

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut penurutan sugiono (2020) mengartikan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berbasis pada filosofi dipakai untuk menyelidiki populasi atau sampel yang spesifik. Hal menyertakan pemakaian alat penelitian untuk menganalisis kuantitatif atau statistic atas data tersebut. Maksud dari penelitian kuantitatif untuk menyelidiki atatu memmeriksa hipotesis yang telah dirumuskan. Jenis metode survei yang mengandung makna sebagai metode penelitian yang menggunkan data sampel untuk dikaji dan di deskripsikan sesuai karakteristik populasi yang datanya dikumpulkan melalui kuesioner (H Sihotang, 2023).

Proses ini dengan mengidentifikasi masalah yang membutuhkan penyelesaian dengan hal ini proses berpikir mencakup pencarian yang beragram penyebab yang mendasari masalah yang dirasakan, dengan merumuskan hipotesis dan kemudian menguji hipotesis tersebut ( Setiana Sri Wahyuni Sitepu, 2020).

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian mengacu pada kondisi yang dapat mengilustrasikan atau menjelaskan kondisi dari subjek yang akan di teliti (Hamidah & Hakim, 2023). Objek berupa fenomena, yang dimana fenomena yang terjadi dengan salah satu brand dengan tingkat favorit teratas tetapi mengalami penurunan penjualan serta kalahnya persaingan denga competitor lainnya. Maka dalam penelitian ini yakni minat beli pada produk Ikea place, yang dimana ikea sebagai perusahaan ritel furnitur menempati posisi pertama dibandingkan kompetitor lainnya sebagai produk furnitur teratas. Pengalaman ini memungkinkan konsumen buat melihat bagaimana furnitur tersebut akan terlihat dan berfungsi pada lingkungan nyata mereka sebelum melakukan pembelian. aplikasi ini menawarkan lebih dari 3.200 produk yang dapat

dicoba, memberikan kebebasan bagi pengguna buat bereksperimen menggunakan penataan ruangan sesuai menggunakan preferensi langsung merek. menggunakan memanfaatkan teknologi AR, IKEA Place tak hanya menjadi alat bantu visualisasi tetapi juga meningkatkan kepuasan Konsumen. Konsumen bisa merasakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan interaktif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat beli. aplikasi ini mencerminkan komitmen IKEA buat berinovasi dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan solusi mudah dalam mendekorasi rumah mereka menggunakan cara yang lebih efisien serta menyenangkan.

### **3.3 Populasi Dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiono (2017:215) adalah suatu wilayah dalam suatu kejadian yang terdiri dari, objek atau karakteristik yang dapat dipelajari oleh peneliti kemudian dapat menarik kesimpulannya dalam hal tersebut. Suatu objek atau fenomena yang memiliki ciri khas khusus yang menjadi subjek penelitian sahir (2022).

Pada penelitian ini , msyarakat yang pernah melakukan pembelian atau yang mengetahui furnitur merek IKEA ialah populasinya. Jumlah populasi saat ini tidak ketahui dengan pasti jumlahnya sesuai dengan tujuan penelitian ini lebih spesifik penelitian ini memilih lokasi penelitian pada wilayah indonesia

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut (V.Wiratna Sujarweni, 2018), Sampel dapat didefinisikan bagian dari sejumlah karakteristik yang miliki oleh populasi yang dapat digunakan untuk penelitian. Pengambilan sampel dari populasi harus benar-benar dapat di nyatakan valid yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Ukuran sampel atau jumlah sampel hal penting yang dapat dilakukan dalam penelitian dilakukan karena jumlah objek penelitian yang besar, sehingga tidak mungkin untuk meneliti seluruh populasi secara langsung, sampel berfungsi sebagai representasi dari populasi, memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis tanpa harus mengkaji keseluruhan objek penelitian.

Penelitian melakukan penarikan sampel dengan sampel dengan focus pada pelanggan yang ada di Indonesia. Penelitian menggunakan penelitian dari Hair et al. (2019) dengan menggunakan antara minimal 5 sampai dengan maksimal 10 dikalikan dengan jumlah total indikator yang diteliti, Metode pengambilan sampel yang tepat sangat penting sebagai pendukung hasil kuesioner valid dan dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas, sampel ditentukan dari jumlah populasi untuk menentukan beberapa data yang dapat diambil sebagai sampel yang mewakili populasi (Sugiono, 2020). Untuk menentukan jumlah minimal sampel pada penelitian ini yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= N \times 10 \\ &= 15 \times 8 = 135 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Keterangan :

N: Jumlah indikator

- Augmented Reality = 3 Indikator
- Kualitas Produk = 8 Indikator
- Minat Beli = 4 Indikator

Sehingga dalam penelitian tersebut memiliki jumlah maksimal sampel adalah sebanyak 150 Responden.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, Menurut Riduwan, teknik pengumpulan data adalah metode atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Studi dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode yang umum dapat digunakan untuk mendapatkan data meliputi wawancara, survei, observasi dan pengumpulan data sekunder dengan menggunakan survei melalui Kuisisioner (*Google Form*) sebagai alat mengumpulkan data dari responden sebagai sampling studi ini

Definisi tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif, Sampel yang diambil adalah 133 orang responden dari variable indikator memastikan representasi yang adil dari berbagai subkelompok sesuai dengan karakteristik yang ditentukan, sehingga hasil penelitian dapat lebih relevan dan akurat

dalam mengevaluasi. Untuk menghitung evaluasi studi ini, memakai Skala Likert yang terkuat dalam kuisioner. Menurut Sugiyono (2019:65) Skala Likert mempunyai 5 pilihan jawaban, nilai satu mewakili penilaian terendah dan nilai 5 penilaian tertinggi. sesuai dengan system penilaian atau bobot yang ditetapkan.

Tabel 3. 1 Skala

Jawaban	Kode	Skala
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Menurut Sugiyono (2019:65)

Pengelompokan kategori dari hasil rata-rata (mean) yang bernilai pecahan, peneliti menggunakan numerik linier dengan mencari nilai Rentang Skala (RS) dengan perhitungan  $(5-1) / 5$  hasilnya adalah 0,8. Oleh karena itu dapat disimpulkan untuk rentang skala yang digunakan adalah (Aritonang, 2020):

1. Sangat tidak setuju : 1 - 1,08
2. Tidak setuju : > 1,08 – 2,6
3. Netral : > 2,6 – 3,4
4. Setuju : > 3,4 – 4,2
5. Sangat Setuju : > 4,2 – 5

### 3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional ialah penjelasan yang jelas dan mengukur mengenai variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian. dalam konteks penelitian mengenai *augmented reality* (AR) dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada IKEA Place, berikut adalah definisi operasional berasal masing-masing variable. terdapat tiga jenis variuabel yg digunakan salam penelitian ini artinya sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Dimensi Variabel	Sumber
Augmented Reality (X1)	1. Interactivity 2. Vividness 3. Novelty	1. Pengalaman Pengguna 2. Kualitas Visual 3. Keunikan	(Nurlina, dkk, 2022)
Kualitas Produk (X2)	1. Kinerja 2. Fitur 3. Reabilitas 4. Spesifikasi 5. Daya Tahan 6. Ketersediaan 7. Estetika 8. Kualitas yang di rasakan	1. Performansi Produk 2. Fitur Produk 3. Keandalan 4. Spesifikasi Produk 5. Ketahanan Produk 6. Ketersediaan 7. Desain 8. Persepsi Konsumen	Menurut Fandy Tjiptono 2016
Minat Beli (Y)	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Eksploratif 4. Refensial	1. Minat Beli 2. Minat Merekomendasi 3. Minat Menjelajahi 4. Minat Membandingkan	Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong edisi 2021

Sumber: Hasil penelitian, 2024

### 3.6 Teknik Analisa Data

Metode analisis adalah suatu aktivitas yang dilaksanakan sesudah sumber data terkumpul dan berisikan kegiatan mengkatagorikan data yang didasari variabel dan jenis responden, Proses analisis meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam studi ini, menurut (Padilah & Adam, 2019) data analysis techniques yang dikenakan mencakup descriptive statistic dan salah satu jenis inferential statistic, yaitu multiple regression analysis. Regresi linier berganda berisikan algoritma yang dapat dipakai guna mengamati pola keterkaitan antara faktor terikat dan 2 atau lebih faktor bebas. Proses analisis data pada penelitiannya akan mempergunakan perangkat lunak komputer yang disebut IBM SPSS 27.

### 3.7 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan dan merangkum karakteristik data yang sudah dikumpulkan. Metode ini tidak bertujuan untuk membuat generalisasi perihal populasi yg lebih luas, melainkan hanya buat memberikan ilustrasi yg jelas serta ringkas

tentang data yang terdapat yang bisa digunakan buat berbagai fungsi lain, termasuk mengevaluasi seberapa bertenaga korelasi antara variabel melalui analisis korelasi. Selain itu, peneliti juga bisa melakukan prediksi melalui analisis regresi, yang memungkinkan peramalan korelasi antar variabel. tidak hanya itu, deskriptif statistik juga mencakup perbandingan dengan melihat serta membandingkan rata-rata baik dari semua populasi juga dari sampel yg dimanfaatkan pada penelitian (Sugiyono, 2019).

### **3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Menurut oleh Ghozali (2021b) Uji validitas juga berguna agar bisa melihat sejauh mana instrumen yang penelitian bisa mengukur apa yang seharusnya diukur. pada SPSS versi 27, uji validitas umumnya dilakukan dengan menggunakan metode korelasi Pearson Product Moment. Nilai hubungan antara masing-masing item pertanyaan serta total skor keseluruhan akan dihitung. Item dianggap valid Bila nilai korelasinya ( $r$ ) lebih besar dari  $r$ -tabel menggunakan tingkat signifikansi tertentu (yakni, 0,05). Suatu hipotesis dapat dianggap sah apabila nilai hubungan yg didapatkan asal perhitungan, atau yang seringkali dianggap menjadi  $r$ -hitung, melampaui nilai korelasi yang terdaftar dalam  $r$ -tabel. Uji Validitas yakni tata cara yang dikenakan untuk menilai seberapa besar suatu instrumen pengukur mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat (Hamid et al. 2019).

#### **3.8.2 Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi instrumen dalam menghasilkan hasil yang sama pada pengukuran yang berulang. Melalui pengujian ini, peneliti dapat memastikan bahwa alat ukur yang digunakan tidak hanya memberikan hasil yang stabil, tetapi juga mampu menghasilkan data yang valid di berbagai konteks. mengukur realibilitas dengan menggunakan dua indikator: Composit Realiability (CR) serta Cronbach Alpa (CA). Suatu konstruk Bila nilai Composit Realiability lebih tinggi dari

0,60, serta disebut mempunyai taraf reliabilitas tinggi Bila nilainya pada atas 0,70 atau 0,80. sementara itu, Cronbach Alpa dipakai mengukur konsistensi internal suatu konstruk. Konstruk diklaim reliabel apabila Cronbach Alpa lebih tinggi dari 0,60 menurut penelitian (Arikunto, 2019). Proses ini juga penting untuk memvalidasi persamaan regresi yang dikenakan dalam analisis. Uji asumsi klasik berisikan dari sejumlah langkah, yakni uji normalitas, kemudian uji multikolineartas dan uji heterokedastisitas, serta uji autokorelasi. Setiap langkah ini bermaksud untuk memeriksa asumsi yang mendasari analisis regresi. (Aditiya et al. 2023). Bila Cronbach's Alpha  $> 0,7$ , dapat dikatakan pernyataan reliable Jika Cronbach Alpha  $< 0,7$ , dapat dikatakan pernyataan tak reliable.

### **3.9 Asumsi Klasik**

Penelitian ini menerapkan pengujian asumsi klasik yang dilakukan terhadap data primer yang telah dikumpulkan. Adapun uji asumsi klasik berisikan dari sejumlah langkah, yakni uji normalitas, uji multikolineartas, uji heterokedastisitas. Setiap langkah tersebut bermaksud untuk memeriksa asumsi yang mendasari analisis regresi. Namun untuk studi ini tanpa memakai uji autokorelasi mengingatkan tersebut tidak perlu digunakan pada data cross-sectional (Aditiya et al. 2023). Uji tersebut bertujuan dalam memastikan seluruh data memenuhi syarat-syarat statistik sebelum dilakukan analisis berikutnya.

#### **3.9.1 Uji Normalitas**

Surani & Fricticarani, (2023) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variable dependen, variabel independen dapat berkontribusi secara normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini menggunakan dua metode yaitu menggunakan analisis grafik dan uji statistiknon-parametrik Kolmogorof-Smirmov (uji K-S). Bila nilai signifikansi (p-value) yang dihasilkan dari uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak. sehingga, tidak terdapat bukti yang

cukup untuk menyatakan bahwa data residual tidak berdistribusi normal. dengan kata lain, data residual bisa diasumsikan berdistribusi normal. Sebaliknya, Bila nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05, maka hipotesis nol ditolak. Ini mengindikasikan bahwa data residual tidak mengikuti distribusi normal. pada situasi ini, asumsi normalitas yang dibutuhkan untuk beberapa teknik analisis statistik, seperti uji-t serta analisis varian, tidak terpenuhi.

### **3.9.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghazali (2018), uji tersebut memiliki orientasi demi memastikan bahwa faktor independen yang digunakan mempunyai korelasi yang tinggi atau sempurna dalam model regresi. Untuk mendeteksi keberadaan multikolinearitas, kita dapat merujuk pada dua ukuran, yaitu nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Keduanya memberikan informasi mengenai seberapa besar kontribusi setiap variabel independen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Nilai tolerance menunjukkan proporsi variabilitas dari suatu variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lain dalam model. Sebagai acuan, umumnya nilai cutoff yang digunakan untuk mengindikasikan adanya masalah multikolinearitas adalah ketika Kondisi nilai  $VIF \geq 10$  atau nilai tolerance  $\leq 0,1$  maka dapat dikatakan terdapat multikoleniaritas. Dan Jika nilai  $VIF \leq 10$  atau nilai tolerance  $\geq 0,1$  maka dapat dikatakan terdapat multikoleniaritas.

### **3.9.3 Uji Heteroskedastisitas**

Dalam penelitian ini, homoskedastisitas merujuk pada kondisi di mana varians residual antara pengamatan tetap konstan. Menurut Ghazali (2021b), terdapat sejumlah metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi keberadaan heteroskedast Adapun metode yang dapat dikenakan salah satunya Uji Koefisien Korelasi. Metode ini mengorelasikan variabel



independen dengan nilai residual unstandardized menurut (Sopiah & Diantika, 2023). Apabila Tidak ada indikasi heteroskedastisitas bila nilai Sig. lebih besar 0.05. Dan Terjadi ada indikasi heterokedastisitas bila nilai Sig. lebih kecil 0.05.isitas.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan langkah-langkah pencegahan yang diperlukan, di mana kriteria signifikansi ditetapkan pada nilai lebih besar dari 0,05 untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan tidak terpengaruh oleh masalah heteroskedastisitas.

### 3.10 Analisis Linier Berganda

Menurut (Purba et al. 2021) Regresi linear ganda dilangsungkan guna menimbang sejauh mana efek faktor bebas terhadap faktor terikat Analisis regresi linear berganda dilaksanakan guna mendapat pengetahuan arah dan ukuran besarnya pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Penelitian ini akan mengimplementasikan regresi linear berganda, dengan mempertimbangkan adanya lebih dari satu variabel independen yang berinteraksi dengan satu variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, rumusan untuk regresi linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$$

Yang memiliki arti :

$Y$  = *Minat Beli*

$a$  = *Konstanta*

$\beta$  = *Koefisien Regresi*

$X_1$  = *Augmented Reality*

$X_2$  = *Kualitas Produk*

### 3.11 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Adjusted R Square, dapat dikatakan sebagai koefisien determinasi, berfungsi untuk memperkirakan seberapa besar suatu model bisa menjelaskan variasi dalam variabel bebas, dengan tetap mempertimbangkan berapa banyak variabel terikat yang terlibat Menurut Ghazali (2021). Adjusted R Square menawarkan ukuran yang lebih mendalam dan kritis terhadap kualitas model regresi yang diterapkan. Skor koefisien determinasi yaitu di tengah 0 serta 1. Semakin mengarah angka 1, Adjusted R<sup>2</sup> menunjukkan bahwasanya variabel bebas memberikan informasi yang lebih banyak untuk memproyeksikan faktor terikat. Maka nilai dari koefisien determinasi pun tinggi berdampak pada kemampuan faktor bebas menjabarkan dan memprediksi faktor terikat semakin kuat.

- Menurut Ghazali(2013:97), koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Adjusted R<sup>2</sup> dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Koefisien determinasi dinyatakan dengan rumus:

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

Dimana: KD=Koefisien Determinasi

r<sup>2</sup> =Koefisien Korelasi

### 3.12 Uji Parsial ( Uji T )

Menurut (Sugiyono, 2019) Uji t, dapat dikatakan sebagai uji t-parameter, yaitu metode statistik untuk menganalisis apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata dari dua kelompok atau lebih. Teknik ini sangat berharga dalam pengolahan data yang melibatkan variabel kuantitatif serta mendukung pengujian hipotesis yang berkaitan dengan populasi. Apabila nilai t-hitung melebihi nilai t-tabel pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan (contohnya, 0,05), maka hipotesis nol akan ditolak, yang

memungkinkan kesimpulan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kelompok tersebut. Nilai T dapat diketahui pada Tabel Koefisien pada output IBM SPSS, Skor T taksir diamati dalam table Koefisien pada output SPSS, sedang T table diperoleh pada formula

$$T \text{ table} = (\alpha / 2 : n - K)$$

Yang memiliki arti :

n = jumlah sampel

$\alpha$  = nilai signifikansi

K = Jumlah variabel X

Adapun nilai T hitung dan juga T table bisa dilaksanakan perbandingan guna melaksanakan uji T.

Contoh Hipotesis:

1. Ho diterimanya serta Ha ditolaknya bila skor signifikan lebih besar 0.05
2. Ho ditolaknya serta Ha diterimanya bila skor signifikan lebih kecil 0.05

### 3.13 Uji Anova (Uji F)

Pelaksanaan uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai F-hitung yang dihasilkan dari analisis dengan nilai F-tabel. Nilai F-hitung dapat ditemukan dalam Tabel ANOVA yang terdapat pada output IBM SPSS. Uji statistik F dimanfaatkan dalam menilai apakah keseluruhan variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi secara simultan berpengaruh pada variabel dependen yang sedang diuji. F table didapatkan dari F tabel = n-k-1 dalam taraf sig sebesar 5 persen (0.05), selanjutnya meninjau F tabel

$$H_0: \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0:$$

Dampak yang dihasilkan diantara Augmented Reality (X1), Kualitas Produk serta dengan bersama-sama atas Minat Beli (Y).

Contohnya :

1. Model regresi diterima apabila kondisi nilai F-hitung > dari nilai F-tabel, atau signifikansi yang diperoleh < 0,05.

2. Sebaliknya, model regresi akan ditolak jika nilai F-hitung < dari nilai F-tabel, atau signifikansi yang diperoleh > dari 0,05.

Dengan demikian, uji F berperan penting dalam menentukan kelayakan model regresi berdasarkan pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen

### 3.14 Uji Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama atau simultan (dengan uji F). Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari nilai koefisien determinasi (KD) yang merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r). oleh karena itu, pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap nilai signifikan.

#### 3.14.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial

- a) Pengaruh Augmented Reality terhadap Minat Beli  
Ho:=0: Koefisien korelasi populasi antara Augmented Reality dengan Minat beli tidak signifikan.  
Ha:≠0: Koefisien korelasi populasi antara Augmented reality dengan minat beli signifikan.
- b) Pengaruh Kualitas Produk terhadap minat beli  
Ho:=0: Koefisien korelasi populasi antara kualitas produk dengan minat beli tidak signifikan.  
Ha:≠0: Koefisien korelasi populasi antara kualitas produk dengan minat beli signifikan.  
Kriteria pengujian: Ho ditolak,jika signifikan  $t < 0,05$ , Ho diterima, jika signifikan  $t \geq 0,05$

#### 3.14.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

- c) Pengaruh Augmented Reality dan Kualitas Produk terhadap Minat beli

$H_0: =0$ : Koefisien korelasi populasi antara augmented reality dan kualitas produk dengan minat beli tidak signifikan.

$H_a: \neq 0$ : Koefisien korelasi populasi antara augmented reality dan kualitas produk dengan minat beli signifikan.

Kriteria pengujian:  $H_0$  ditolak jika signifikan  $F < 0,05$ ,  $H_0$  diterima, jika signifikan  $F \geq 0,05$ .

Apabila dalam pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan  $H_0$  ditolak dengan lain koefisien korelasi populasi signifikan, berarti nilai korelasi determinate dapat dipakai, adanya pengaruh perubahan variabel bebas dan variabel terikat (Coleman & Fuoss, 1955).