

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian digunakan untuk mempermudah peneliti dalam mendapatkan data yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono (2017:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yang rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan oleh peneliti sebelumnya maka jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang akan digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dinyatakan dengan angka atau skala numerik. Penelitian ini menganalisis pengaruh nilai virtual item dan promosi terhadap keputusan pembelian virtual item dalam game online DOTA 2.

Sedangkan penelitian verifikatif bermaksud untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesa yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan. Jadi,

penelitian verifikatif ini untuk menguji besarnya pengaruh Nilai virtual item dan promosi terhadap keputusan pembelian virtual item dalam game online DOTA 2.

Berdasarkan jenis penelitian tersebut yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data dilapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei atau *explanatory survey* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dengan cara menguji hipotesis.

Menurut Sugiyono (2015:52) pengertian pendekatan deskriptif adalah “Pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (Indipenden) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.”

Sedangkan menurut Moch. Nazir (2011:54) pengertian pendekatan deskriptif adalah Sesuatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari metode deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antara fenomena yang diselidiki”.

Adapun pengertian menurut sugiyono (2015:11) pengertian metode kuantitatif adalah Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel terdahulu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Menurut Sugiyono (2017:11), yang dimaksudkan dengan metode survei adalah : Metode survei adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, dan wawancara terstruktur.

Menurut Malhotra (2015:96), menyatakan bahwa *Explanatory Survey* dilakukan untuk mengeksplorasi situasi masalah, yaitu untuk mendapatkan ide-ide dan wawasan kedalam masalah yang dihadapi manajemen atau para peneliti tersebut. *Explanatory Survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) melalui kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi.

3.2 Definisi Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan aspek yang penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel penelitian dapat melakukan pengolahan data yang berujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel (X1) Nilai virtual item, variabel (X2) bairan promosi dan variabel (Y) proses keputusan pembelian. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian. adapun penjelasan lebih lanjut mengenai definisi dan operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut:

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Menurut Sugiyono (2017:38) Variabel penelitian pada

dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independent (nilai virtual item dan bauran promosi) dan variabel dependent (proses keputusan pembelian) . Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Variabel Independen/Variabel Bebas (X)

Menurut sugiyono (2017:39), Variabel Independen /Variabel bebas adalah Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab pertumbuhannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah promosi penjualan online, kepercayaan, dan kemudahan.

a. Nilai virtual item (X1)

Nilai merupakan persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang dilihat dari mutunya dan dapat mempengaruhi perilaku sosial dari orang tersebut menurut Woodruff dalam (Hurriyati, 2005:299), Hasan (2013:308) dan Robert M.Z.Lawang dalam Yukimanda (2010).

b. Bauran promosi (X2)

Bauran promosi merupakan bahwa bauran promosi suatu tindakan proses mengkomunikasikan bauran pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan (penjual dan pembeli) yang dikendalikan oleh pemasar termasuk periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan

tatap muka, dan pemasaran langsung menurut Ali Hasan (2013:603), Solomon dalam bukunya Basu Swastha Dharmmesta (2014:9) dan Kotler dan Amstrong (2015:429)

2. Variabel Dependen/Variabel Terikat

Menurut Suggiono (2017:39), Variabel Dependen/Variabel Terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yang akan diteliti adalah Proses keputusan pembelian merupakan hasil dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental emosional. Proses keputusan pembelian pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian berarti konsumen membeli dan menggunakan produk yang di pilihnya menurut Kotler dan Keller (201:191-201), Fandy Tjiptono (2014:21) dan Sciffman dan Kanuk dalam Haekal (2016: 32).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel digunakan untuk memudahkan peneliti dalam pembuatan instrument penelitian yaitu kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:38), menyatakan bahwa: “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam suatu penelitian supaya dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analisis seperti yang telah dijelaskan diatas maka perlu adanya penjabaran yang lebih terperinci mengenai konsep melalui operasional variable dalam suatu penelitian hingga membuat suatu konsep

yang terstruktur untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Secara lebih rinci penjabaran dari operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
<p>Nilai virtual item (X1) Nilai merupakan persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang dilihat dari mutunya dan dapat mempengaruhi perilaku sosial dari orang tersebut</p> <p>Woodruff dalam (Hurriyati, 2005:299), Hasan (2013:308) dan Robert Yukimanda (2010).</p>	Nilai fungsional	Kemampuan produk virtual dalam meningkatkan level permainan	Tingkat Kemampuan produk virtual dalam meningkatkan level permainan	Ordinal	1
		Kemampuan produk virtual dalam membantu mendapatkan skor lebih banyak	Tingkat Kemampuan produk virtual dalam membantu mendapatkan skor lebih banyak	Ordinal	2
		Kemampuan produk virtual menambah kekuatan pemain	Tingkat Kemampuan produk virtual menambah kekuatan pemain	Ordinal	3
		Produk virtual memiliki standar kualitas yang dapat diterima	Tingkat Produk virtual memiliki standar kualitas yang dapat diterima	Ordinal	4
		Produk virtual dapat diandalkan kinerjanya	Tingkat Produk virtual dapat diandalkan kinerjanya	Ordinal	5
		Produk virtual unggul secara keseluruhan	Tingkat Produk virtual unggul secara keseluruhan	Ordinal	6
		Produk virtual memiliki tingkat kualitas yang memuaskan	Tingkat Produk virtual memiliki tingkat kualitas yang memuaskan	Ordinal	7
	Nilai sosial	Produk virtual	Tingkat Produk	Ordinal	8

		membuat karakter online game menjadi lebih modis	virtual membuat karakter online game menjadi lebih modis		
		Produk virtual membuat karakter online game terlihat lebih baik	Tingkat Produk virtual membuat karakter online game terlihat lebih baik	Ordinal	9
		Produk virtual membuat pemain online game lebih diperhatikan oleh orang lain	Tingkat Produk virtual membuat pemain online game lebih diperhatikan oleh orang lain	Ordinal	10
	Nilai Emosional	Produk virtual meningkatkan citra diri pemain online game terhadap orang lain	Tingkat Produk virtual meningkatkan citra diri pemain online game terhadap orang lain	Ordinal	11
		Produk virtual meningkatkan ekspresi diri pemain online game terhadap orang lain	Tingkat Produk virtual meningkatkan ekspresi diri pemain online game terhadap orang lain	Ordinal	12
Bauran promosi (X2) Bauran promosi merupakan bahwa bauran promosi suatu tindakan proses mengkomunikasikan bauran pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi mengingatkan	<i>Advertising</i> (Periklanan)	Kemenarikan pesan	Tingkat kemenarikan pesan	Ordinal	13
		Kesesuaian media yang digunakan	Tingkat kesesuaian media yang digunakan	Ordinal	14
		Frekuensi pemberian potongan harga	Tingkat Frekuensi pemberian potongan harga	Ordinal	15
	<i>Personal Selling</i>	Kemampuan penjual dalam memasarkan produk	Tingkat Kemampuan penjual dalam memasarkan produk	Ordinal	16

<p>pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan</p> <p>Ali Hasan (2013:603), Solomon dalam bukunya Basu Swastha Dharmmesta (2014:9) dan Kotler dan Amstrong (2015:429)</p>		Kemampuan penjual dalam mendengarkan keluhan atau keberatan konsumen	Tingkat Kemampuan penjual dalam mendengarkan keluhan atau keberatan konsumen	Ordinal	17	
	<i>Sales Promotion</i>	Jumlah potongan harga yang diberikan	Tingkat jumlah potongan harga yang diberikan	Ordinal	18	
		Frekuensi pemberian potongan harga	Tingkat Frekuensi pemberian potongan harga	Ordinal	19	
		Kemenarikan pesan	Tingkat kemenarikan pesan	Ordinal	20	
	<i>Direct and digital Marketing</i>	Kejelasan <i>sales marketing</i> dalam memberikan informasi produk	Tingkat Kejelasan <i>sales marketing</i> dalam memberikan informasi produk		21	
		Penguasaan mengenai produk dari <i>sales marketing</i>	Tingkat Penguasaan mengenai produk dari <i>sales marketing</i>		22	
	<i>Public Relations</i>	Kegiatan membentuk opini masyarakat secara tepat	Tingkat Kegiatan membentuk opini masyarakat secara tepat		23	
		Komunikasi dengan pelanggan	Tingkat Komunikasi dengan pelanggan		24	
	<p>Proses Keputusan pembelian (Y) Proses keputusan pembelian</p>	Pengenalan masalah	Masalah yang dihadapi	Tingkat masalah yang dihadapi	Ordinal	25
			Kebutuhan dalam memilih produk	Tingkat kebutuhan dalam memilih produk	Ordinal	26

pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian berarti konsumen membeli dan menggunakan produk yang di pilihnya Kotler dan Keller (201:191-201), Fandy Tjiptono (2014:21) dan Sciffman dan Kanuk dalam Haekal (2016: 32).	Pencarian informasi	Informasi mengenai barang yang diinginkan	Tingkat informasi mengenai barang yang diinginkan	Ordinal	27
		Informasi mengenai kebutuhannya	Tingkat informasi mengenai kebutuhan	Ordinal	28
	Evaluasi alternatif	Pemilihan harga	Tingkat pemilihan harga dalam produk	Ordinal	29
		Pemilihan merek atau <i>brand</i>	Tingkat Pemilihan merek atau <i>brand</i> dalam produk	Ordinal	30
	Keputusan pembelian	Produk yang disukai	Tingkat produk yang disukai	Ordinal	31
		Produk yang menarik	Tingkat Produk yang menarik	Ordinal	32
	Perilaku pasca pembelian	Pembelian ulang produk	Tingkat Pembelian ulang produk	Ordinal	33

3.3 Populasi dan Sempel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu peneliti dalam pengolahan data untuk memecahkan masalah penelitian untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap dan biasanya berupa orang, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Menurut Sugiyono (2017:80) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya yang selanjutnya adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti adalah metode nonprobability sampling. Menurut Sugiyono (2017:85) Sampling insidensial adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara insidensial atau kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Jumlah anggota sampel yang tepat digunakan dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang diinginkan. Semakin besar tingkat kesalahan, maka semakin kecil jumlah sampel yang digunakan dan juga sebaliknya apabila semakin kecil tingkat kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian. Sampel tersebut diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir oleh peneliti sebesar 10%. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah setiap konsumen yang telah melakukan pembelian virtual item dalam game online DOTA 2

Tabel 3.2
Jumlah populasi pengguna Game Online DOTA 2

Bulan	Jumlah pemain
Januari 2018	701.852

Februari 2018	829.261
Maret 2018	826.166
April 2018	739.643
Mei 2018	826.053
Juni 2018	826.053
Juli 2018	778.627
Agustus 2018	779.299
September 2018	773.897
Oktober 2018	733.214
November 2018	844.713
Desember 2018	798.886
Total	9.457.664
Rata-Rata	788.138

Sumber:steamchart.com

3.3.2 Sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:120) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu.

Maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative*. Penentuan dari besarnya sampel yang akan diambil untuk digunakan dalam penelitian ini dengan cara menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut :

$$\text{Rumus Slovin} = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana:

- = Ukuran sampel
- = Ukuran populasi
- = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir (Tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini adalah 10%).

Jumlah populasi yang telah dirata-rata ada sebanyak 823.925 dengan tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1), sehingga sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut adalah sebesar:

$$= \frac{0,1^2}{1+(788.138) \cdot 0,1} = 100 \text{ orang}$$

Rumus = $\frac{0,1^2}{1+(788.138) \cdot 0,1}$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan rumus dalam pengambilan sampel diatas maka dapat didapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 100 orang.

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini menurut hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu berjumlah 100 orang yang akan dijadikan sampel penelitian.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah non probability yang digunakan yaitu purposive sampling yaitu teknik teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang ahli makanan Sugiyono (2017:85). Penulis menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu, penarikan sampel dengan pertimbangan bahwa yang menjadi responden yaitu konsumen yang pernah membeli produk virtual dalam *game online* DOTA 2.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian (Sugiyono, 2017:137). Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti mengumpulkan dari berbagai data serta dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian.

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data yang diperoleh melalui sumber-sumber tidak langsung yang dikaitkan dengan topik bahasan dari pihak lain secara tidak langsung, seperti penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan, dokumen yang ada kaitannya dengan objek yang diteliti, misalnya:

- a. Buku, yaitu data yang diperoleh literatur keperustakaan, portal berita, majalah, surat kabar dan sumber lain yang dianggap relevan dengan topik yang dibutuhkan dalam penelitian
- b. Jurnal, yaitu data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian yang dianggap relevan dengan topik penelitian.
- c. Internet, yaitu dengan cara mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan topik penelitian yang diaplikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal, makalah ataupun karya ilmiah.

2. Penelitian Lapangan

- a. Pengamatan langsung, yaitu teknik pengumpulan data yang tidak terbatas pada ruang tetapi juga objek-objek alam lainnya. Peneliti melakukan suatu

pengamatan langsung dan mempelajari hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti di wilayah kota Bandung.

- b. Penyebaran kuesioner, yaitu dengan cara menyebarkan data atau daftar pertanyaan-pertanyaan dengan menyediakan alternatif jawaban atau jawaban yang harus diisi secara pribadi mengenai nilai virtual item dan bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian virtual item dalam game online DOTA 2.

3.5 Uji Instrument Penelitian

Teknik pengolahan data ini menuraikan metode-metode analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat bergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis sementara.

3.5.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti Sugiyono (2017:121). Kita mengkorelasi skor item dengan total item dengan total item-item tersebut. Jika total koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, jika nilai korelasinya di bawah 0,3 maka tidak valid.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan metode Pearson Product Moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
 x = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
 y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
 n = Jumlah responden dalam uji instrumen
 \sum_x = Jumlah skor dalam distribusi X
 \sum_y = Jumlah skor dalam distribusi Y
 \sum_{xy} = Jumlah dari hasil kalo pengamatan variabel X dan variabel Y
 $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikasi sebagai berikut :

1. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for windows*. Pengujian validitas ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$). Maka didapat r tabel sebesar 0,361.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Dalam instrument penelitian disamping harus valid, juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Menurut Sugiyono (2017:168) Instrumen yang *reliable* adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Koefisien *Alpha Cronbach* (α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama 0,70.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas angket

k = banyak item angket

Σ = jumlah varians item

σ_t^2 = varians total

Untuk mencari tiap butir digunakan rumus varians sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Dimana :

σ^2 = Varians

Σx = Jumlah skor

N = Jumlah Responden

Keputusan pengujian :

1. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan reliabel jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak reliabel jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Perhitungan reliabilitas instrument pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 21.0 *for windows*. Berdasarkan jumlah kuesioner yang disebar kepada 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ ($30-2=28$). Maka didapat r tabel sebesar 0,361.

3.6 Metode Analisis Data Dan Uji Hipotesis

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh respondent atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017:147).

Metode analisis data yang digunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena

datanya kuantitatif, maka metode analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. (Sugiyono, 2015:243)

Untuk mencari tahu mengenai penelitian, digunakan beberapa pernyataan yang dibuat untuk memudahkan dalam memperoleh data atau keterangan dari responden. Kemudian data yang diolah dari hasil pengumpulan kuesioner diberi bobot dalam setiap alternatif jawaban. Pengolahan data dari hasil angket digunakan dengan menggunakan skala *liked*.

Skala *liked* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial menurut Sugiyono (2017:93). Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Skala *liked* mempunyai gradasi jawaban dari sangat positif sampai dengan negatif, yang biasanya dapat berupa kata-kata sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, hingga sangat tidak setuju. Berikut ini adalah kriteria penilaian yang digunakan pada skala *liked* menurut Sugiyono (2017:94) :

Tabel 3.3
Skala Model Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Mengacu pada ketentuan tersebut, maka jawaban dari setiap responden perlu diubah menjadi skala *interval* dan dapat dihitung skornya yang kemudian ditabulasikan untuk menguji validasi dan reliabilitas data.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (sugiyono 2017:147). Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Variabel penelitian ini yaitu nilai virtual item, bauran promosi dan proses keputusan pembelian. Lalu selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total responden. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan. Untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel penilaian dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (sekor) variabel penelitian masuk dalam katagori : Sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

$$\text{skor rata-rata} = \frac{\sum \text{jawabankuesioner}}{\sum \text{pertanyaan} \times \sum \text{responden}}$$

Setelah diketahui skor rata-rata, maka untuk mengkategorikan dan mengkasifikasikan kecenderungan jwaban responden kedalam skala dapat ditentukan sebagai berikut:

Skor Minium = 1

Skor Maximum = 5

Lebar skala $i = \frac{5-1}{5} = 0,8$

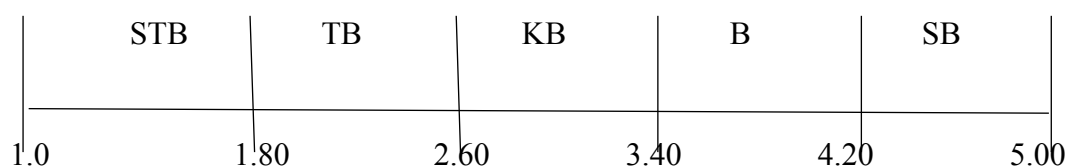
Dengan mengukur statistik, metode deskriptif dapat dilihat dengan menggunakan perhitungan mean, modus ataupun frekuensi. Dengan demikian kategori skala dapat ditemukan sebagai berikut:

Tabel 3.4
Tafsiran Nilai Rata-Rata

Interval	Kriteria
1,00-1,80	Sanagat Tidak Baik/ Sangat Rendah
1,81-2,60	Tidak Baik/ Rendah
2,61-3,40	Kurang baik
3,41-4,20	Baik/ Tinggi
4,21-5,00	Sangat Baik/ Sangat Tinggi

Sumber: Husein Umar (2013:10)

Tafsiran nilai rata-rata tersebut dapat diinterprestasikan kedalam garis kontinum. Garis kontinu dapat dilihat pada gambar 3. di bawah ini



Gambar 3.1

Garis Kontinum Sumber : Sugiyono (2017:95)

3.6.2 Analisis Verifikatif

Metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain (sugiyono 2017:147). Metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis.

3.6.2.1 Methode of succeshive interval (MSI)

Setelah mendapatkan data hasil penyebaran kuesioner yang berskala ordinal diubah menjadi skala interval, untuk data yang berskala ordinal perlu diubah menjadi skal interval dengan teknik successive of internal method menurut Sugiyono (2013:25). Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tentukan dengan tegas (variabel) sikap apa yang akan diukur.
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dipertanyakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden, disebut sebagai proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal
5. Dengan menggunakan tabel; distribusi normal standar kita tentukan nilai Z
6. Menentukan nilai skala (scala value/SV)
7. Menghitung skor hasil informasi untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan nama sebagai berikut:

$$SV = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah di bawah batas bawah}}$$

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya dengan menggunakan media komputerisasi yaitu SPSS *for Windows* untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval.

3.6.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional diantara variabel independen (kepuasan konsumen dan kualitas informasi) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumusan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 \dots + b_n x_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta, nilai tetap dari Y jika $X_1 X_2 = 0$

$b_1 b_2$ = Koefisien regresi, menunjukkan besarnya pengaruh x_1 dan x_2

x_1 = variabel bebasa

x_2 = variabel bebas

e = *Standart error*

nilai a, b_1 , b_2 dapat menggunakan rumusan sebagai berikut

$$\sum Y = an + b_1 \sum x_1 + b_2 \sum x_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum x_1 + b_1 \sum x_1^2 + b_2 \sum x_1 x_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum x_2 + b_1 \sum x_1 x_2 + b_2 \sum x_2^2$$

Setelah a, b_1 , dan b_2 didapat maka akan diperoleh persamaan Y.

3.6.2.3 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat untuk kekuatan hubungan antar variabel X_1, X_2 terhadap Y dengan menggunakan rumusan sebagai berikut:

$$R = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

Untuk memperoleh nilai $JK_{regresi}$ perhitungannya dengan menggunakan rumusan:

$$JK_{regresi} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Keterangan:

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai $\sum Y^2$ digunakan rumusan sebagai berikut:

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Berdasarkan nilai r yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 \leq r \leq 1$ yaitu:

Apabila $r = 1$ artinya terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan variabel Y

Apabila $r = -1$ artinya terdapat hubungan antara variabel negatif

Apabila $r = 0$ artinya tidak terdapat korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya hubungan antar variabel dapat dilihat jika semakin mendekati angka 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna, interpretasi angka korelasi dapat ditunjukkan pada sebagai berikut:

Tabel 3.5

Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:184)

3.6.3 Uji hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh keragaman proses pemasaran, proses pelayanan dan keputusan. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), Maka pengujian hipotesis dilakukan melalui:

1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_{1\beta_2} = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara Nilai virtual item (X1), Bauran promosi (X2), terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_{1\beta_2} \neq 0$: Terdapat pengaruh antara Nilai virtual item (X1), Bauran promosi (X2), terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y).

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis.

Untuk melakukan uji signifikan koefisien berganda, taraf signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)(n-K-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien kolerasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel ($n-K-1$) = derajat kebebasan.

Perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut dk ($n-k-1$) dengan ketentuan sebagai berikut:

= Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow H_a$ diterima (signifikan)

= Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow H_a$ ditolak (tidak signifikan).

1. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji hipotesis parsial (Uji T) digunakan untuk mengetahui apakah data model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik sebagai berikut:

a. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara Nilai virtual item (X_1), terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y)

$H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara Nilai virtual item (X_1), terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y)

b. $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh antara Bauran promosi (X_2), terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y)

$H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh antara Bauran promosi (X_2), terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y)

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji T dengan taraf signifikan 5% atau dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-(k+1)}}{1-r^2}$$

Keterangan:

r = nilai korelasi parsial

k = subvariabel

n = jumlah sampel

Selanjutnya hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 diterima
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak

3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah data untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh langsung variabel bebas yang semakin dekat hubungannya dengan variabel terikat atau dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut bisa dibenarkan. Analisis determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang merupakan hasil pangkat dua dari koefisien korelasi menurut Sugiyono (2013:98). Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

K_d = Koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat dari koefisien kolerasi berganda

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan kedalam bentuk item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan peneliti dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting dalam penelitian. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel nilai virtual item, bauran promosi dan proses keputusan pembelian sebagai mana tercantum dalam operasionalisasi variabel. Rancangan kuesioner yang dibuat oleh peneliti adalah kuesioner tertutup dimana jawaban dibatasi atau sudah ditentukan oleh penulis, jumlah kuesioner ditentukan berdasarkan indikator variabel penelitian. Skala pengukuran yang digunakan yaitu *skala liked*, dimana setiap jawaban akan diberikan skor dengan kriteria sebagai berikut :

Sangat setuju	5	4	3	2	1	Sangat tidak setuju
---------------	---	---	---	---	---	---------------------

1. Sangat setuju (SS) diberikan skor 5.
2. Setuju (S) diberikan skor 4.
3. Kurang setuju (KS) diberikan skor 3.
4. Tidak setuju (TS) diberikan skor 2.
5. Sangat tidak setuju (STS) diberikan skor 1.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan Waktu yang penulis gunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut.

3.8.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih penulis sebagai temoat penelitian adalah di Cyber Net yang beralamatkan Jl. Cihampelas, Kota Bandung, Jawab Barat. Data dalam penelitian ini merupakan hasil pencarian penulis dari website www.steamchart.com

3.8.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai sejak penulis mendapatkan persetujuan judul dan membuat proposal. Penelitian ini dimulai dengan melakukan observasi yang dilaksanakan pada tanggal 11 Juli 2018 sampai dengan 12 Oktober 2018. Penelitan ini juga akan terus dilakukan saat keluar surat keputusan dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan sampai dengan berakhirnya bimbingan pada surat keputusan tersebut.