

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan atau isu yang menjadi pembahasan dalam kegiatan penelitian penulis. Setiap penelitian memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih, yaitu hubungan antara variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Dalam judul yang diangkat penulis, diambil variabel bebas (*independent variable*) yaitu X adalah pengaruh kredibilitas dan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu Y adalah keputusan pembelian. Subjek penelitian atau target responden yang dituju adalah pengikut akun Instagram @kulinerbandung.

1.2 Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode untuk meneliti suatu sampel atau populasi tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak pada umumnya, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang ada (Sugiyono, 2015). Data yang akan didapatkan yaitu berupa angka-angka yang akan diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Package for Social Scientists) dan Microsoft Excel.

Sementara itu, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif verifikasi. Hasil penelitian deskriptif diperoleh dari pengaruh kredibilitas terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, penelitian verifikasi yaitu untuk memperoleh kebenaran dari hipotesis yang telah disusun sebelumnya dan dilaksanakan melalui kuesioner sebagai bentuk pengumpulan data.

1.2.1 Operasional Variabel

Tabel 0.1
Operasional Variabel

Variabel		Analisis Teoretis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	No Item
Kredibilitas (X)	<i>Attractiveness</i>	Menurut Shimp (2014) ada lima komponen yang dapat mengukur pengaruh kredibilitas seorang endorse, tiga diantaranya yaitu <i>attractiveness</i> , <i>trustworthiness</i> , <i>expertise</i> .	Mengarah kepada <i>audience</i> yang tertarik terhadap tampilan yang menarik (Shimp, 2007). Lalu, produk yang dibawakan harus sesuai dengan karakteristik seorang <i>influencer</i> (Mowen & Minor, 2002).	1. Tampilan menarik 2. Tampilan variatif 3. Tampilan berkhairisma 4. Informasi <i>up to date</i>	Likert	1
	<i>Trustworthiness</i>		Menurut Shimp (2007), <i>trustworthiness</i> yaitu	1. <i>Review</i> dengan jujur 2. <i>Review</i> atau memberi	Likert	2 3

			<p>kemampuan yang mengarah pada <i>influence r</i> yang memiliki kejujuran, dapat dipercaya, dan memiliki integritas. Seorang <i>influence r</i> yang biasa saja atau tidak memiliki kemampuan ahli akan dapat mempengaruhi <i>audience</i> jika dapat dipercaya.</p>	<p>kan informasi terpercaya 3. Sebagai sumber referensi</p>		4
	<i>Expertise</i>		<p>Tentang pengetahuan, pengalaman, dan keahlian yang dimiliki</p>	<p>1. Memiliki pengetahuan mengenai produk yang di <i>review</i></p>	<p>Likert</p>	<p>0 1</p>

			seorang <i>influencer</i> (Shimp, 2007).	<p>2. Mempunyai pengalaman latar belakang mengenai bidang kuliner</p> <p>3. Ahli dalam bidang dan perannya</p> <p>4. Berkualitas</p> <p>5. Terampil</p>		2
Keputusan Pembelian` (Y)		Tahap-tahap dalam melakukan keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen dalam beberapa tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi	Pengenalan kebutuhan	Menyadari suatu kebutuhan atau masalah yang dipengaruhi oleh rangsangan eksternal atau internal	Likert	3
			Pencarian informasi	Memandang bahwa suatu kebutuhan dapat dipenuhi dengan melakukan pembelian atau mengonsumsi produk yang	Likert	4

		i, evaluasi alternatif , keputusa n pembelia n, perilaku purnabeli (Kotler & Keller, 2016)		dibutuhkan.		
	Evaluasi alternatif		Mengevalua si pilihan terhadap produk atau merek, dan memutuska n sesuai dengan keinginan.	Likert	5	
	Keputusa n pembelia n		Memutuska n sikap dengan memutuska n apakah membeli atau tidak.	Likert	6	
		Perilaku purnabeli	Perilaku setelah membeli suatu produk dilihat berdasarkan tingkat kepuasan.	Likert		

(Sumber: Data diolah penulis tahun 2020)

1.3 Populasi dan Sampel

1.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari subjek atau objek yang dengan ciri serta kuantitas tertentu berdasarkan ketentuan peneliti digunakan sebagai bahan penelitian dan diambil kesimpulannya. (Sugiyono, 2019).

Neolaka (2014) menjelaskan bahwa populasi dan sampel didefinisikan sebagai sumber utama penelitian dalam memperoleh data yang dibutuhkan untuk membuktikan suatu fenomena atau realitas suatu penelitian yang sedang dikerjakan.

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* atau pengikut dari akun Instagram @kulinerbandung sebanyak 808.000 akun per bulan September 2021.

1.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian atau irisan dari karakteristik dan jumlah suatu populasi yang ditetapkan (Sugiyono, 2019). Sampel harus mewakili atau representative dikarenakan data yang dihasilkan dari sampel kesimpulannya akan mewakili suatu populasi.

Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *sampling kuota* yang merupakan bagian dari teknik sampling *non-probability sampling*. Teknik *Sampling Kuota* merupakan teknik untuk menentukan sampel dari populasi dengan ciri-ciri yang telah ditetapkan dan sampai dengan jumlah atau kuota yang diinginkan (Sugiyono, 2015).

Kriteria sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah Sebagian dari *followers* atau pengikut akun Instagram @kulinerbandung dan juga yang sudah pernah membeli produk yang direkomendasikan oleh akun Instagram @kulinerbandung. Untuk menentukan berapa banyak jumlah sampling yang akan diteliti, penulis menggunakan rumus Slovin:

Rumus Slovin tersebut yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n: ukuran sampel minimum

N: ukuran populasi

e: toleransi ketidakakuratan karena kesalahan pengambilan sampel

(e = 10% / 0,1)

Maka berikut jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n: \frac{808.000}{1 + 808.000(0,1)^2}$$

$$n: \frac{808.000}{8.081}$$

$$n = 99,98$$

$$n \approx 100$$

Sesuai dengan hasil perhitungan maka sampel yang akan diteliti secara keseluruhan berjumlah sebanyak 99,98 orang, namun untuk memudahkan perhitungan dalam penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

1.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan sekunder:

a) Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa perantara apapun (Echdar, 2017). Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh adalah hasil dari kuesioner yang telah diisi responden yang dianggap telah memenuhi persyaratan mewakili seluruh populasi, yaitu *followers* akun Instagram @kulinerbandung dan sudah pernah membeli produk yang direkomendasikan oleh akun instagram @kulinerbandung.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung dan melalui perantara (Echdar, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah data internet dan studi kepustakaan.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti yaitu dengan cara:

a) Kuesioner.

Dalam pengumpulan data, penulis melakukan dengan teknik pengumpulan yaitu dengan cara kuesioner. Kuesioner merupakan peknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperngkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk responden menjawab, dimana penulis tidak langsung bertanya secara langsung terhadap responden. (Shimp, 2007). Metode kuesioner ini dilakukan yaitu dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan yang telah disusun secara sistematis oleh penulis kepada *followers* atau pengikut akun Instagram @kulinerbandung yang sudah pernah membeli produk yang direkomendasikan oleh akun instagram @kulinerbandung. Kuesioner tersebut berisikan variabel yang akan diteliti yaitu mengenai kredibilitas dan keputusan pembelian. Teknik pembagian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah Skala Likert.

Tabel 0.2
Skala Likert

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Sumber: Metodologi Penelitian (Sugiyono, 2012)

b) Studi Kepustakaan dan Data Internet

Studi kepustakaan dan adata internet digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan dala mendukung penelitian ini, data yang diperoleh yaitu dari sejumlah jurnal, buku, penelitian terdahulu, dan internet.

1.5.1 Uji Validitas

Menurut Echdar (2017), uji validitas menunjukkan seberapa realistis suatu pengujian pengukuran sesuatu yang seharusnya diukur. Pengukuran dikatakan valid jika diukur tujuannya dengan nyata dan benar. Pengujian validitas instrument penelitian dilakukan dengan cara pengujian validitas eksternal. Validitas eksternal instrument diuji dengan cara membandingkan antara kriteria yang ada pada instrument dengan fakta empiris yang terjadi di lapangan. Untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrument penelitian dapat dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*:

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

Berikut keterangannya:

r_{xy} : koefisien korelasi antara X dan Y

n : banyaknya responden

X : skor variabel X

Y : skor variabel Y

$\sum X$: jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$: jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$: jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

$\sum Y^2$: jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

Selain dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* penelitian dapat juga menggunakan rumus signifikansi sebagai alat ukur valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian dengan kriteria berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen tersebut valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tersebut tidak valid
3. Jika nilai r dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
4. Berdasarkan jumlah kuesioner yang diuji dengan total 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) dengan rumus $dk = n-2$ atau $dk = 30-2$, berarti derajat kebebsannya adalah 28 maka didapat r_{tabel} sebesar 0,361.

Tabel 0.3

Hasil Uji Variabel

No. Pertanyaan (Kredibilitas (X))	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Attractiveness</i>			
1. Konten yang disajikan @kulinerbandung terlihat menarik	0,715	0,361	Valid
2. Konten kuliner yang disajikan @kulinerbandung terlihat menggiurkan	0,554	0,361	Valid
3. Konten yang disajikan @kulinerbandung variative	0,654	0,361	Valid
4. Saya mengikuti @kulinerbandung karena aktif memmberikan informasi	0,653	0,361	Valid
<i>Trustworthiness</i>			
1. Memberikan review jujur dilihat berdasarkan jumlah likes dan komentar pada setiap konten yang dibagikan	0,938	0,361	Valid
2. @kulinerbandung memberikan review terpercaya dilihat berdasarkan jumlah likes dan komentar pada setiap konten yang dibagikan	0,851	0,361	Valid
3. @kulinerbandung dapat menjadi referensi kuliner dilihat dari konten dan followers	0,627	0,361	Valid

Expertise

1. @kulinerbandung memiliki pengetahuan mengenai produk yang di review berdasarkan konten yang dibagikan	0,582	0,361	Valid
2. @kulinerbandung mempunyai pengalaman latar belakang mengenai kuliner	0,7787	0,361	Valid
3. @kulinerbandung ahli dalam bidang dan perannya.	0,804	0,361	Valid
4. Konten @kulinerbandung berkualitas.	0,850	0,361	Valid
5. @kulinerbandung terampil dalam mengiklankan produk	0,695	0,361	Valid

No. Pertanyaan (Keputusan Pembelian (Y))	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1. Saya kenal produk yang diiklankan di akun instagram @kulinerbandung	0,561	0,361	Valid
2. Produk yang diiklankan di akun instagram @kulinerbandung sesuai dengan kebutuhan saya	0,877	0,361	Valid
3. Saya mendapatkan informasi akun instagram @kulinerbandung sesuai dengan kebutuhan saya	0,763	0,361	Valid
4. Saya mendapatkan informasi akun instagram @kulinerbandung dari keluarga, teman, atau media sosial lainnya (Twitter, Facebook, dan lainnya)	0,668	0,361	Valid
5. Saya mendapatkan informasi seputar makanan dan minuman dari akun instagram @kulinerbandung	0,772	0,361	Valid
6. Saya percaya produk akun instagram @kulinerbandung terjamin kepercayaan informasinya	0,846	0,361	Valid
7. Saya percaya akun instagram @kulinerbandung terjamin kualitas produk yang diiklankannya	0,842	0,361	Valid

8.	Saya percaya produk akun instagram @kulinerbandung terjamin dari segi kualitas berdasarkan testimoni produk yang dipublikasikan @kulinerbandung	0,746	0,361	Valid
9.	Saya yakin membeli produk yang diiklankan oleh akun instagram @kulinerbandung merupakan keputusan yang tepat	0,680	0,361	Valid
10.	Saya akan melakukan pembelian ulang produk yang saya beli berdasarkan referensi dari akun instagram @kulinerbandung karena merasa puas	0,825	0,361	Valid
11.	Saya kecewa dengan produk yang direkomendasikan oleh @kulinerbandung	0,384	0,361	Tidak Valid
12.	Saya akan merekomendasikan akun instagram @kulinerbandung kepada orang lain	0,835	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan penulis 2021

1.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah merupakan indicator yang mengukur konsistensi responden dalam menjawab dalam kuesioner. (Sugiyono, 2013). Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila instrumen memiliki data yang sama dengan mengukur objek yang sama secara berulang-ulang. (Sugiyono, 2015). Uji reabilitas instrument pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's alpha*:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan sebagai berikut:

r = koefisien reabiliti instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = total varians butir

$\sigma^2 t$ = total varians

Untuk mengetahui reabilitas suatu instrument yaitu jika nilai Alpha dibandingkan dengan nilai konstanta, yaitu 0,6. Kesimpulan yaitu dengan mengacu pada ketentuan berikut ini:

- ✓ Jika nilai Alpha > nilai konstanta, maka instrumen tersebut reliabel
- ✓ Jika nilai Alpha < nilai konstanta, maka instrumen tersebut tidak reliabel.

Tabel 0.4

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{min}$	Keterangan
	Kredibilitas (X)	0,91	0,6	Reliabel
	Keputusan Pembelian (Y)	0,93	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan penulis 2021

1.6 Teknik Analisis Data

1.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menggambarkan secara umum data utuh yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang general (Sugiyono, 2015)

Rumus untuk mencari skor ideal menurut (Sugiyono, 2019), sebagai berikut:

- Nilai indeks maksimum :
Skor interval tertinggi x jumlah butir item setiap dimensi x jumlah responden
- Nilai indeks minimum :
Skor interval terendah x jumlah butir item setiap dimensi x jumlah responden
- Panjang interval kelas :
(nilai maksimum – nilai minimum) / banyaknya interval
- Presentase skor :
(total skor / nilai maksimum) x 100

1.6.2 Analisis Verifikatif

1.6.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya berdistribusi normal (Ghozali, 2013:160). Uji normalitas data dapat diaplikasikan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov*, yaitu dengan ketentuan sebagai berikut:

- Nilai signifikan $>0,05$, maka data mempunyai distribusi normal
- Nilai signifikan $<0,05$, maka data tidak mempunyai distribusi normal

1.6.2.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini yaitu bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Regresi digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dan untuk memprediksi variabel dependen menggunakan variabel independent. Persamaan regresi sederhana dengan prediktor dirumuskan sebagai berikut menurut (Sugiyono, 2016).

Rumus regresi linier sederhana seperti berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel bebas

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisiensi regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

1.6.2.3 Analisis Korelasi

Korelasi merupakan salah satu analisis yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel kuantitatif (Arifin, 2017:153). Uji korelasi Pearson (*product moment Pearson*) digunakan pada penelitian ini yaitu untuk menguji hipotesis asosiatif (uji hubungan) dengan data interval atau rasio. Rumus korelasi Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n x_i y_i - (\sum_{i=1}^n x_i)(\sum_{i=1}^n y_i)}{\sqrt{[n \sum_{i=1}^n x_i^2 - (\sum_{i=1}^n x_i)^2] [n \sum_{i=1}^n y_i^2 - (\sum_{i=1}^n y_i)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi Pearson

$\sum xy$ = jumlah xy

$\sum x$ = jumlah nilai x

$\sum y$ = jumlah nilai y

n = besar sampel

Ukuran yang digunakan untuk menentukan kuat tidaknya suatu hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) disebut koefisien korelasi (r), nilai dari koefisien korelasi (r) paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \leq 1$), artinya jika :

- $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)
- $r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negative (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negative)
- $r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan sama sekali

1.6.2.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya nilai variabel bebas dan variabel terikat. Koefisien determinasi ini merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi (r). Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\text{Koefisien determinasi} = (r^2) \times 100\%$$

1.6.3 Pengujian Hipotesis

Prinsip pengujian hipotesis adalah untuk membandingkan nilai sampel (data penelitian) dengan nilai hipotesis (nilai populasi) yang diajukan. (Sutopo & Slamet, 2017). Probabilitas diterima dan ditolaknya hipotesis tergantung pada besaran perbedaan antara nilai sampel dan nilai hipotesis. Hipotesis penelitian dapat diuji dengan cara sebagai berikut.

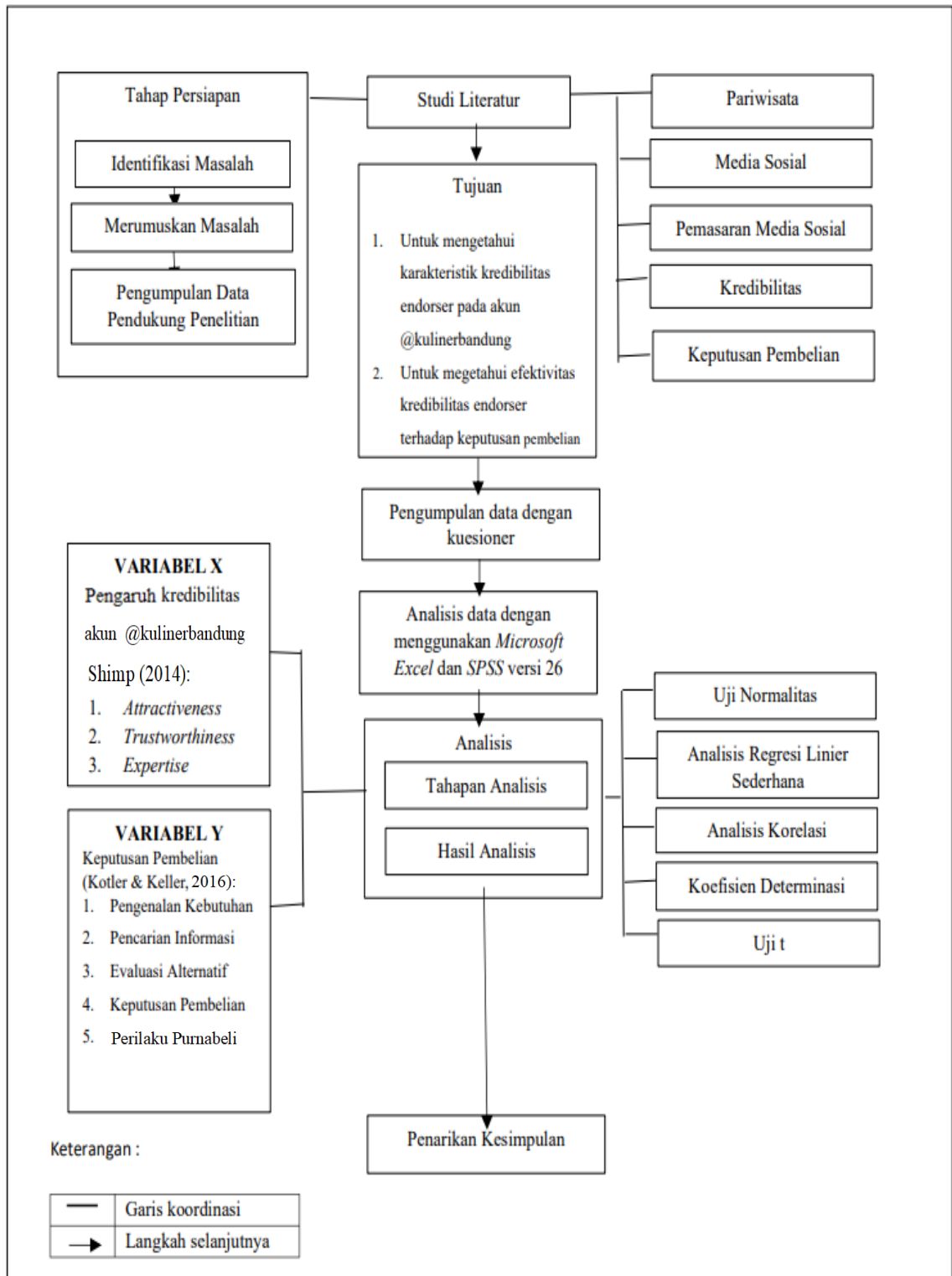
1.6.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat secara parsial (Ghozali, 2012). Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kredibilitas terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian secara terpisah. Dasar dalam pengambilan keputusan, yaitu:

- ✓ Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.
- ✓ Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

1.7 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir penelitian ini berisi prosedur yang akan dilakukan penulis sebagai panduan dalam penelitian. Pada bagian ini penulis akan memaparkan beberapa prosedur kerja dari awal mulainya penelitian sampai dengan selesai yang dirincikan pada Gambar 3.1



Gambar 0.1 Diagram alir penelitian

(Sumber: Data diolah penulis, 2021)