

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Definisi konsep

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian sebagai proses memilih di antara berbagai alternatif produk dan merek yang tersedia serta melakukan pembelian produk atau layanan yang paling cocok dengan kebutuhan dan preferensi konsumen (Kotler & Keller, 2021).

2. Minat Beli

Minat beli adalah keinginan atau niat untuk membeli produk atau jasa tertentu dalam waktu dekat (Kotler & Keller, 2021).

3. *Korean wave*

Korean wave merupakan proses di mana budaya Korea Selatan dan produk budayanya diperkenalkan, diterima, dan dipengaruhi secara global melalui media massa dan teknologi informasi, dan diadopsi oleh konsumen budaya di seluruh dunia (Park dkk, 2022).

4. Citra Merek

Citra merek adalah citra atau persepsi konsumen terhadap sebuah merek atau *brand* (Kotler & Keller, 2021).

B. Definisi Operasional

1. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2019) indikator pengukuran dari keputusan pembelian yaitu:

- a. Pemilihan produk
- b. Pemilihan merek
- c. Pemilihan penyaluran
- d. Jumlah pembelian
- e. Waktu pembelian
- f. Metode pembayaran

2. Minat Beli

Menurut Kotler & Keller (2020) indikator pengukuran dari minat beli konsumen yaitu:

- a. Pertimbangan pembelian
- b. Niat pembelian
- c. Tingkat keyakinan pembelian
- d. Tingkat persetujuan merek
- e. Reaksi emosional terhadap merek, persepsi kualitas merek
- f. Kepuasan pelanggan

3. *Korean wave*

Menurut Park dkk (2022), Indikator pengukuran dari *Korean wave* yaitu:

- a. Tingkat pengenalan
- b. Tingkat penerimaan
- c. Tingkat pengaruh
- d. Tingkat adopsi.

4. Citra Merek

Menurut Kotler & Keller (2020), Indikator pengukuran dari citra merek yaitu:

- a. Keunggulan asosiasi merek (*brand association*)
- b. Kekuatan asosiasi merek (*brand strength*)
- c. Keunikan asosiasi merek (*brand uniqueness*)

C. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ialah bersifat kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang dilakukan dengan mengolah data yang bersifat kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021) metode penelitian kuantitatif bisa diartikan menjadi metode penelitian yang berlandaskan di filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti di populasi atau sampel tertentu.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2021) sumber data dibagi menjadi dua bagian yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, yang artinya sumber data ini langsung memberikan data kepada peneliti. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka berupa literatur jurnal peneliti terdahulu sebagai acuan serta pendukung hasil penelitian, yang artinya peneliti tidak langsung menerima dari sumber data.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh obyek atau subyek yang diteliti serta selanjutnya ditarik kesimpulan, yang peneliti telah menetapkan kualitas serta karakteristik tertentu (Sugiyono, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen BunJu Café & Mart. Populasi dalam penelitian ini bersifat *infinite population* (populasi tak terhingga) karena jumlahnya besar/tak hingga/tidak diketahui.

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Nonprobability sampling*. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan *purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2021). Menurut Kotler dan Keller (2020), data yang dikumpulkan lebih akurat dan relevan jika didapatkan dari konsumen yang baru saja melakukan pembelian. Ini karena keputusan yang diambil baru-baru ini lebih mencerminkan kondisi pasar dan lingkungan saat ini, dibandingkan dengan pembelian lama yang mungkin dipengaruhi oleh perubahan tren atau kebutuhan. Oleh sebab itu, penulis memutuskan bahwa kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian dalam rentang waktu 6 bulan terakhir.

Menurut Hair dkk, (2010) jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah : $\text{Sampel} = \text{jumlah indikator} \times 5 = 19 \times 5 = 95$ Sehingga

jumlah sampel minimum sebesar 95 orang (6 indikator keputusan pembelian, 6 indikator minat beli, 4 indikator *Korean wave*, dan 3 indikator citra merek).

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Pengumpulan data yang diperoleh dari teori-teori yang berasal dari penelitian terdahulu maupun jurnal ilmiah yang berkaitan dengan pokok bahasan.

2. Kuesioner (angket)

Pengambilan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini artinya sumber data utama. sumber berasal utama yaitu langsung mengumpulkan data melalui orang lain atau lewat dokumen. Teknik yang dipergunakan dalam riset ini yaitu memakai survey (angket) yang dilaksanakan dengan memberikan seperangkat pernyataan tertulis pada responden (Sugiyono, 2021).

Skala pengukuran dalam riset ini ialah menggunakan Likert. Skala Likert dibutuhkan sebagai pengukur sikap, pendapat, dan persepsi serangkaian orang mengenai fenomena sosial. Instrumen penelitian ini menggunakan skala likert dengan beberapa pilihan antara lain:

“Sangat Setuju (SS)”	: 5
“Setuju (S)”	: 4
“Netral (N)”	: 3

“Tidak Setuju (TS)”	: 2
“Sangat Tidak Setuju (STS)”	: 1

G. Uji Instrumen Dasar

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti indera ukur yang digunakan untuk menerima data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen (kuisisioner) tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Tinggi-rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana instrumen mempunyai validitas yang tinggi juga (Sugiyono, 2021). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*) dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid (Sugiyono, 2021).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama. Instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut mampu menghasilkan data yang sama pada pengukuran berulang (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian

ini, reliabilitas diuji menggunakan koefisien *Cronbach's alpha* pada setiap item pertanyaan di dalam satu variabel. Sebuah instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$ (Sugiyono, 2021).

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data berdistribusi normal. Dalam regresi yang baik, distribusi data harus normal atau mendekati normal, ditandai dengan kurva distribusi yang tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan perangkat lunak SPSS, dengan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria pengujiannya adalah jika nilai probabilitas (sig) lebih dari 0,05, data dianggap berdistribusi normal, sedangkan jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, data dianggap tidak berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolenieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau bebas. Menurut Ghozali (2018), tujuan uji multikolinearitas yaitu untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Regresi yang baik mempunyai model yang didalamnya tidak terjadi

kolerasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dicermati dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai tolerance $> 0,01$ dan $VIF < 10$, berarti tidak terdapat multikolonieritas. Jika nilai *tolerance* $< 0,01$ dan $VIF > 10$ maka terdapat multikolonieritas pada data.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat perbedaan *variance* pada residual di antara pengamatan. Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik adalah yang tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Terdapat berbagai metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas, salah satunya adalah uji *Glejser*. Gujarati, sebagaimana dikutip dalam Ghozali (2018), menyatakan bahwa dalam uji *Glejser*, residual diregresikan terhadap variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

H. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2018) mengatakan bahwa uji t dipergunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

I. Metode Analisis

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dan uji Sobel. Ghozali (2018) menjelaskan bahwa analisis jalur adalah pengembangan dari analisis regresi yang bertujuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel yang telah ditentukan berdasarkan teori. Menurut Ghozali (2018), langkah-langkah dalam analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Melakukan regresi persamaan pertama, yaitu antara variabel independen dengan variabel intervening.

$$Z = P_{zx1}X1 + P_{zx2}X2 + \epsilon_1$$

Keterangan:

Z = Variabel dependen minat beli

X1 = Variabel independen *Korean wave*

X2 = Variabel independen citra merek

P_{zx1} = Koefisien jalur X1 ke Z

P_{zx2} = Koefisien jalur X2 ke Z

ϵ_1 = Koefisien jalur variabel error 2

2. Melakukan regresi persamaan kedua, yaitu antara variabel independen, dan variabel intervening terhadap variabel dependen.

$$Y = P_{yx1}X1 + P_{yx2}X2 + P_{yx3}Z + \epsilon_1$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen keputusan pembelian

X1 = Variabel independen *Korean wave*

X2 = Variabel independen citra merek

Z = Variabel *intervening* minat beli

P_{yx1} = Koefisien jalur X1 ke Y

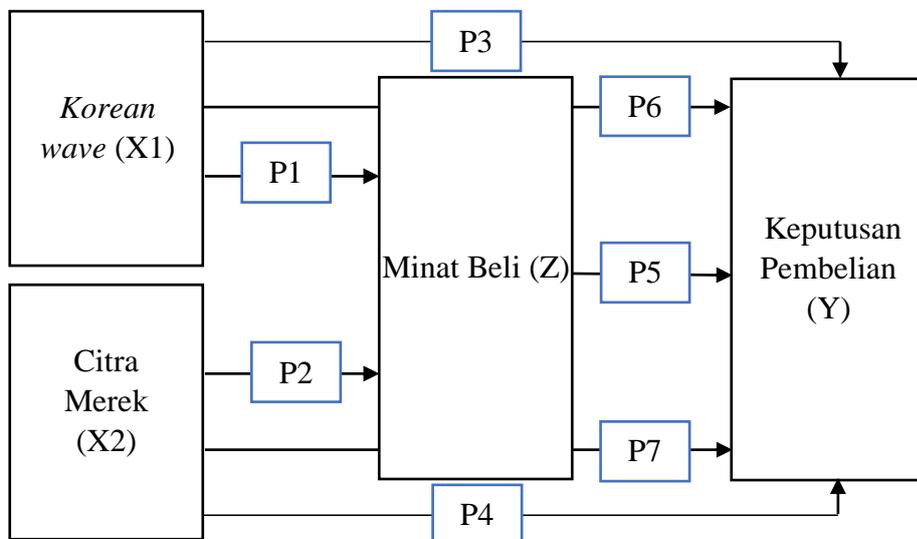
P_{yx2} = Koefisien jalur X2 ke Y

P_{yx3} = Koefisien jalur Z ke Y

e_2 = Koefisien jalur variabel error 2

3. Melaksanakan uji mediasi dengan menggunakan metode Sobel dan analisis jalur.
 - a. Kriteria untuk uji Sobel menyatakan bahwa mediasi dianggap signifikan jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, serta nilai signifikansi kurang dari 0,05.
 - b. Dalam analisis jalur, mediasi diterima jika pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung.

Gambar 3.1 Jalur Analisis



Berdasarkan pada gambar 4.1 model diagram analisis jalur (*path analysis*) dimana setiap nilai p dalam model analisis jalur menggambarkan jalur dan koefisien jalur.

1. P_1 = Pengaruh langsung X_1 terhadap Z
2. P_2 = Pengaruh langsung X_2 terhadap Z
3. P_3 = Pengaruh langsung X_1 terhadap Y
4. P_4 = Pengaruh langsung X_2 terhadap Y
5. P_5 = Pengaruh langsung Z terhadap Y
6. P_6 = Pengaruh tidak langsung X_1 terhadap $Y = P_1 \times P_5$
7. P_7 = Pengaruh tidak langsung X_2 terhadap $Y = P_2 \times P_5$