

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif memiliki spesifikasi, yaitu sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga akhir penyelesaiannya. Menurut C.R. Kothari (2004:3), Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada pengukuran kuantitas atau jumlah, hal ini berlaku untuk fenomena yang dapat dinyatakan dalam segi kuantitas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2013), pendekatan deskriptif bertujuan untuk mengetahui, mengerti, dan menggambarkan karakteristik dari manusia, kejadian, atau situasi yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, penelitian deskriptif dapat membantu untuk berpikir secara sistematis mengenai aspek-aspek dalam situasi tertentu, memberikan ide untuk penyelidikan lebih lanjut, dan membantu menyederhanakan keputusan tertentu.

B. Subyek Penelitian

Subyek yang diteliti adalah semua konsumen yang mempercayakan pembangunannya dengan perusahaan konstruksi, yaitu PT. EMKA ARCHITECT, Peneliti menetapkan subyek tersebut karena ingin mengetahui kemampuan variabel *trust* dalam memoderasi hubungan antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian produk jasa EMKA ARCHITECT. Metode pada penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan membuat dan mendistribusikan kuisioner kepada responden.

C. Populasi dan sampel

Sekaran dan Bougie (2013) menjelaskan bahwa populasi merupakan keseluruhan suatu kelompok, baik manusia, kejadian atau hal yang menjadi perhatian peneliti yang ingin diteliti. Populasi dalam penelitian yang pernah menggunakan jasa PT EMKA Architect baik konsultasi gambar ataupun menggunakan jasa PT EMKA architect dan sample yang digunakan 100 orang yang pernah menggunakan layanan PT EMKA Architect dan pengguna media sosial facebook dan Instagram.

D. Data dan jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti pada variabel minat untuk tujuan khusus penelitian (Sekaran,

2013:113). Pada penelitian ini data primer yang dikumpulkan diperoleh melalui survei hasil kuisioner yang disebarkan kepada konsumen.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Menurut Sekaran (2017) kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang berbentuk daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden. Dalam melaksanakan metode ini, peneliti akan terjun langsung guna mendapatkan data yang diperlukan karena metode ini memerlukan kontak antara peneliti dengan responden.

Penilaian dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menggunakan *skala likert*. Skala likert di desain untuk menelaah seberapa kuat subyek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan (Sekaran, 2017). Penentuan nilai dari setiap jawabannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel Bobot kriteria jawaban skala likert

Keterangan	Arti	Angka
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2013.

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Jumlah Pertanyaan/ Pernyataan
1.	Promosi Facebook	a) Pengguna Jasa PT emka b) Informasi Jasa PT emka c) Follower Jasa PT emka d) Pengguna facebook.	1,2,3,4
	Promosi Instagram	a) Penawaran b) Pengguna Instagram c) Follower PT emka d) Promosi	5,6,7,8
2.	Trust	a) Kepedulian b) Kepercayaan c) Kejujuran d) Layanan e) Kompeten f) Tidak bersikap oportunistik	9,10, 11,12, 13,14,
3.	Keputusan Pembelian	a) Pemenuhan Kebutuhan b) Harapan c) Kemudahan layanan d) Pengalaman e) Pencarian Informasi f) Rekomendasi g) Harga	15,16, 17,18, 19,20.

E. Uji Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menjelaskan mengenai keseluruhan data variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu promosi sebagai variabel independen, *Trust* sebagai variabel mediasi, dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

F. Uji Instrumen

1. Uji Validitas (*Validity Test*)

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika kuesioner yang digunakan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation*, yaitu pengujian validitas dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dikatakan valid, jika tingkat signifikansinya berada di atas 0,05 (Ghozali, 2012:52).

2. Uji Reliabilitas (*Reliability Test*)

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.05 (Bawono, Anton, 2006).

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji *Multikolinieritas*

Uji Multikolinieritas adalah situasi di mana terdapat korelasi variabel-variabel bebas di antara satu dengan yang lainnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam suatu model

regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. VIF menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinearitas (**Bawono, 2006**).

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara residual periode t dengan residual pada periode $t-1$ (periode sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka ada masalah autokorelasi. Autokorelasi terjadi karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain (Ghozali, 2013). Menurut Danang Sunyoto (2013) salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$).
- b. Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW berada di antara -2 dan $+2$ atau $-2 < DW < +2$.
- c. Terjadi autokorelasi negatif jika DW di atas $+2$ atau $DW > +2$.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal

atau mendekati normal (Ghozali, 2013). Untuk menguji normalitas dapat menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov Test*. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai probabilitas (Sig.) $> 0,05$, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau observasi ke observasi yang lain. Jika varian residual satu observasi ke observasi lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali, 2013). Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan uji *Glejser* yaitu dengan meregresikan nilai *absolute residual* dengan variabel independennya. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansinya terhadap alpha (α) 5%. Jika nilai signifikansinya lebih besar dari alpha (α), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

H. Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program olah data IBM Statistic. Data yang telah didapat merupakan data kuantitatif. Data akan dilakukan proses tabulasi ke dalam *microsoft excel* dan di *import* ke dalam IBM Statistic. Data yang

diperoleh dinyatakan dalam bentuk angka, agar mudah diaplikasikan ke dalam olah data IBM *Statistic Version 20*.

I. Teknik Analisis Data

Penelitian ini ditujukan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh promosi melalui facebook dan instagram terhadap keputusan pembelian dengan *Trust* sebagai variabel mediasi. Pada penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hipotesis 1 (H_1), hipotesis 2 (H_2), hipotesis 3 (H_3), hipotesis 4 (H_4), dan hipotesis 5 (H_5) diuji menggunakan analisis jalur. Alat analisis jalur (*path analysis*) ini digunakan karena di dalam penelitian ini terdapat variabel mediasi. Berikut penjelasan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Melakukan regresi persamaan pertama, yaitu antara variabel independen dengan variabel intervening atau $Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$
2. Melakukan regresi persamaan kedua, yaitu antara variabel independen, dan variabel intervening terhadap variabel dependen atau $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \varepsilon$
3. Melakukan uji mediasi dengan ketentuan mediasi diterima jika,
 - a. Signifikansi $> Level\ of\ Significant = 0,05$, maka H_a ditolak, artinya variabel mediasi tidak mampu memediasi kuat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- b. Signifikansi $< Level\ of\ Significant = 0,05$, maka H_a diterima, artinya variabel mediasi mampu memediasi kuat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

J. Uji F

Apabila nilai F-hitung lebih besar daripada nilai F-tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Bila **signifikansi** $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila **signifikansi** $\geq 0,05$, maka H_0 diterima, artinya secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

K. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 0,05. Dasar pengambilan keputusan uji t-hitung adalah sebagai berikut:

1. Bila **signifikansi** $> Level\ of\ Significant = 0,05$, maka H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Bila signifikansi $< Level\ of\ Significant = 0,05$, maka H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

L. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil mempunyai arti bahwa variasi variabel dependen sangat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati 1 mempunyai arti bahwa variabel-variabel independen sudah dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen