

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah hal yang diteliti dan lokasi penelitian. Objek penelitian ini adalah perusahaan Niamara Hijab yang bergerak di bidang *fashion* khususnya hijab. Alasan memilih perusahaan Niamara Hijab sebagai objek penelitian karena mengalami permasalahan dalam penjualan di website. Website tersebut jarang dikunjungi oleh konsumen sehingga hanya sedikit konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Alasannya lainnya memilih perusahaan Niamara Hijab sebagai objek penelitian adalah bisnis pemanfaatan media digital, memiliki produk yang berkualitas, dan berpotensi untuk berkembang. Berdasarkan objek penelitian, peneliti memfokuskan untuk mencari tentang pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

Metode penelitian meliputi desain dan metode penelitian. Penjelasan lengkapnya adalah sebagai berikut:

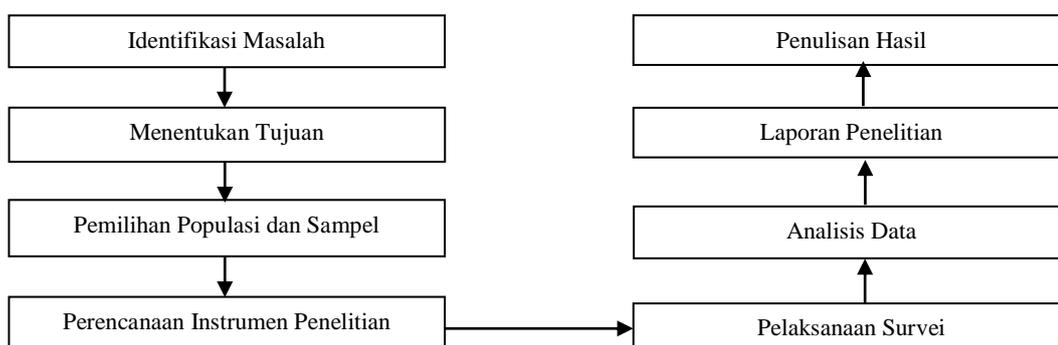
3.2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pendekatan kuantitatif ialah metode untuk mengungkap serta menghasilkan penemuan yang diperoleh dengan melakukan pengukuran dengan statistik. Data kuantitatif penelitian ini adalah tentang konsumen yang melakukan keputusan pembelian jilbab Niamara. Metode kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya. Sedangkan pendekatan deskriptif yaitu suatu metode yang dilakukan melalui langkah-langkah seperti pengumpulan, klasifikasi, mengolah atau menganalisis data, lalu membuat kesimpulan dan laporan yang bertujuan untuk menggambarkan serta mendeskripsikan mengenai suatu keadaan secara objektif (Fadjarajani dkk, 2020).

Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk memperoleh tanggapan dari responden mengenai variabel SEO dan variabel keputusan pembelian. Selain itu, pendekatan verifikatif merupakan strategi untuk menguji adanya hubungan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat yang direncanakan dalam spekulasi. Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian menggunakan alat analisis statistik regresi linier sederhana.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian digunakan untuk mempertimbangkan seluruh prosedur untuk perencanaan dan pelaksanaan penelitian (Silaen, 2018). Tujuan utama penelitian survei adalah mengumpulkan informasi seputar variabel dari sekumpulan objek atau populasi (Helsa dan Arlis, 2020). Desain survei yang digunakan dengan penelitian silang dapat berguna untuk mengidentifikasi masalah sementara dengan pengumpulan data satu kali. Desain survei melibatkan pengumpulan data melalui kuisisioner dari responden. Peneliti membagikan kuisisioner kepada konsumen yang melakukan keputusan pembelian produk hijab Niamara secara berulang-ulang minimal tiga kali pembelian dari website *niamaracollection.com* pada tahun 2021 sampai 2023 untuk mendapatkan data kuantitatif tentang pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya. Dalam metode survei, peneliti bertanya kepada responden tentang pendapat suatu objek. Berikut ini peneliti menggambarkan alur penelitian, yaitu:



Gambar 3.1 Alur Penelitian

Alur penelitian adalah langkah metode yang harus dilakukan peneliti untuk melakukan suatu penelitian yang digambarkan pada gambar 3.2. Berikut ini adalah alur penelitian yang paling umum, yaitu:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah siklus untuk memutuskan masalah yang ada dalam situasi yang mengharapakan untuk memahami dan memutuskan dasar masalah sehingga pengaturan yang tepat tidak sepenuhnya diatur.

2. Menentukan Tujuan

Tujuan penelitian ialah sebuah proses untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan baru melalui langkah-langkah dan metode tertentu untuk memecahkan masalah.

3. Pemilihan Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok partisipan yang bersedia dalam penelitian. Terlepas dari kenyataan bahwa hanya sebagian kecil dari populasi yang memenuhi kriteria untuk pengambilan sampel. Pemilihan populasi dan sampel ditentukan sesuai permasalahan dalam penelitian.

4. Perencanaan Instrumen Penelitian

Rencananya peneliti akan membuat kuisisioner untuk mengumpulkan data sebagai instrument penelitian. Kuisisioner tersebut harus sederhana dan mudah dipahami oleh responden.

5. Pelaksanaan Survei

Pada tahap pelaksanaan survei, peneliti mendistribusikan kuisisioner kepada responden dan kerjakan survei.

6. Analisis Data

Analisis data yaitu mengolah dan menyajikan data yang diperoleh dari kuisisioner, yang kemudian diambil kesimpulan.

7. Laporan Penelitian

Laporan penelitian adalah suatu catatan yang tersusun mengenai akibat-akibat memimpin suatu eksplorasi yang jelas-jelas tersusun, mengingat komposisi tertentu dan teknik-teknik yang tepat dalam bahasa yang jelas (Azhar dan Nasrun, 2020).

8. Penulisan Hasil

Penulisan hasil adalah tahap akhir dari suatu penelitian yang ditulis dalam bentuk laporan skripsi yang memuat deskripsi dan interpretasi hasil penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian adalah waktu yang dihabiskan untuk penelitian yang dimulai pada saat izin penelitian dikeluarkan dalam waktu kurang lebih dua bulan. Sedangkan tempat penelitian adalah lokasi atau tempat suatu penelitian dilakukan.

3.3.1 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai sejak tanggal 15 Februari 2023 hingga 31 Maret 2023 atau kurang lebih dua bulan. Waktu penelitian meliputi satu bulan pengumpulan data, satu bulan mengolah data dan penyajian data dalam bentuk skripsi.

3.3.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian berada di kantor pemasaran perusahaan Niamara Hijab, yang berlokasi di Cimadin, RT 03/RW 05, Desa Cibatuireng, Kecamatan Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat.

3.4 Operasional Variabel

Operasional variabel berarti penjelasan dari variabel yang diberikan dalam definisi ekspresi dan fungsional, praktis dan kenyataan dalam ruang lingkup objek penelitian yang diteliti (Pakpahan dkk, 2021). Operasional variabel bermanfaat untuk memudahkan pengukuran variabel yang terdapat pada penelitian. Berikut ini adalah dua variabel yang perlu dicermati:

3.4.1 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, menyebabkan, atau muncul dari variabel terikat (Siregar dan Hardana, 2021). Variabel bebas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah *Search Engine Optimization* (X).

3.4.2 Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat dapat disebut variabel dependen, kriteria, atau konsekuensi yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Siregar dan Hardana, 2021).

Santi Nurazizah, 2023

PENGARUH SEARCH ENGINE OPTIMIZATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN NIAMARA HIJAB KABUPATEN TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Variabel terikat berfungsi untuk mengetahui efek dari variabel bebas. Terdapat satu variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y). Berikut merupakan tabel operasional variabel:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Search Engine Optimization</i> (X)	SEO On Page	Struktur URL	1. Terdapat struktur URL yang mengandung domain dan judul konten.	Ordinal
		Topik Konten	2. Topik konten yang ada di dalam website berhubungan dengan topik seputar produk hijab.	
		Struktur Konten	3. Struktur konten di dalam website mudah dipahami oleh pengunjung.	
		Kecepatan Website	4. Kecepatan loading saat memasuki halaman website.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
	SEO Off Page	Backlink	5. Website yang mendapatkan <i>backlink</i> akan memiliki kualitas tinggi.	
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk	Keunggulan Produk	6. Produk memiliki keunggulan yang diharapkan konsumen.	Ordinal
		Manfaat Produk	7. Setiap produk memiliki tingkat kegunaan yang dirasakan konsumen pada setiap pilihan produk.	
	Pemilihan produk		8. Konsumen memilih produk sesuai dengan kualitas yang diinginkan.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
	Pilihan Merek	Ketertarikan pada merek	9. Konsumen tertarik pada citra merek suatu produk yang dibutuhkan.	
		Kebiasaan pada merek	10. Konsumen telah terbiasa membeli produk dengan merek tertentu.	
		Kesesuaian harga	11. Konsumen selalu mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk.	
	Pilihan Penyalur	Pelayanan yang diberikan	12. Pelayanan yang baik membuat konsumen selalu memilih lokasi tersebut.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
		Kemudahan untuk mendapatkan produk	13. Lokasi distribusi produk mudah dijangkau.	
		Persediaan barang	14. Konsumen memilih tempat pembelian yang memiliki persediaan barang yang memadai.	
	Waktu Pembelian	Menyesuaikan dengan kebutuhan	15. Konsumen akan melakukan pembelian saat dibutuhkan.	
		Keuntungan yang dirasakan	16. Konsumen merasa diuntungkan dengan terpenuhinya kebutuhan.	
	Jumlah Pembelian	Keputusan jumlah pembelian	17. Konsumen dapat mudah menentukan jumlah produk yang akan dibeli sesuai kebutuhan.	

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
		Keputusan pembelian untuk persediaan	18. Konsumen melakukan tindakan persiapan dengan sejumlah persediaan produk.	
	Metode Pembayaran	Tunai	19. Pembayaran dapat dilakukan dengan metode tunai.	
		Non tunai	20. Pembayaran dapat dilakukan dengan metode non tunai.	

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

3.5 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data

Istilah dari sumber data dan alat pengumpulan data didefinisikan oleh peneliti sebagai berikut:

3.5.1 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh peneliti langsung dari sumbernya atau objeknya tanpa harus melalui pihak lain, kemudian seseorang dalam suatu organisasi mengumpulkan dan mengolah data yang didapatkan (Pakpahan dkk, 2021).

Data primer penelitian ini adalah hasil wawancara kepada pimpinan Niamara Hijab dan hasil kuisioner mengenai keputusan pembelian dari responden, serta hasil dokumentasi.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang tidak di peroleh secara langsung. Contohnya dari dokumen perusahaan yang sudah tersedia sebelumnya, buku, website, dan internet. Data sekunder yaitu informasi tentang pembeli yang melakukan keputusan pembelian dari website Niamara Hijab.

3.5.2 Alat Pengumpulan Data

Alat untuk mengumpulkan data penelitian dilakukan dengan berbagai metode yaitu studi pustaka dan kuisioner yang memerlukan alat bantu.

1. Observasi

Observasi adalah strategi yang dilakukan oleh seorang individu dalam kaitannya dengan subjek tertentu untuk mengidentifikasi masalah tertentu dan mengidentifikasi fenomena tertentu yang terjadi berdasarkan pengetahuan yang diketahui. Observasi dilakukan untuk melihat dan mengamati objek penelitian mengenai perkembangan. Selain itu, observasi juga dilakukan untuk mengumpulkan informasi tentang subjek penelitian.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara kepada pimpinan perusahaan Niamara Hijab. Wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara pewawancara dan narasumber untuk mengumpulkan suatu informasi atau data dari narasumber demi kepentingan penelitian.

3. Kuisioner

Jenis kuisioner pada penelitian ini adalah kuisioner tertutup yang dibuat melalui Google Form, kemudian disebarakan kepada responden yaitu konsumen yang melakukan keputusan pembelian Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya secara berulang-ulang minimal tiga kali pesanan.

Kuisisioner disebarakan untuk mengetahui jawaban dari responden mengenai pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya. Hasil kuisisioner akan diolah untuk kepentingan penelitian.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara memperoleh informasi dan data baik itu berupa buku, arsip, dokumen, tulisan, angka, dan gambar berupa laporan atau keterangan yang mendukung penelitian (Sugiyono, 2018).

3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Bagian ini menjelaskan lebih detail mengenai konsep populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel. Penjelasannya dapat ditemukan sebagai berikut:

3.6.1 Populasi

Populasi yaitu orang-orang yang berpartisipasi sebagai subjek dalam suatu penelitian atau yang memiliki karakteristik yang akan dipelajari (Roflin dkk, 2021). Populasi penelitian adalah konsumen yang melakukan keputusan pembelian Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya secara berulang-ulang minimal tiga kali pembelian dari tahun 2021 sampai 2023 berjumlah 37 konsumen.

3.6.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik yang menggunakan proses pemilihan selain data yang dikumpulkan oleh partisipan dengan cara memilih data yang akan digunakan bersamaan dengan data yang dikumpulkan (Hutagalung, 2019). Sampel yang diambil adalah sampel yang memenuhi standar tertentu yaitu konsumen yang bersedia menjadi responden dan minimal berusia 18 tahun dan telah melakukan keputusan pembelian secara berulang-ulang minimal tiga kali pembelian. Berdasarkan standar tersebut, maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 27 konsumen. Alasan pengambilan sampel tersebut karena dapat mewakili keseluruhan populasi. Dengan demikian, penulis dapat menemukan bahwa *search engine optimization* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Niamara Hijab di Kabupaten Tasikmalaya.

3.6.3 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang berpeluang untuk terambil sebagai unit sampel atau bisa disebut miniatur populasi (Roflin dkk, 2021). Pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memungkinkan semua data dipilih sebagai sampel. Sampel jenis ini tidak dipilih secara acak. Teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu *purposive sampling* dengan menentukan sampel yang akan masuk berdasarkan informasi yang dikumpulkan. Kriteria inklusi adalah konsumen bersedia menjadi responden dan minimal berusia 18 tahun. Sedangkan kriteria eksklusi adalah konsumen yang melakukan keputusan pembelian secara berulang-ulang minimal tiga kali pembelian. Maka didapatkan sampel sebanyak 27 konsumen yang memenuhi kriteria.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Alat untuk menguji dan mengukur item dari variabel penelitian adalah tes instrumen penelitian. Berikut ini akan dibahas secara rinci mengenai uji instrument penelitian, yaitu:

3.7.1 Uji Validitas

Uji validasi adalah prosedur yang digunakan untuk mengetahui validitas pertanyaan kuesioner. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka indikator dinyatakan valid. Sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka indikator dinyatakan tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan terhadap variabel *search engine optimization* dan keputusan pembelian.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengevaluasi kuesioner sebagai indikator variabel. Pengukuran reliabilitas kuisisioner dilakukan melalui uji statistik *Cronbach's Alpha* dengan program SPSS. Hasil perhitungan *Cronbach's Alpha* dibandingkan dengan 0,6. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, maka pernyataan dinyatakan reliabel. Sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$, maka pernyataan dinyatakan tidak reliabel.

3.8 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

Rancangan analisis data dan pengujian hipotesis akan dibahas secara rinci di bawah ini:

Santi Nurazizah, 2023

PENGARUH SEARCH ENGINE OPTIMIZATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN NIAMARA HIJAB KABUPATEN TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.8.1 Rancangan Analisis Data

Peneliti menganalisis data yang diperoleh kemudian menarik kesimpulan jika semua data telah terkumpul. Di bawah ini adalah penjelasan rancangan analisis data:

3.8.1.1 Statistik Deskriptif

Menurut Matulesy dan Kilian (2023), analisis statistik deskriptif adalah metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data, memberikan informasi yang berharga. Tingkat Capaian Responden (TCR) digunakan untuk mengetahui kategori pencapaian dari setiap item pernyataan dengan rumus sebagai berikut:

$$TCR = \frac{\text{Skor rata-rata}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

Tabel 3.2
Klasifikasi TCR

No.	Persentase Pencapaian	Kriteria
1.	85% - 100%	Sangat Baik
2.	66% - 84%	Baik
3.	51% - 65%	Cukup
4.	36% - 50%	Kurang Baik
5.	< 35%	Tidak Baik

Sumber : Sugiyono (2018)

3.8.1.2 Uji Asumsi Klasik

Supaya analisis regresi berhasil, uji asumsi klasik harus dilalui. Berikut ini akan dijelaskan secara lebih rinci:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data mendekati distribusi normal, digunakan uji normalitas. Data dengan pola mengikuti garis diagonal merupakan data yang baik.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menentukan apakah independensi dan ketergantungan variabel memiliki hubungan yang linier.

Jika hubungan tidak linear maka harus menggunakan teknik statistik non parametrik agar mendapatkan kolerasi yang tinggi.

c. Uji heteroskedastisitas

Prosedur yang disebut uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengukur varians residual pada setiap pengamatan. Jika varian dalam residual selalu tetap pada tiap pengamatan, maka model regresi dikatakan baik.

3.8.1.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis yang disebut analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel X berpengaruh atau tidak terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bx + e$$

Dimana:

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

b = koefisien regresi

x = (*search engine optimization*)

e = *error term*

3.8.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ialah metode untuk menguji pernyataan lalu mengambil keputusan dengan metode statistik.

3.8.2.1 Uji Parsial (t-test)

Pengujian secara parsial dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu *search engine optimization* secara parsial terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Langkah-langkah pengujian hipotesis ini adalah menentukan hipotesis dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Langkah selanjutnya menentukan tingkat signifikansi menggunakan alfa 5% (0,05). Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.8.2.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dengan melihat besarnya koefisien determinasi yang menunjukkan sejauh mana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Semakin dekat koefisien determinasi dengan satu, semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah kriteria koefisien determinasi berdasarkan kuat, sedang, dan lemah:

- a. Kuat jika lebih dari 0,67;
- b. Sedang jika lebih dari 0,33 atau kurang dari 0,67;
- c. Lemah jika lebih besar dari 0,19 tetapi di bawah 0,33.