

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan sebagai penelitian kuantitatif, di mana sebagian besar data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk numerik.<sup>49</sup> Sugiyono mengatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah Pendekatan penelitian positivis digunakan untuk mengukur dan memeriksa secara empiris populasi atau sampel tertentu. Metode ini dipilih karena mampu memberikan hasil yang objektif, terukur, dan dapat dianalisis secara statistik, sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan serta menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasikan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Pendekatan kausalitas dipilih karena penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menguji seberapa besar pengaruh antar variabel secara lebih mendalam, terarah, serta sesuai dengan rumusan masalah dan hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, pendekatan kausalitas digunakan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian merchandise idol K-pop pada konsumen group order Mooniverse. Untuk melakukan analisis ini, penulis dibantu menggunakan alat SPSS.

---

<sup>49</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 7.

## B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara daring melalui kuesioner yang disebarakan kepada para konsumen yang tergabung dalam *group order* Mooniverse. Data yang dikumpulkan menggunakan platform kuesioner online.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Populasi tidak hanya terbatas pada manusia sebagai responden, tetapi juga dapat berupa benda, peristiwa, maupun fenomena yang menjadi fokus kajian. Penentuan populasi sangat penting karena menjadi dasar dalam pengambilan sampel serta menentukan ruang lingkup generalisasi hasil penelitian.<sup>50</sup> Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh pelanggan yang tergabung dalam *group order* mooniverse yaitu sebanyak 307 konsumen.<sup>51</sup>

### 2. Sampel

Menurut Sugiyono, Sampel adalah sebagian dari keseluruhan ukuran dan komposisi populasi. Penelitian ini menerapkan *simple random sampling*, yaitu metode pemilihan acak dari populasi tanpa mempertimbangkan strata tertentu. Teknik ini memberikan kesempatan

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 80.

<sup>51</sup> Data Diperoleh Dari Observasi Peneliti Pada Group Whatsapp GO Mooniverse, Diakses Pada 20 Oktober 2025.

yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, sehingga dapat meminimalkan bias dalam pemilihan responden.<sup>52</sup>

Penggunaan teknik *simple random sampling* dalam penelitian ini dinilai sesuai karena seluruh responden yang menjadi populasi merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian merchandise di GO Mooniverse, baik pembelian satu kali maupun lebih dari satu kali. Dengan demikian, seluruh responden dianggap telah memiliki pengalaman transaksi dan mampu memberikan penilaian terkait kepuasan serta kepercayaan konsumen terhadap GO Mooniverse. Konsumen yang baru pertama kali melakukan pembelian juga tetap dapat menilai kepuasan dan kepercayaan berdasarkan pengalaman transaksi yang telah dilakukan, seperti kualitas pelayanan, transparansi informasi, komunikasi admin, serta kesesuaian produk yang diterima.

Dengan demikian, jumlah sampel yang diambil sebanyak 167 dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% dari tabel Isaac dan Michael. Tingkat kesalahan 5% digunakan karena merupakan standar umum dalam penelitian kuantitatif dengan tingkat kepercayaan 95%, sehingga hasil penelitian dianggap cukup akurat, efisien, dan dapat mewakili populasi. Selain itu, penggunaan tingkat kesalahan ini mampu menjaga keseimbangan antara akurasi hasil penelitian dan efisiensi dalam pengambilan sampel, serta masih berada dalam batas toleransi kesalahan yang dapat diterima secara ilmiah.

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 80.

## **D. Variabel Penelitian**

### **1. Variabel Independen**

Variabel yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen dikenal sebagai variabel bebas atau independen. Dalam studi ini, variabel bebas meliputi kepuasan konsumen dan kepercayaan.<sup>53</sup>

### **2. Variabel Dependen**

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen disebut variabel dependen. Keputusan pembelian merupakan variabel terikat yang diteliti dalam penelitian ini.<sup>54</sup>

## **E. Definisi Operasional**

### **1. Variabel Bebas ( $X_1 = \text{Kepuasan}$ , $X_2 = \text{Kepercayaan Konsumen}$ )**

Menurut Tjiptono, ketika konsumen meyakini kebutuhan dan keinginan mereka telah terpenuhi secara baik dan sesuai dengan harapan mereka itulah yang disebut kepuasan pelanggan. Terdapat tiga indikator dalam kepuasan yaitu kesesuaian harapan, pembelian ulang, dan kesediaan merekomendasikan.<sup>55</sup>

Menurut Kotler dan Keller, kepercayaan merupakan kesediaan perusahaan bergantung pada mitra bisnis didasarkan pada kompetensi, kejujuran, dan integritas dalam hubungan antarorganisasi. Kepercayaan memiliki empat indikator, yaitu kemampuan, kebaikan hati, integritas,

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 39.

<sup>54</sup> Ibid.

<sup>55</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran Kepuasan Dan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 92.

dan kesediaan bergantung penjual.<sup>56</sup>

**Tabel 3. 1**

**Jabaran Variabel (X<sub>1</sub>)**

Variabel	Indikator	Deskripsi
Kepuasan (X <sub>1</sub> )	Kesesuaian harapan	Mengukur tingkat kepuasan konsumen apakah layanan group order sesuai dengan yang diharapkan.
	Pembelian ulang	Kesediaan konsumen untuk membeli ulang di masa mendatang.
	Kesediaan merekomendasikan	Kecenderungan pelanggan untuk memberi tahu teman dan keluarga tentang suatu layanan group order.

Sumber: Tjiptono<sup>57</sup>

**Tabel 3. 2**

**Jabaran Variabel (X<sub>2</sub>)**

Variabel	Indikator	Deskripsi
Kepercayaan	Kemampuan ( <i>ability</i> )	Kompetensi penjual mencakup kemampuan dalam menyediakan layanan, melayani pelanggan, serta menjaga keamanan transaksi.
	Kebaikan hati	Penjual harus dapat memberikan manfaat

<sup>56</sup> Dasser, Dotulong, and Loindong, "Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Oleh Konsumen Desa Tateli Satu Yang Dimediasi Oleh Trust" *Jurnal EMBA 12*, no. 03 (2024): 403.

<sup>57</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran Kepuasan Dan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 92.

Konsumen (X <sub>2</sub> )	( <i>benevolence</i> )	bagi pelanggan dan diri mereka sendiri.
	Integritas ( <i>Integrity</i> )	Perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan kegiatan bisnis juga menjadi aspek penting.
	Kesediaan bergantung	Kesediaan untuk bergantung kepada penjual atau disebut <i>willingness to depend</i> .

Sumber: Kotler dan Keller<sup>58</sup>

## 2. Variabel Terikat (Y = Keputusan Pembelian)

Kotler dan Keller menyatakan sebelum melakukan pembelian, konsumen akan melewati lima proses tahap pengambilan keputusan yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif yang dapat menyelesaikan masalah, keputusan pembelian, sampai dengan perilaku pasca pembelian.<sup>59</sup>

**Tabel 3. 3**

### Jabaran Variabel (Y)

Variabel	Indikator	Deskripsi
	Pengenalan masalah	Konsumen menyadari kebutuhan atau keinginan untuk membeli suatu produk sehingga memicu dimulainya proses pembelian.

<sup>58</sup> Dasser, Dotulong, and Loindong, "Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia Oleh Konsumen Desa Tateli Satu Yang Dimediasi Oleh Trust." *Jurnal Emba* 12, no. 03 (2024): 403.

<sup>59</sup> Kevin Lane Keller Philip Kotler, *Marketing Management*, 14th Edition, 14th ed. (New Jersey: Prentice Hall, 2012), 166.

Keputusan Pembelian (Y)	Pencarian informasi	Konsumen terdorong untuk mencari dan mengumpulkan informasi terkait produk, merek, harga, dan tempat pembelian guna memenuhi kebutuhan yang telah dikenali.
	Evaluasi alternatif	Konsumen membandingkan pilihan produk berdasarkan informasi yang dimiliki untuk menentukan alternatif yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi.
	Keputusan pembelian	Konsumen menetapkan keputusan akhir untuk melakukan pembelian.
	Perilaku pasca pembelian	Tingkat kepuasan konsumen setelah pembelian serta tindakan yang diambil.

Sumber: Kotler dan Keller<sup>60</sup>

## F. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data primer digunakan dalam metode pengumpulan data penelitian ini. Sugiyono mendefinisikan data primer sebagai informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber yang memberikan informasi.<sup>61</sup> Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada konsumen *group order* Mooniverse yang memenuhi kriteria penelitian.

<sup>60</sup> Ibid.

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 225.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan pertanyaan filter untuk menyaring responden agar hanya yang sesuai kriteria yang dapat melanjutkan pengisian kuesioner penelitian utama. Selain itu, peneliti mencantumkan nomor WhatsApp sebagai bentuk verifikasi untuk memastikan bahwa responden tergabung dalam group order Mooniverse.

### **G. Instrumen Penelitian**

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada konsumen *group order mooniverse* sebagai data primer. Kuesioner adalah instrumen berupa kumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden untuk memperoleh jawaban.<sup>62</sup> Dalam kuesioner penelitian ini disusun berdasarkan indikator dari variabel kepuasan, kepercayaan, dan keputusan pembelian. Setiap item pernyataan diukur menggunakan skala likert dengan lima tingkat penilaian. Dalam kuesioner juga disertakan pertanyaan filter untuk memastikan responden sesuai dengan kriteria penelitian serta menghindari pengisian berulang. Selain itu, kuesioner mencantumkan nomor WhatsApp responden sebagai bagian dari instrumen untuk mendukung proses verifikasi keanggotaan dalam group order Mooniverse.

### **H. Teknik Analisis Data**

#### **1. *Editing* (Pemeriksaan data)**

Proses penyuntingan atau pemeriksaan data ini bertujuan untuk

---

<sup>62</sup> Ibid., 142.

meningkatkan kualitas data dan menghilangkan keraguan mengenai validitasnya.<sup>63</sup> Pada tahap ini, peneliti memastikan bahwa seluruh item pernyataan telah dijawab oleh responden dengan lengkap dan sesuai. Kuesioner yang tidak lengkap atau responden yang tidak memenuhi kriteria (misalnya tidak lolos pertanyaan filter atau terindikasi mengisi lebih dari satu kali) akan dieliminasi sehingga data layak untuk dianalisis lebih lanjut.

## 2. *Coding* (Kode)

Setelah proses penyuntingan selesai, jawaban responden perlu dikodekan untuk memudahkan analisis data. Pengkodean ini dilakukan berdasarkan jenis pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.<sup>64</sup> Kode pada penelitian ini variabel kesatu kepuasan ( $X_1$ ), variabel kedua kepercayaan ( $X_2$ ), dan variabel ketiga keputusan pembelian ( $Y$ ). Selain itu, setiap jawaban responden pada kuesioner juga diberi kode numerik sesuai dengan skala yang digunakan. Proses *coding* ini bertujuan untuk mempermudah penginputan dan pengolahan data ke dalam program statistik seperti SPSS

## 3. *Scoring* (Skor)

Scoring yaitu memberikan penilaian berupa skor dalam penelitian untuk mengungkapkan pernyataan tentang tingkat setuju dan

---

<sup>63</sup> Suca Rusdian et al., *Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif)* (Garut: Aksara Global Akademia, 2023), 156.

<sup>64</sup> Ibid, 157.

tidak setuju terhadap lembar jawaban koesioner.<sup>65</sup> Skor ini digunakan untuk mengukur tingkat persepsi responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian, sehingga dapat diolah secara kuantitatif. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1
Tidak Setuju (TS)	: 2
Netral (N)	: 3
Setuju (S)	: 4
Sangat Setuju (SS)	: 5

#### 4. *Tabulating*

Tabulasi data merupakan proses pengolahan data dengan memasukkan informasi ke dalam tabel.<sup>66</sup> Data yang telah diberi kode dan skor kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel dan indikatornya, sehingga memudahkan peneliti dalam membaca distribusi jawaban responden.

#### 5. *Processing*

Pemrosesan data (processing) merupakan proses mengubah data mentah menjadi data yang bersih dan terstruktur melalui tahap input data, verifikasi, dan kompilasi, sehingga siap untuk dianalisis.<sup>67</sup> Pada

---

<sup>65</sup> and Rizqon Halal Syah Aji Benny Pasaribu, Aty Herawati, Kabul Wahyu Utomo, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022), 96.

<sup>66</sup> Rusdian et al., *Metodologi Kuantitatif & Kualitatif*, (Garut: Aksara Global Akademia, 2023), 159.

<sup>67</sup> Ibid., 160.

penelitian ini, pengolahan data dilakukan dengan bantuan software statistik, yaitu SPSS. Data yang telah ditabulasi kemudian diinput ke dalam SPSS dan dilakukan pengecekan ulang untuk memastikan tidak terjadi kesalahan input. Selanjutnya, data dianalisis melalui berbagai uji statistik, seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi untuk menguji hipotesis penelitian. Tahap ini bertujuan untuk menghasilkan data yang valid, akurat, dan dapat digunakan dalam penarikan kesimpulan.

## **I. Teknik Keabsahan Data**

### **1. Uji Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Pengujian validitas adalah untuk mengevaluasi tingkat validitas suatu instrumen penelitian. Instrumen yang memiliki validitas tinggi dapat mengukur konstruk penelitian secara tepat dan memberikan data yang representatif terhadap variabel yang dikaji, dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel pada taraf signifikansi 5% menggunakan indikator kriteria berikut:

- 1) Akan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.
- 2) Akan tidak valid, jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen

dapat diandalkan dan dipercaya sebagai alat pengumpulan data.<sup>68</sup>

Dengan menggunakan metode analisis *Croanbach Alpha* uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan ambang batas minimum 0,60. Kriteria uji reliabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai  $\alpha < 0,200$  reliabel sangat rendah.
- 2) Jika nilai  $\alpha$  0,200-0,399 reliabel rendah.
- 3) Jika nilai  $\alpha$  0,400-0,599 cukup reliabel.
- 4) Jika nilai  $\alpha$  0,600-0,799 reliabel tinggi.
- 5) Jika nilai  $\alpha$  0,800-1,000 reliabel sangat tinggi.

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik analisis data dengan memaparkan atau menyajikan data yang diperoleh agar mudah dipahami. Data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif atau memuat deskripsi statistik pada setiap variabel meliputi jumlah sampel, mean, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengkategorikan data dalam bentuk kala kategori berdasarkan skor subjek dari hasil perhitungan.<sup>69</sup>

## 3. Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Dilakukan untuk menilai apakah variabel X dan Y dalam persamaan regresi yang dihasilkan mengikuti distribusi normal

---

<sup>68</sup>Ibid.

<sup>69</sup> Ely Mulyati, Rosihan, *Pengantar SPSS Teori, Implementasi, Dan Interpretasi* (Padang: CV. GITA LENTERA, 2024), 62.

atau tidak. Menggunakan Uji Kolmogrov-Smirnov, apabila data memiliki nilai signifikansi 0,05 atau lebih besar dari nilai alpha maka data akan dikatakan normal.<sup>70</sup>

b. Uji Multikolinearitas

Dalam model regresi, uji ini juga dapat digunakan sebagai penentuan apakah variabel independen memiliki korelasi yang tinggi atau bahkan sempurna. Varians nilai inflation (VIF) dalam model regresi digunakan dalam uji multikolinearitas dan prosedur pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:<sup>71</sup>

- 1) nilai toleransi  $>0.10$  dan nilai VIF  $<10.00$  dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) nilai toleransi  $<0.10$  dan nilai VIF  $>10.00$  terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Untuk memastikan bahwa varians residual dari persamaan regresi bersifat homogen atau konstan pada setiap nilai variabel independen.<sup>72</sup>

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk memastikan bahwa kesalahan yang terjadi berasal murni dari garis regresi dan bukan

---

<sup>70</sup> Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: Wade Group, 2017), 83.

<sup>71</sup> Edi Surya Negara Andrew Fernando Pakpahan, Adhi Prasetyo et al., *Metodologi Penelitian Ilmiah* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 148.

<sup>72</sup> Ibid.

dari kesalahan pengamatan lainnya.<sup>73</sup>

#### 4. Uji Korelasi

Hubungan antara dua variabel merupakan pokok bahasan analisis korelasi sederhana. Jika nilai signifikansi  $<0,05$  maka data dapat dianggap berkorelasi begitu pun sebaliknya. Uji Pearson Product Moment digunakan dalam penelitian ini. Koefisien korelasi diperlukan untuk memastikan kekuatan korelasi. Rentang nilai koefisien korelasi adalah -1 hingga 0 atau 0 hingga 1. Hubungan antar variabel dianggap kuat jika nilai koefisien mendekati -1 atau 1. Di sisi lain, hubungan antar variabel dianggap lemah jika nilainya mendekati nol.<sup>74</sup>

#### 5. Regresi Linier Berganda

Penelitian tentang berbagai topik yang menggunakan metodologi kuantitatif dan membangun hubungan sebab akibat antar variabel penelitian sering kali menggunakan teknik analisis regresi. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, yang memodelkan hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen, dengan rumus berikut.<sup>75</sup>

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

---

<sup>73</sup> Ibid.

<sup>74</sup> Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS, (Ponorogo: Wade Group), 137.*

<sup>75</sup> Pray Nadeak Joko Ade Nursiyono, *Setetes Ilmu Regresi Linier* (Malang: Media Nusa Creative, 2016), 18.

- a. Y sebagai keputusan pembelian
- b.  $\alpha$  sebagai konstanta
- c.  $b_1$  sebagai koefisien regresi
- d.  $X_1$  sebagai kepuasan konsumen
- e.  $b_2$  sebagai koefisien regresi
- f.  $X_2$  sebagai kepercayaan konsumen
- g. e sebagai error atau kesalahan

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji t

Untuk menentukan bagaimana setiap variabel independen memengaruhi variabel dependen maka pengujian parsial dilakukan. Nilai t hitung dan nilai t tabel pada tingkat signifikansi yang ditentukan dibandingkan untuk melakukan pengujian ini dengan kriteria uji sebagai berikut:

- 3) Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau nilai  $\text{sig} < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 4) Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau nilai  $\text{sig} > \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

### b. Uji F

Untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, dilakukan uji F dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel berdasarkan kriteria pengujian berikut:

- 1)  $f_{\text{hitung}} \leq f_{\text{tabel}}$  atau  $\text{sig} > \alpha$  dikatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2)  $f_{\text{hitung}} \geq f_{\text{tabel}}$  atau  $\text{sig} < \alpha$  dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

c. Koefisien Determinasi

Dalam analisis regresi berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar variabel independen berkontribusi atau menjelaskan perubahan pada variabel dependen, seperti yang ditunjukkan oleh nilai R Square ( $R^2$ ).<sup>76</sup>

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi

---

<sup>76</sup> Ibid.