

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang ditanyakan dalam angka dan analisis dengan teknik statistik. Menurut (Sugiyono, 2019: 16). Dengan menggunakan penelitian kuantitatif diharapkan peneliti mendapatkan data yang akurat berdasarkan fenomena yang empiris dan dapat diukur. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan asosiatif, yaitu suatu metode penelitian yang berusaha menggambarkan suatu fenomena atau gejala yang terjadi dalam keadaan nyata pada waktu penelitian dilakukan. Metode asosiatif merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara variable independen (Variabel bebas) yaitu *Social media marketing (X1)*, *electronic word of mouth (X2)* dan *Store atmosphere (Y)* dengan variable dependen (variable terikat) keputusan pembelian (Z).

#### **3.2 Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang sumbernya berasal dari data yang dikumpul dan berhubungan langsung dengan penelitian yang dilaksanakan meliputi data wawancara.

##### **2. Data sekunder**

Data sekunder merupakan data yang sumbernya berasal dari perusahaan yang bersangkutan seperti absensi karyawan serta dokumentasi. Adapun data eksternal yang berasal dari jurnal-jurnal, maupun penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya (Sugiyono, 2019: 194).

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2019: 194) ' penelitian bisnis ada beberapa teknik yang digunakan untuk mengur 34 data, penggunaan masing-masing teknik disesuaikan dengan kebutuhan yang ada, dalam hal ini peneliti memilih Kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada responden atau karyawan Vill Garden Bandar Lampung. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala likert, jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu :

**Table 3.1**  
**Skala Pengukuran**

|     |                     |   |
|-----|---------------------|---|
| SS  | Sangat Setuju       | 5 |
| S   | Setuju              | 4 |
| N   | Netral              | 3 |
| TS  | Tidak Setuju        | 2 |
| STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |

*Sumber : Suliyanto (2018)*

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018) populasi adalah keseluruhan elemen yang hendak diduga karakteristiknya yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penjelasan tersebut maka yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang melakukan pembelian secara langsung ke Vill Garden Bandar Lampung yang jumlahnya tidak diketahui.

#### 3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan *non probability sampling*. Dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*, adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2018: 85). Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2018: 85). Penentuan jumlah sampel minimum dihitung berdasarkan rumus berikut (Hair et al, 2020):

$$N = \{5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\}$$

$$N = 6 \times 17 = 102 \text{ responden}$$

Dari perhitungan di atas, maka di peroleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 102 responden

### 3.5 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehari diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

### 3.5.1 Variabel Independen

Variable (X) atau Independen (bebas) adalah variable yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah *Social media marketing (X1)*, *Electronic word of mouth (X2)*

### 3.5.2 Variabel moderating

*Variabel moderating* yaitu variable yang memperkuat atau melemahkan hubungan tersebut *Store atmosphere (Z)*

### 3.5.3 Variabel Dependen

Variabel (Y) atau Dependen (terikat) adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable bebas, dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

## 3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan variable yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional dan praktis secara nyata dalam lingkup objek yang diteliti bertujuan untuk menjelaskan makna variable tersebut.

**Table 3.2**

**Definisi Operasional Variabel**

| Variable                           | Definisi Konseptual  | Definisi Operasional   | Indikator  | Skala  |
|------------------------------------|--|--|--|--------|
| <i>Social Media Marketing (X1)</i> | <i>Social media marketing</i> merupakan salah satu proses pemasaran secara digital dengan menggunakan jaringan yang bertujuan untuk menawarkan dan mengenalkan produk ataupun jasa kepada orang banyak guna menarik perhatian dan minat mereka akan produk atau jasa yang dipasarkan | Social Media Marketing merupakan bentuk pemasaran yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung oleh Vill Garden Bandar Lampung | a. Konten<br>b. Penyebaran konten<br>c. Koneksi<br>d. Komunitas<br><br>(Mason., dkk, 2021) | Likert |

|                                      |  |  |   |        |
|--------------------------------------|--|--|---|--------|
| <i>Electronic Word Of Mouth (X2)</i> | <i>Word of mouth</i> merupakan salah satu strategi promosi melalui panca indera. Bentuk promosi ini dilakukan dari mulut ke mulut terhadap produk yang sudah dilakukan transaksi jual beli.  | Informasi negative atau positif tentang suatu produk atau merek yang diciptakan oleh konsumen aktual, potensial, atau konsumen sebelumnya mengenai produk Vill Garden Bandar Lampung | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Konsumen memperoleh informasi tentang perusahaan</li> <li>b. Konsumen tertarik untuk membeli produk</li> <li>c. Konsumen mendapatkan rekomendasi dari orang lain (Putra, 2022)</li> </ul> | Likert |
| <i>Store atmosphere (Y)</i>          | Atmosphere berhubungan dengan bagaimana para manajer dapat memanipulasi desain bangunan, ruang interior, tata ruang lorong-lorong, tekstur karpet dan dinding, aroma, warna, bentuk, dan suara yang dialami para pelanggan yang semuanya bertujuan untuk mencapai pengaruh tertentu. Bahkan susunan barang-barang, jenis pameran/ pertunjukan, dan pose para boneka dapat mempengaruhi persepsi konsumen atas suasana toko (Mowen & Minor, 2002) | Desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian di Vill Garden Bandar Lampung  | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Musik</li> <li>b. Warna</li> <li>c. Aroma</li> <li>d. Tata letak</li> <li>e. Pencahayaan,</li> </ul>  | Likert |
| Keputusan Pembelian (Z)              | Keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan seseorang dalam memecahkan suatu masalah terhadap produk yang akan dilakukan transaksi jual beli.  | Tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk Vill Garden Bandar Lampung   | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengenalan kebutuhan</li> <li>b. Pencarian informasi</li> <li>c. Evaluasi alternatif</li> <li>d. Keputusan membeli</li> <li>e. Perilaku pasca pembelian (Solihin, 2020)</li> </ul>        | Likert |

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2018) instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Kriteria Pengujian :

1. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima  
Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak
2. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program PLS.
3. Penjelasan dan kesimpulan.

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2018) uji realibitas adalah uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki realibitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut baik maka dapat diandalkan, walaupun digunkan berkali-kali dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer.

### 3.8 Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian. *Structural Equation Model* (SEM) adalah salah satu bidang kajian statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan yang relatif sulit terukur secara bersamaan. Menurut Santoso (2014) SEM adalah teknik analisis multivariate yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstruknya, ataupun hubungan antar konstruk.

Menurut Latan dan Ghazali (2012), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis *covariance* menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. Namun ada perbedaan antara SEM berbasis *covariance based* dengan *component based* PLS adalah dalam penggunaan model persamaan struktural untuk menguji teori atau pengembangan teori untuk tujuan prediksi.

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik PLS yang dilakukan dengan dua tahap, yaitu:

1. Tahap pertama adalah melakukan uji measurement model, yaitu menguji validitas dan reliabilitas konstruk dari masing-masing indikator.
2. Tahap kedua adalah melakukan uji structural model yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel/korelasi antara konstruk konstruk yang diukur dengan menggunakan uji t dari PLS itu sendiri.

### 3.5.1 *Structural (Inner) Model*

Tujuan dari uji structural model adalah melihat korelasi antara konstruk yang diukur yang merupakan uji t dari partial least square itu sendiri. Structural atau inner model dapat diukur dengan melihat nilai R-Square model yang menunjukkan seberapa besar pengaruh antar variabel dalam model. Kemudian langkah selanjutnya adalah estimasi koefisien jalur yang merupakan nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural yang diperoleh dengan prosedur bootstrapping dengan nilai yang dianggap signifikan jika nilai t statistik lebih besar dari 1,96 (significance level 5%) atau lebih besar dari 1,65 (significance level 10%) untuk masing-masing hubungan jalurnya.

### 3.5.2 Alasan Menggunakan *Partial Least Square (PLS)*

PLS merupakan metode analisis yang powerful karena tidak didasarkan pada banyak asumsi (Wold, 1985). Data tidak harus terdistribusi normal multivariat

(indikator dengan skala teori, ordinal, interval sampai ratio digunakan pada model yang sama), dan sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antara variabel laten. Karena lebih menitikberatkan pada data dan dengan prosedur estimasi yang terbatas, maka misspesifikasi model tidak begitu berpengaruh terhadap estimasi parameter. PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan indikator formatif, dan hal ini tidak mungkin dijalankan dalam covarian based SEM karena akan terjadi unidentified model (Latan dan Ghozali ,2012). Berikut adalah beberapa alasan penggunaan PLS pada penelitian ini:

1. Algoritma PLS tidak terbatas hanya untuk hubungan antara indikator dengan konstruk latennya yang bersifat reflektif saja, tetapi algoritma PLS juga dipakai untuk hubungan yang bersifat formatif.
2. PLS dapat digunakan untuk menaksir model path
3. PLS dapat digunakan untuk model yang sangat kompleks yaitu terdiri dari banyak variabel laten dan manifest tanpa mengalami masalah dalam estimasi data.
4. PLS dapat digunakan ketika distribusi data sangat miring atau tidak tersebar diseluruh nilai rata-ratanya.
5. PLS dapat digunakan untuk menghitung variabel moderator secara langsung, karena penelitian ini sendiri terdiri dari 1 variabel moderator.