BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif erat kaitannya dengan metode penelitian sosial seperti wawancara terstruktur, kuesioner, percobaan, observasi terstruktur, analisis isi, dan analisis statistik formal (Sutama, 2016).

3.2 Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode survei dalam melakukan penelitian. Penelitian survei yaitu penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian, dalam pelaksanaan survei penulis tidak memanipulasi kondisi penelitian (Rukajat, 2018).

Metode survei merupakan telaah yang dilakukan untuk mendapatkan bukti dan fakta dari gejala yang ada serta memperoleh informasi secara faktual mengenai ekonomi, institusi sosial atau politik dalam suatu daerah atau suatu kelompok. Metode survei mencari dan mengenali masalah serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaan dan praktek-praktek yang sedang berlangsung (Nazir, 2013).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang meliputi subjek maupun objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk diteliti dan kemudian menarik kesimpulan (Sujarweni dan Endrayanto, 2012). Populasi dalam setiap penelitian harus dinyatakan secara jelas, yaitu berkaitan dengan ukuran populasi dan ruang lingkup penelitian yang disebutkan (Usman dan Akbar, 2006).

Populasi dalam penelitian ini yaitu pengikut (*followers*) akun instagram @zaskiamecca_id yang berjumlah 266.000 pengikut. Alasan penulis mengambil populasi tersebut karena sebagian besar pengikut (*followers*) @zaskiamecca_id telah mengetahui *brand* ZM.

3.3.2 Sampel

Sampel adaalah sebagian dari jumlah populasi tersebut atau sebagian kecil dari anggota populasi yang sudah ditentukan dan dipilih berdasarkan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi (Siyoto dan Sodik, 2015). Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan *sampling* (Usman dan Akbar, 2001). Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:
n = Ukuran sampel
N = Populasi
e = *Error tolerance* atau perkiraan tingkat kesalahan

Error tolerance yang digunakan pada penelitian ini sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 95%. Berdasarkan rumus di atas maka diperoleh besar sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{266.000}{1 + 266.000\ (0{,}5^2)}$$

$$n = \frac{266.000}{1 + 266.000\ (0{,}0025)}$$

$$n = \frac{266.000}{666}$$

$$n = 399{,}399399$$

Penulis diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan untuk mewakili bagian lain yang diteliti. Apabila dibulatkan maka besar sampel minimal dari 266.000 pada *error tolerance* 5% adalah sebesar 400, maka sampel yang akan diteliti sebanyak 400 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu sebuah proses atau pengadaan yang bertujuan untuk keperluan penelitian dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Rukajat, 2018). Selanjutnya, sumber data yaitu segala hal yang akan memberikan sebuah

informasi mengenai data. Berdasarkan jenisnya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primet dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui obyek yang akan diteliti dan kemudian diolah kembali oleh penulis (Rukajat, 2018). Data primer diperoleh dari responden yaitu individu atau perseorangan. Data primer yang digunakan pada penelitian ini, yaitu melalui angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna (Widoyoko, 2016). Kuesioner atau angket pada penelitian ini dibagikan secara *online* melalui Google Form kepada objek penelitian, yaitu pengikut (*followers*) @zaskiamecca_id.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat (Sugiyono, 2012: 141). Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari bukti-bukti tertulis atau literatur, arikel, jurnal, hasil penelitian terdahulu, situs di internet dan data-data lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Definisi Operasional dan Variabel

Variabel penelitian merupakan sebuah atribut atau jenis objek kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh penulis, dan ditarik kesimpulannya. Peneliti menggunakan dua jenis variabel diantaranya, variabel independen yaitu digital branding (X) dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

   Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi *dependent variable* (variabel terikat), secara positif maupun negatif. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *digital branding* (X).

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

   Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat, karena, adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala pengukuran
1.	*Digital branding* adalah kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk berbagi informasi mengenai suatu merek kepada publik melalui media *digital*, seperti *website* perusahaan dan media sosial (Yunus, 2019).	1. Atribut 2. Manfaat 3. Nilai 4. Budaya 5. Kepribadian 6. Pemakai **(Darmaja dkk, 2020)**	Skala likert
2.	Keputusan pembelian merupakan salah satu proses dimana konsumen mengetahui masalahnya,	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian	Skala likert

	mencari informasi mengenai sebuah produk maupun merek tertentu serta mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalah, yang mengarah pada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014).	5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran **(Tjiptono, 2012)**	

3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah instrumen yang valid serta mempunyai validitas tinggi, dan sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} serta nilai positif, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011).

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Suatu item yang memiliki korelasi positif dengan skor total dan korelasinya tinggi menunjukkan bahwa item tersebut sangat valid. Dengan r_{table} mencari *degree of freedom* (df) = N-2, dalam hal ini N adalah sampel. Syarat minimum yang biasanya memenuhi syarat yaitu jika $r_{hitung} \geq r_{table}$ (pada jumlah sampel dan tingkat *alpha* yang ditetapkan dan bernilai positif, maka butir pertanyaan dinyatakan valid). Sebaliknya, apabila tingkat korelasi atau r antara butir pertanyaan dengan skor total butir pertanyaan nilainya kurang dari nilai r_{table}

pada jumlah sampel dan tingkat *alpha* yang ditetapkan, maka butir dalam instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2010).

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas *Digital Branding* (X)

n = 60

Indikator	r tabel	r hitung	Sig	Ket
X_1	0.254	0.685	0,000	Valid
X_2	0.254	0.752	0,000	Valid
X_3	0.254	0.798	0,000	Valid
X_4	0.254	0.655	0,000	Valid
X_5	0.254	0.635	0,000	Valid
X_6	0.254	0.599	0,000	Valid
X_7	0.254	0.572	0,000	Valid
X_8	0.254	0.538	0,000	Valid
X_9	0.254	0.630	0,000	Valid
X_{10}	0.254	0.669	0,000	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan uji validitas maka semua instrumen mulai dari variabel X (*Digital Branding*) semuanya menghasilkan nilai r hitung ≥ r tabel sebesar 0.254, sedangkan untuk variabel Y (Keputusan Pembelian) menghasilkan nilai r hitung ≥ r tabel dan nilai signifikan dari kedua variabel adalah valid, karena kurang dari 0.05 dan dapat disimpulkan pada penelitian ini dikatakan valid sehingga dapat digunakan untuk instrumen penelitian.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

n = 60

Indikator	r tabel	r hitung	Sig	Ket
Y_1	0.254	0.672	0,000	Valid
Y_2	0.254	0.509	0,000	Valid
Y_3	0.254	0.730	0,000	Valid
Y_4	0.254	0.702	0,000	Valid
Y_5	0.254	0.695	0,000	Valid
Y_6	0.254	0.612	0,000	Valid
Y_7	0.254	0.709	0,000	Valid
Y_8	0.254	0.706	0,000	Valid
Y_9	0.254	0.698	0,000	Valid
Y_{10}	0.254	0.676	0,000	Valid
Y_{11}	0.254	0.760	0,000	Valid
Y_{12}	0.254	0.726	0,000	Valid
Y_{13}	0.254	0.726	0,000	Valid
Y_{14}	0.254	0.740	0,000	Valid
Y_{15}	0.254	0.767	0,000	Valid
Y_{16}	0.254	0.481	0,000	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menggambarkan pada kemantapan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Alat ukur akan dinyatakan reliable atau dapat dipercaya apabila alat tersebut stabil.

Metode yang digunakan untuk pengujian reliabilitas pada penelitian ini adalah metode *Cronbach Alpha* melalui aplikasi SPSS versi 24. Suatu instrumen

memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, jika *Cronbach's Alpha* > 0.60 → *Cronbach's Alpha* dapat diterima atau reliabel. Jika *Cronbach's Alpha* < 0.60 → *Cronbach's Alpha* tidak dapat diterima atau tidak cukup reliabel sehingga instrumen tidak dapat digunakan dalam penelitian.

Berikut ini merupakan hasil dari reliabilitas variabel X dan variabel Y dengan aplikasi SPSS, diantaranya:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Digital Branding* (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.848	10

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	16

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas antara Variabel *Digital Branding* (X) dan Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	r tabel	Cronbach`s Alpha	Keterangan
X	0.254	0.848	Reliabilitas
Y	0.254	0.920	Reliabilitas

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Hasil uji reliabilitas diperoleh niai koefisien reliability angket X sebesar 0.848 dan angket Y sebesar 0.920. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa semua angket pada penelitian ini reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dipahami sebagai upaya dari data yang sudah ada kemudian diolah secara statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Secara umum teknik analisis data merupakan sebuah cara untuk melaksanakan analisis data dengan tujuan mengolah data untuk menjawab rumusan masalah. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert.

Desain penelitian ini meminta responden untuk menunjukan sikap persetujuan dan ketidaksetujuan terhadap rangkaian suatu pernyataan. Jawaban responden untuk pertanyaan positif diberikan skor 1-5 yaitu dimulai dari jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju dan sangat setuju. Jawaban responden untuk pertanyaan negatif diberikan skor 1-5 yang di mulai dari jawaban sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Berikut ini tabel skor untuk masing-masing pertanyaan:

Tabel 3.7 Skor Item

Jawaban	**Skor**	
	Positif	**Negatif**
Sangat Baik/ Sangat Setuju	5	1
Baik/ Setuju	4	2
Kurang Baik/ Kurang Setuju	3	3
Tidak Baik/ Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Baik/ Sangat Tidak Setuju	1	5

Data yang telah diperoleh pada penelitin ini diolah menggunakan rumus *Weight Mean Score (WMS)* untuk melihat kecendrungan jawaban responden terhadap variabel. Teknik analisis data ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor 1 dan 2.

Dikutip dari Sanbard Lambovitz dan Robert Hagedom yang diterjemahkan oleh Bakri Siregar (1993), untuk memperoleh angka penafsiran digunakan rumus:

$$M = \frac{\sum f(x)}{N}$$

Keterangan:
M: Perolehan angka kriteria penafsiran
f: frekuensi jawaban
x: skala nilai
Σ: penjumlahan
N: jumlah seluruh jawaban responden
Proses tabulasi dilakukan dengan bantuan tabel analisis sebagai berikut:

Tabel 3.8 Tabel Analisis

No	**Alternatif Jawaban**	**F**	**(x)**	**F(x)**	$\frac{\Sigma f(x)}{N}$
1	Sangat Baik/ Sangat Setuju		5		
2	Baik/ Setuju		4		
3	Kurang Baik/ Kurang Setuju		3		
4	Tidak Baik/ Tidak Setuju		2		
5	Sangat Tidak Baik/ Sangat Tidak Setuju		1		
Jumlah					

Adapun untuk menentukan kriteria penilaian berdasarkan WMS (*Weight Mean Product*), maka perlu adanya interval yang diperoleh dari pengurangan nilai tertinggi dengan nilai terendah lalu dibagi dengan banyaknya alternatif jawaban.

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyaknya kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh interval sebesar 0,8 maka dari itu tingkat kategori jawaban ditentukan dengan kriteria seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 3.9 Kelas interval dan kriteria penilaian berdasarkan WMS (*Weight Mean Score)*

Kelas Interval	**Kelas Penilaian**
1,00-1,80	Tidak baik
1,81-2,60	Kurang baik
2,61-3,40	Cukup baik
3,41-4,20	Baik
4,21-5,00	Sangat baik

3.7.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Adapun uji statistik dalam penelitian menggunakan Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan perhitungan SPSS versi 24. Analisis regresi linear sederhana merupakan hubungan antara satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) secara linear. Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen (Y) apabila nilai variabel independen (Y) mengalami

penurunan ataupun kenaikan dan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah hasilnya positif atau negatif (Suyono, 2018).

Adapun bentuk persamaan dari regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b X + \varepsilon$$

Keterangan:
Y = *Return On Asset* (nilai yang diprediksikan)
X = Nilai variabel independen
a = konstanta (nilai Y apabila X=0)
b = koefisien regresi sederhana
ε = *standard error*

3.7.2 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak pada masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji hipotesis merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur diterima atau ditolaknya hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melakukan uji t yaitu dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}. Berikut ini merupakan langkah-langkah untuk uji hipotesis:

1. Jika nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan demikian maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan demikian maka Ho diterima dan Ha ditolak.

3.8 Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan di *brand* ZM Zaskia Mecca terletak di Jl. Moh Kahfi 1 No 55, Jagakarsa Jakarta Selatan.

3.9 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Mei 2021 sampai dengan bulan Juni 2022, dimulai dari kegiatan persiapan sampai pelaksanaan dan analisa data. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut.

Tabel 3.10 Jadwal Kegiatan Penyusunan Skripsi

No	Jenis Kegiatan	Estimasi Waktu				
		Mei-Jul	Agust-Des	April	Apr-Mei	Juni
1.	Perijinan & Observasi					
2.	Penyusunan Bab I – III					
3.	Kolokium					
4.	Penyebaran Angket					
5.	Pengelolaan Data					
6.	Penyusunan Hasil Penelitian					
7.	Seminar Hasil					

8.	Bimbingan Sidang					
9.	Sidang					