0$

 $H\_{a} : β\_{i} >0$

 $dimana ⅈ=1, 2$

 Sig. yang diperoleh dibagi dua (*one tailed).*

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika Sig-t $<$ 0,05 maka tolak $H\_{0}$ artinya variabel *independent* memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel *dependent.*
2. Jika Sig-t $\geq $ 0,05 maka terima $H\_{0}$ artinya variabel *independent* tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel *dependent.*