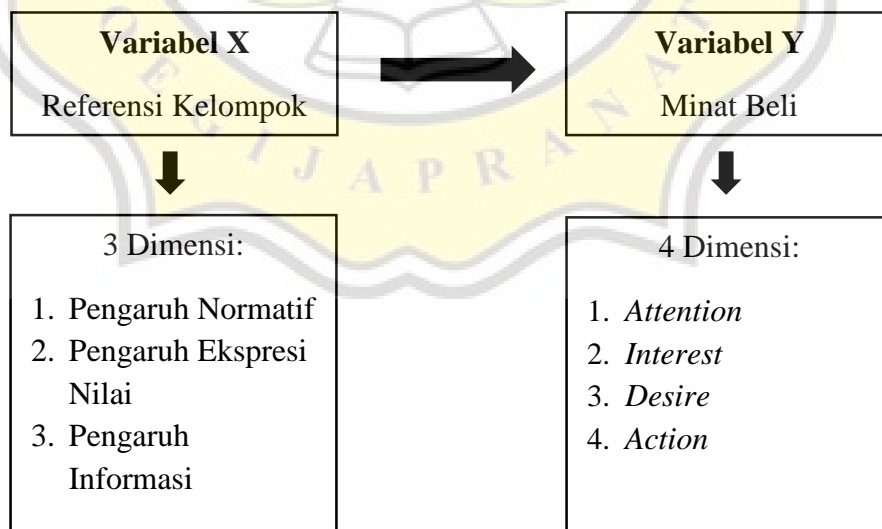


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir sendiri merupakan persatuan tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan (Sugiyono, 2019: 96). Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah referensi kelompok dan minat beli. Dimensi dari variabel x referensi kelompok ada 3, yaitu pengaruh normatif, pengaruh ekspresi nilai, dan pengaruh informasi (Sumarwan, 2017: 307). Sedangkan dimensi dari variabel Y minat beli ada *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* (Rizky & Yasin, 2014: 141). Kerangka berpikir yang dibentuk dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir

Sumber: Sumarwan (2017: 397), Rizky & Yasin (2014: 141)

3.2 Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian akan dilakukan secara kuantitatif, dengan metode penelitian survei. Metode ini adalah metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lalu atau sekarang, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan (Sugiyono, 2019: 57).

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini tidak lain adalah anggota komunitas virtual *Indonesia Mechanical Keyboard Group* yang ada di Facebook. Berdasarkan data di grup, terdapat 69.696 orang yang tergabung di grup ini. (Pada 18 Agustus 2022, pukul 20.00 WIB). Sampel penelitian akan diambil dari beberapa anggota aktif yang ditentukan melalui teknik *sampling*.

Teknik *sampling* yang akan digunakan adalah *Probability Sampling*. Teknik adalah teknik yang mengambil sampel dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dijadikan anggota sampel (Sugiyono, 2019: 129). *Simple random sampling* akan digunakan di penelitian ini. Jenis *sampling* ini adalah teknik pengambilan sampel paling sederhana, pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak

tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2019: 129).

Ketika populasi sudah diketahui, rumus yang digunakan untuk menentukan sampel adalah rumus yang dikembangkan oleh Yamane. (Sugiyono, 2019: 137).

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error)

$$n = \frac{69.696}{1 + 69.696 (0.1)^2} = 99.99$$

Sehingga sampel yang didapatkan dari rumus di atas adalah 99.99 dan dibulatkan menjadi 100 orang.

3.4 Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel X: Kelompok Referensi (Sumarwan, 2017: 307)	Pengaruh Normatif	- Konsumen akan mengikuti topik yang dominan dilakukan anggota komunitas.	<i>Likert</i>

		- Mechanical keyboard menjadi kewajiban untuk dimiliki dalam komunitas ini.	
	Pengaruh Ekspresi Nilai	- Barang mewah memberikan pandangan akan dihargai dan dapat meningkatkan citra dirinya.	<i>Likert</i>
	Pengaruh Informasi	- Mempercayai saran dari komunitas dalam menentukan pembelian.	<i>Likert</i>
Variabel Y: Minat Beli (Rizky & Yasin, 2014: 141)	<i>Attention</i>	- Kegiatan berkomunitas virtual membuat barang diperhatikan	<i>Likert</i>

		oleh calon konsumen.	
	<i>Interest</i>	- Ketertarikan muncul dengan membuat konsumen mencari informasi lebih mengenai produk itu di komunitas virtual.	<i>Likert</i>
	<i>Desire</i>	- Keinginan timbul dari informasi-informasi yang sudah digali oleh calon konsumen di komunitas virtual ini.	<i>Likert</i>
	<i>Action</i>	- Melakukan pembelian produk.	<i>Likert</i>

Sumber: Sumarwan (2017: 307), Rizky & Yasin (2014: 141)

3.5 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang bersumber langsung memberikan

data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan data yang bersumber tidak langsung, bisa melalui perantara media, atau dokumentasi (Sugiyono, 2019: 194). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari jawaban responden dari hasil kuesioner, dan data sekunder akan bersumber dari dokumentasi grup Facebook Indonesia Mechanical Keyboard.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data akan dilakukan dengan cara kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan cara memberikan kumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner akan menjadi teknik yang efisien karena variabel akan diukur dan tahu apa yang diharapkan responden dalam mengisinya. Teknik pengumpulan data ini cocok dengan populasi peneliti karena responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas (Sugiyono, 2019: 199).

Alat pengukuran dalam mengumpulkan data kuesioner yang digunakan adalah skala *Likert*. Dalam skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut akan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2019: 146).

Jawaban instrumen dengan skala *Likert* mempunyai gradasi yang berupa kata-kata antara lain:

- a. Sangat setuju Skor : 4

- | | |
|------------------|----------|
| b. Setuju | Skor : 3 |
| c. Kurang setuju | Skor : 2 |
| d. Tidak setuju | Skor : 1 |

3.7 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang berbentuk pernyataan dari rumusan masalah penelitian yang dilakukan. Kenapa sementara, karena jawaban masih didasarkan dari teori-teori yang ada, belum berdasarkan fakta-fakta yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Hipotesis penelitian ini adalah:

H_0 : Kelompok referensi tidak berpengaruh terhadap minat beli komunitas virtual *mechanical keyboard*.

H_a : Kelompok referensi berpengaruh terhadap minat beli komunitas virtual *mechanical keyboard*.

Hipotesis diuji menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel (Meiryani, 2021).

3.8 Uji Validitas

Uji validitas ini merupakan patokan ketepatan antar data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang ada pada laporan nantinya. Data yang valid merupakan data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan dan data yang di dapatkan di lapangan (Sugiyono, 2019: 361).

3.9 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berisi mengenai derajat konsistensi dan stabilitas suatu data yang akan dicari. Data dinyatakan reliabel jika peneliti mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian pada objek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Data yang cenderung konsisten akan lebih terlihat valid, walaupun belum tentu valid, responden yang berbohong secara konsisten akan terlihat valid, walaupun sebenarnya tidak valid (Sugiyono, 2019: 362).

3.10 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji korelasi *product moment*, dan analisis regresi linier sederhana untuk mencari bagaimana pengaruh variabel kelompok referensi (X) terhadap variabel minat beli (Y) komunitas virtual *mechanical keyboard*.

Uji korelasi *product moment* digunakan untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen dengan satu dependen (Sugiyono, 2019: 212). Nilai korelasi dapat diukur seberapa besar tingkat hubungan di antara kedua variabel seperti tabel berikut:

Tabel 3. 2 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang

0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2019:248)

Sedangkan analisis regresi linier digunakan untuk mencari arah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) apakah positif atau negatif untuk memprediksi nilai variabel independen dinaikan atau diturunkan nilainya (Sugiyono, 2019: 213)

Rumus dari regresi linier sederhana seperti dibawah ini.

$$Y = a + b.X$$

Y = Minat Beli

X = Kelompok Referensi

b = Koefisien

a = Konstanta

