

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berarti penelitian yang bersifat obyektif dan melibatkan pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta penggunaan teknik pengujian statistik.

B. Definisi Operasional Variabel

Dibawah ini merupakan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yang menunjukkan cara variabel tersebut diukur sehingga peneliti dapat mengukurnya :

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Indikator | Definisi Operasional Indikator | Instrumen |
|---|--------------------------|--|---|
| Eksklusivitas Produk (X_1) Weeds (2014) | 1. Akses konten | Seberapa jauh konsumen dapat tersambung dan mengakses film di <i>Netflix</i> . | Saya dapat mengakses seluruh film yang ada dengan menggunakan <i>Netflix</i> . |
| | 2. Kualitas konten | Seberapa jauh konsumen mempercayai kualitas konten/film yang dihasilkan oleh <i>Netflix</i> . | Saya mendapatkan kualitas audio dan video yang bagus dengan menggunakan <i>Netflix</i> . |
| | 3. Algoritma rekomendasi | Seberapa jauh <i>Netflix</i> dapat menampilkan rekomendasi-rekomendasi film yang relevan. | Saya mendapatkan rekomendasi film yang disesuaikan dengan <i>playlist</i> saya secara eksklusif oleh <i>Netflix</i> . |
| | 4. Konten asli | Seberapa jauh konsumen mempercayai <i>Netflix</i> bahwa film yang di unggah masih fresh atau original. | Saya dapat menonton film original yang tidak ada di website/aplikasi lain dengan menggunakan <i>Netflix</i> . |

| | | | |
|--|---------------------------------------|---|---|
| Kegunaan Teknologi (X ₂) Leon (2018) | 1. Mempercepat pekerjaan | Kemampuan <i>Netflix</i> untuk mempermudah konsumen dalam mencari film. | Saya lebih cepat dan mudah menonton film dengan menggunakan <i>Netflix</i> . |
| | 2. Meningkatkan produktivitas | Seberapa jauh konsumen merasa sangat produktif dengan menggunakan <i>Netflix</i> . | Saya merasa produktif ketika menggunakan <i>Netflix</i> untuk menonton film. |
| | 3. Mempermudah pekerjaan | Seberapa jauh konsumen merasa mudah dalam mencari film dengan menggunakan <i>Netflix</i> . | Menggunakan layanan <i>Netflix</i> mempermudah dalam pencarian film. |
| | 4. Bermanfaat | Seberapa jauh konsumen mengetahui dan merasakan manfaat <i>Netflix</i> sebagai layanan menonton film. | Menggunakan layanan <i>Netflix</i> bermanfaat dalam menonton film |
| Kemudahan Penggunaan Teknologi (X ₃) Sun & Zhang (2014) | 1. Mudah untuk dipelajari | Seberapa jauh konsumen dapat dengan mudah mempelajari fitur yang ada dalam <i>Netflix</i> . | Menurut saya fitur dan menu <i>Netflix</i> mudah untuk dipelajari. |
| | 2. Jelas dan dapat dipahami | Seberapa jelas dan dapat dipahami fitur dalam <i>Netflix</i> . | Saya dapat memahami dengan jelas fitur dan cara menggunakan <i>Netflix</i> . |
| | 3. Mudah untuk menjadi terampil/mahir | Seberapa jauh konsumen dapat mahir dalam menggunakan <i>Netflix</i> . | Saya merasa tidak membutuhkan waktu yang lama untuk menguasai fitur dan menu <i>Netflix</i> . |
| | 4. Mudah digunakan | Seberapa jauh konsumen merasa mudah dalam menggunakan aplikasi <i>Netflix</i> . | Saya merasa mudah dan nyaman dalam menggunakan <i>Netflix</i> untuk menonton film.. |
| Keputusan Pembelian (Y) Kotler & Armstrong (2016) | 1. Pilihan produk | Seberapa jauh konsumen merasa terdapat banyak pilihan paket berlangganan dalam menggunakan layanan <i>Netflix</i> . | Saya merasa bahwa layanan <i>Netflix</i> menawarkan beragam pilihan paket berlangganan. |
| | 2. Pilihan merek | Seberapa jauh konsumen dapat membedakan keunggulan merek <i>Netflix</i> | Saya dapat merasakan keunggulan yang membedakan <i>Netflix</i> dari layanan <i>streaming</i> lainnya. |
| | 3. Pilihan saluran pembelian | Seberapa jauh konsumen merasa terbantu dengan | Saya merasa dengan banyaknya saluran pembelian <i>Netflix</i> dapat |

| | | | |
|--|------------------------------|--|--|
| | | banyaknya pilihan saluran pembelian. | memberikan kebebasan dalam memilih cara pembelian. |
| | 4. Penentuan waktu pembelian | Seberapa jauh konsumen merasa membutuhkan layanan <i>Netflix</i> . | Saya merasa layanan <i>Netflix</i> dibutuhkan untuk menonton film. |
| | 5. Jumlah pembelian | Seberapa jauh konsumen merasa dapat membeli paket berlangganan sesuai dengan keinginan | Saya merasa bahwa <i>Netflix</i> memberikan kemudahan dalam jumlah pembelian dan penyesuaian paket berlangganan. |
| | 6. Metode pembayaran | Seberapa jauh konsumen merasakan kemudahan dalam melakukan pembayaran layanan <i>Netflix</i> . | Saya merasa bahwa proses pembayaran <i>Netflix</i> beragam dan mudah dilakukan. |

C. Populasi dan Teknik Sampling

1. Populasi

Fatihudin (2020:64) mendefinisikan populasi sebagai semua komponen yang akan diteliti. Mahasiswa yang sedang berkuliah di perguruan tinggi di Kota Surabaya baik dari perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta dan sedang atau pernah menggunakan layanan *Netflix* merupakan populasi dalam penelitian ini. Populasi ini dipilih dikarenakan *Netflix* merupakan brand atau layanan yang tidak asing bagi mahasiswa.

Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa yang dijadikan Populasi

| Nama Universitas | Jumlah Mahasiswa |
|---|------------------|
| Universitas Negeri Surabaya | 54741 |
| Universitas Airlangga | 35206 |
| Institut Teknologi Sepuluh Nopember | 26250 |
| UIN Sunan Ampel Surabaya | 24198 |
| Universitas 17 Agustus Surabaya | 15246 |
| Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur | 10431 |
| Universitas Dr Soetomo | 8967 |
| Universitas Surabaya | 7858 |
| Universitas Wijaya Kusuma Surabaya | 7521 |
| Universitas PGRI Adi Buana Surabaya | 7294 |
| Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya | 6294 |
| Universitas Ciputra | 6144 |
| Universitas Kristen Petra | 5924 |
| Universitas Muhammadiyah Surabaya | 5847 |
| Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya | 5376 |
| Universitas Hang Tuah | 4950 |
| Politeknik Elektronika Negeri Surabaya | 4258 |
| Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya | 4193 |
| Universitas Wijaya Putra | 2812 |
| Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia | 2164 |

Sumber : pddikti

2. Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik Non-Probability sampling berjenis Purposive Sampling dengan jenis sampel Judgment Sampling. Judgment sampling digunakan karena pengguna Netflix merupakan pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitian ini.

Menurut Hair et al., (2017) jumlah minimal sampel yang digunakan harus sepuluh kali lipat dari jumlah total variabel atau indikator. Penelitian ini mengumpulkan 180 responden, dengan 18 indikator.

D. Objek dan Waktu Penelitian

1. Objek Penelitian

Netflix merupakan objek penelitian dan subjek penelitian adalah mahasiswa yang telah atau sedang menggunakan aplikasi atau layanan Netflix di Kota Surabaya.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini membutuhkan waktu sekitar 2 (dua) bulan untuk pengumpulan data dan pengolahan data, mulai dari diterbitkannya izin penelitian.

E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang dilakukan melalui teknik angket atau kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada mahasiswa di kota Surabaya dan online dengan menggunakan *Google Form*.

Menurut Fatihudin (2020:120) kuesioner atau angket adalah serangkaian daftar pertanyaan yang ditulis oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi dari jawaban responden. Dalam penelitian ini, metode angket digunakan untuk mengidentifikasi variabel (Y), yaitu keputusan pembelian, variabel (X_1) eksklusivitas produk, (X_2) kegunaan teknologi, (X_3) kemudahan penggunaan teknologi.

Data yang dikumpulkan dari kuesioner dikodekan dengan skala *likert* 1-5 dan kemudian ditabulasi menggunakan program komputer SPSS untuk analisis statistik.

Tabel 3. 3 Opsional Jawaban Responden

| Skala Interval | Kode Jawaban | Keterangan |
|----------------|--------------|---------------------|
| 1 | STS | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | TS | Tidak Setuju |
| 3 | RR | Ragu-ragu |
| 4 | S | Setuju |
| 5 | SS | Sangat Setuju |

Sumber : (Sugiyono,2017)

F. Uji Instrumen

Pengujian instrumen digunakan untuk menentukan apakah kuesioner atau angket sesuai untuk digunakan sebagai alat dalam penelitian ini. Untuk melakukan pengujian ini, sampel sebanyak 30 orang dari populasi yang sudah ada digunakan dan tidak digunakan lagi untuk uji lain.

1. Uji Validitas

Menggunakan Uji Validitas menjadi komponen penting dalam penelitian yang bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2016:52). Suatu kuesioner dikatakan valid jika bernilai positif dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk menguji variabel eksklusivitas produk (X_1), kegunaan teknologi (X_2), kemudahan penggunaan teknologi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Ghozali (2016:47) digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu kuesioner menunjukkan suatu variabel.

Suatu kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban respondennya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui seberapa reliabel suatu variabel, alat uji statistik SPSS digunakan. Suatu variabel dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60.

G. Teknik Analisa Data

1. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:160) menjelaskan bahwa uji normalitas digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji dan memeriksa dalam suatu model regresi terdapat variabel pengganggu atau residual dan berdistribusi normal atau tidak. Selain itu Ghozali (2016:160) menjelaskan lebih lanjut bahwa model regresi yang baik harus mempunyai sebaran data normal atau mendekati normal. Normal *probability plot* merupakan salah satu cara menguji normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:105) menjelaskan bahwa uji multikolinearitas digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui terdapat dan tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Selain itu Ghozali (2016:105) menjelaskan lebih lanjut terkait variabel independen yang tidak saling berkorelasi adalah model regresi yang baik. Selain itu uji

multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance value* > 0,10 maka model tidak terdapat korelasi antar variabel.

3) Uji Heteroskedastisitas

Suatu keadaan antara satu observer dengan observer lainnya dimana variannya dan nilai sisa tidak sama disebut Heteroskedastisitas begitu juga dengan sebaliknya jika antara satu observer dengan observer lainnya memiliki varian dan nilai sisa yang sama maka disebut dengan kondisi homoskedastisitas.

Menurut (Gani & Amalia, 2018:140) *Metode Glejster Test dan Metode Spearman's Rank Correlation Test* dapat digunakan untuk menguji posisi kedastisitas apakah homos atau heteros. (Gani & Amalia, 2018)

2. Analisis Data

1) Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2016:95) menjelaskan bahwa regresi linear berganda digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya sebuah ketergantungan antar variabel. Selain itu Ghozali (2016:96) menjelaskan lebih lanjut, model regresi ini dapat berbentuk dengan model persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi antara eksklusivitas produk dengan keputusan pembelian

b_2 = Koefisien regresi antara kegunaan teknologi dengan keputusan pembelian

b_3 = Koefisien regresi antara kemudahan penggunaan teknologi dengan keputusan pembelian

X_1 = Variabel Eksklusivitas Produk

X_2 = Variabel Kegunaan Teknologi

X_3 = Variabel Kemudahan Penggunaan Teknologi

e = *Standart Error*

3. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:98) menjelaskan bahwa untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat dapat dilakukan dengan Uji t atau uji hipotesis parsial. t taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ merupakan kriteria dalam pengujian ini yang ditentukan sebagai berikut :

1. Hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi t hitung $< \alpha = 0,05$

2. Hipotesis dinyatakan tidak signifikan apabila nilai signifikansi t hitung $> \alpha = 0,05$

2) Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:98) menjelaskan bahwa untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat maka perlu dilakukan Uji F atau uji simultan. Keputusan uji F didasarkan pada nilai signifikansi hasil output SPSS, sesuai dengan ketentuan berikut :

1. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan nilai signifikan $< 0,05$ maka Hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak
2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikan $< 0,05$ maka Hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima

3) Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016:97) menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengevaluasi seberapa jauh variabel bebas secara keseluruhan dapat memberikan penjelasan yang cukup untuk variabel terikat. Koefisien determinasi yang ada di antara $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan perubahan variabel terikat sangat terbatas. Nilai R^2 yang lebih besar menunjukkan bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel terikat.