

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan data konkrit yang berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan yang berkaitan dengan masalah penelitian untuk menghasilkan sebuah kesimpulan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini yaitu melalui kuesioner *online* menggunakan google form di komunitas *game* Genshin Impact. Waktu penelitian ini akan dilaksanakan pada Oktober 2022 sampai dengan Mei 2022.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek penelitian. Menurut Djarwanto (1994), populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan atau individu yang ingin diteliti karakteristiknya. Dari satuan tersebut dinamakan unit analisis yang dapat berupa orang, institusi, benda, dan sebagainya. Menurut Netra (1976), populasi adalah jumlah keseluruhan individu yang bersifat umum dan cenderung memiliki karakteristik

yang sama. Populasi dari penelitian ini adalah komunitas penggemar *game* Genshin Impact di Indonesia yang mengikuti akun Twitter @babufess yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 106,000 pengikut

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah keseluruhan objek penelitian (populasi). Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam suatu penelitian yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Nilai presisi (e) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10% dikarenakan jumlah populasi yang besar. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dari penggemar *game* Genshin Impact, hasil ini didapatkan dari rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{N(e^2) + 1}$$

n = sampel

N = populasi

e = nilai presisi 90% atau sig. = 0,1

$$\begin{aligned} n &= \frac{106,000}{106,000(0,1^2) + 1} \\ &= 99,9 \end{aligned}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah wujud pengumpulan suatu data yang bertujuan menggambarkan dan menunjukkan keadaan dari suatu masalah.

Menurut Abdulrahman dan Ali (2012), teknik pengumpulan data adalah beberapa cara yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data terbagi menjadi 2 yaitu, penelitian langsung (*field research*) dan studi kepustakaan (*library research*).

1. Penelitian langsung

Penelitian langsung adalah teknik pengambilan data yang dilakukan secara langsung, ada 3 teknik dalam penelitian langsung, yaitu observasi, wawancara/*survey*, dan dokumentasi.

a. Observasi

Menurut Abdulrahman dan Ali (2012), teknik observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk membuat laporan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek penelitian, baik dalam situasi buatan secara khusus dadakan (*laboratorium*) maupun dalam situasi alamiah atau sebenarnya (*lapangan*). Sementara menurut Pasolong (2013), teknik observasi adalah pengamatan secara langsung dengan sistematis terhadap faktor-faktor yang akan diteliti.

b. Wawancara/*Survey*

Menurut Abdulrahman dan Ali (2012), teknik wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yang dilakukan dengan cara bertanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung secara bertatap muka dengan sumber data atau responden. Sementara menurut Pasolong (2013), teknik wawancara

adalah suatu kegiatan bertanya jawab antara dua orang atau lebih secara langsung.

c. Dokumentasi

Menurut Narimawati, etc. (2010), teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah dokumen-dokumen yang terdapat dalam suatu perusahaan. Sementara menurut Arikunto (2013), dokumentasi adalah barang-barang tertulis yang terdapat dalam suatu perusahaan sebagai bentuk laporan.

2. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara studi literatur yang telah dipublikasikan mengenai masalah yang diangkat dalam penelitian tersebut. Data yang diperoleh dari studi kepustakaan adalah informasi yang telah ditemukan oleh para ahli di bidangnya masing-masing.

Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara/*survey* berupa kuesioner yang akan dibagikan kepada pemain Genshin Impact yang mengikuti akun Twitter @babufess.

3.5 Sumber Data

Sumber data adalah asal mula data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi yang jelas tentang bagaimana pengambilan data tersebut serta bagaimana data tersebut diolah. Menurut Arikunto (2013), sumber data adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Sementara menurut Indrianto dan

Supomo (2013), sumber data adalah salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan untuk menentukan teknik pengumpulan data di samping data yang telah dibuat di muka. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Menurut Umar (2013), data primer adalah data yang didapat dari sumber utama baik dari individu seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Sementara menurut Indrianto dan Supomo (2013), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan tidak melalui media perantara.

2. Data sekunder

Menurut Umar (2013), data sekunder adalah data primer yang sudah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain dalam bentuk tabel atau diagram. Sementara menurut Indrianto dan Supomo (2013), data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara berupa catatan oleh pihak lain.

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sumber data primer. Sumber data primer yang diperoleh secara langsung merupakan *survey* berupa kuesioner yang dibagikan kepada pemain Genshin Impact yang mengikuti akun Twitter @babufess.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian		Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Variabel Bebas (X)	Promosi Media Sosial (X1)	Salah satu bentuk pemasaran yang menggunakan media sosial sebagai medium yang memiliki 4 dimensi berupa <i>content creation, content sharing, connecting, community building.</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jangkauan promosi 2. Kuantitas promosi 3. Kualitas pesan 	Skala Likert
	Reputasi Perusahaan (X2)	Persepsi konsumen terhadap kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, atau merupakan penilaian tentang keadaan masa lalu dan prospek yang akan datang mengenai kualitas perusahaan atau produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi perusahaan 2. Keunggulan perusahaan 3. Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan 4. Pengalaman perusahaan 	Skala Likert
Variabel Terikat (Y)	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan akhir konsumen untuk membeli suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan sehingga dapat menimbulkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi suatu produk 2. Memutuskan membeli karena merek yang 	Skala Likert

Variabel Penelitian		Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
		ketidakpuasan terhadap produk tersebut.	<p>disukai</p> <p>3. Membeli karena sesuai dengan kebutuhan serta keinginan</p> <p>4. Membeli karena rekomendasi orang lain</p>	

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data penelitian kuantitatif dilakukan dengan menganalisis hasil dari kuesioner yang diberikan kepada responden. Setelah seluruh responden mengisi kuesioner tersebut, seluruh data yang didapatkan dikelompokkan sesuai dengan variabel, menyajikan data masing-masing variabel, dan melakukan perhitungan melalui rumus untuk menjawab rumusan masalah. Teknik analisis data dibutuhkan untuk menguji hipotesis yang dikemukakan peneliti, analisis data bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y). Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti ini adalah analisis regresi linier berganda. Selain itu, data yang telah didapatkan akan dianalisis oleh analisis statistik deskriptif dan diuji dengan uji kualitas instrumen yaitu reliabilitas dan validitas, dilanjutkan oleh uji asumsi klasik untuk data-data terhimpun (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas). Analisis regresi linier

berganda adalah analisis yang digunakan oleh peneliti untuk meramalkan keadaan naik turunnya suatu variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediksi dimanipulasi nilainya. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila memiliki minimal dua variabel independen. Rumus analisis regresi berganda yaitu:

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

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- α = Konstanta
- β = Koefisien regresi
- X_1 = Promosi Media Sosial
- X_2 = Reputasi Perusahaan
- e = Standar *error*

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017), analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel independen, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Analisis deskriptif merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menjelaskan data secara umum, dengan cara menghitung nilai minimum, maksimum, rata-rata, serta standar deviasi.

Seluruh variabel penelitian ini akan disusun dalam bentuk kuesioner dan memiliki 5 penilaian yang berbeda. Setiap pertanyaan akan disusun seperti angket yang mana responden harus mengisi yang

sesuai dengan pengalaman responden. Skala likert yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	KS (Kurang Setuju)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Setiap pertanyaan atau indikator dianalisis dengan cara menghitung frekuensi jawaban, dijumlahkan, lalu membuat garis kontinum dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}}$$

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = 0,8$$

Tabel 3.3

Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Sangat Baik
2,61	3,40	Cukup Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono (2017)

3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah alat ukur yang menunjukkan ketepatan dalam mengukur suatu objek. Validitas digunakan untuk mengetahui seberapa baik dan *valid* tes pengukuran dalam mengukur objek yang akan diukur. Instrumen dinilai *valid* apabila alat yang digunakan dapat mengukur objek tersebut dengan baik. Dalam uji validitas, setiap variabel diuji korelasinya dengan skor total variabel, sebuah item disarankan memiliki nilai korelasi (r) dengan skor total masing-masing variabel $\geq 0,25$. Jika item memiliki r hitung $< 0,25$, maka item tersebut dikatakan tidak *valid*, begitupula sebaliknya jika item memiliki r hitung $> 0,25$, maka item tersebut dikatakan *valid*. (Saptyuningsih dan Setyaningrum, 2019)

Rumus untuk menghitung r hitung yang digunakan adalah:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{hitung} = koefisien korelasi

$\sum X$ = jumlah skor tiap item

$\sum Y$ = jumlah total item

N = jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kestabilan hasil pengukuran secara repetitif dari satu masa ke masa lain. Reliabilitas dapat diketahui dengan melakukan pengukuran berulang pada masalah yang sama dengan hasil yang sama. Reliabilitas item diuji melalui nilai Alpha-

Cronbach. Nilai Alpha-Cronbach dapat dilihat dari keseluruhan item pada 1 variabel. Apabila nilai alpha reliabilitas $< 0,6$ maka tingkat reliabilitas terpenuhi, begitu pula sebaliknya jika nilai alpha reliabilitas $< 0,6$ maka reliabilitas rendah dan sebaiknya item tersebut tidak digunakan. (Saptyuningsih dan Setyaningrum, 2019).

Rumus yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

k = Jumlah indikator

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

σ_t^2 = Varians total

Ada beberapa kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai alpha $> 0,90$ maka reliabilitas sempurna
- b. Apabila alpha antara $0,70 - 0,90$ maka reliabilitas tinggi
- c. Apabila alpha antara $0,50 - 0,70$ maka reliabilitas moderat
- d. Apabila alpha $< 0,50$ maka reliabilitas rendah

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kualitas data yang didapat sehingga diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias.

Pengujian ini dilakukan dengan beberapa uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. (Ghozali, 2018)

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal, untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal dengan menggunakan analisis uji statistik Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafik. Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dengan cara melihat pada baris Asymp. Sig (2-tailed). Hasil penelitian dikatakan berdistribusi normal apabila dinilai Asymp. Sig (2-tailed) variabel residual berada di atas 0,05 atau 5%. Sebaliknya apabila berada di bawah 0,05 atau 5% data tidak berdistribusi normal. Analisis grafik dilihat dari jika ada data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi uji asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya, jika variabel independennya saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model regresi, dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance Value. Tolerance adalah pengukur variabilitas variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi Tolerance Value yang rendah sama dengan nilai Variance

Inflation Factor yang tinggi (karena $VIF = 1/\text{Tolerance Value}$). Nilai cut off yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah Tolerance Value $> 0,10$ dan nilai Variance Inflation Factor < 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut dengan homoskedastisitas. Salah satu metode pengujian yang dapat digunakan adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen, untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Data analisis yang didapat adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan cara scatterplot dapat didukung dengan metode uji lainnya, yaitu dengan uji glejser. Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

3.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dalam 3 tahap, yaitu Uji T (Uji Parsial), Uji F (Uji Simultan), dan Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi).

1. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen Promosi Media Sosial (X1) dan Reputasi Perusahaan (X2) berpengaruh secara individual terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y). Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Langkah-langkah dalam uji T yaitu:

1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan secara parsial atau individu antara X1, X2, dengan Y.

H_1 = Ada pengaruh signifikan secara parsial atau individu antara X1, X2, dengan Y.

2. Menentukan tingkat signifikansi yaitu sebesar 5% (0,05)
3. Membandingkan tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat signifikan t yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria:

- a. Nilai signifikan $t < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
 - b. Nilai signifikan $t > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.
4. Membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:
- a. Jika t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
 - b. Jika t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama.

$H_0 : \rho_{12} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh antara Promosi Media Sosial dan Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian).

H1 : $\rho_{12} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh antara Promosi Media Sosial dan Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian).

Analisis ini berdasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi f dengan nilai signifikansi (0,05), yang dapat disimpulkan dengan:

- a. Hipotesis diterima jika nilai probabilitas F (signifikansi F) $< \alpha$ (0,05) atau $F_{hitung} > F_{tabel}$.
- b. Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas F (signifikansi F) $> \alpha$ (0,05) atau $F_{hitung} < F_{tabel}$.

3. Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel independen Promosi Media Sosial (X_1) dan Reputasi Perusahaan (X_2) dengan variabel dependen Keputusan Pembelian (Y). Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi (R^2) adalah pengukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien korelasi secara simultan pada model regresi logistik dapat dilihat dari nilai Nagelkerke R Square pada hasil olah data statistik menggunakan SPSS, karena nilai tersebut diinterpretasikan R^2 seperti pada multiple regression. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

K_d = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi

Besarnya koefisien determinasi (R^2) terletak diantara 0 dan 1 atau 0% sampai 100%. Sebaliknya jika $R^2 = 0$, model tersebut tidak menjelaskan pengaruh variasi variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Jika $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka ada pengaruh positif dan korelasi antara variabel yang diuji sangat kuat.
2. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X diikuti dengan penurunan nilai Y, begitu pula sebaliknya. Jika $R^2 = -1$ atau mendekati -1, maka ada pengaruh negatif dan korelasi antara variabel yang diuji lemah.
3. Jika $R^2 = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi antara variabel yang diuji.