

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah penikmat sekaligus pembeli Burger Bangor Siliwangi melalui platform media sosial Instagram khususnya Instagram *Stories*. Penelitian ini akan fokus pada fitur Instagram *Stories* dan bagaimana penggunaan fitur Instagram *Stories* tersebut berpengaruh terhadap minat beli konsumen Burger Bangor Siliwangi.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran rinci mengenai suatu fenomena atau gejala. Hasil akhir dari penelitian semacam ini cenderung menghasilkan tipologi atau pola-pola yang menggambarkan karakteristik fenomena yang menjadi fokus kajian. (Kusumastuti et al., 2020)

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. (Alifa & Saputri, 2022) Penelitian kuantitatif merupakan metode yang menghasilkan data naratif berupa kata-kata atau lisan yang berasal dari individu dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini fokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu isu, daripada hanya melihat masalah dari perspektif umum, mengingat bahwa karakteristik setiap masalah dapat berbeda dari yang lain.

Dalam penelitian ini, metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menjabarkan, mengklasifikasikan, dan menganalisis konten marketing Instagram *Stories* terhadap minat beli. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mencapai pemahaman yang lebih mendalam tentang konten marketing Instagram *Stories* dan pengaruhnya terhadap minat beli.

3.2.2 Operasional Variable

Variabel independen, yang merupakan variabel yang sengaja diatur oleh peneliti, digunakan untuk mengamati bagaimana pengaruhnya terhadap variabel dependen. Sementara itu, variabel tergantung adalah jenis variabel yang dipengaruhi

oleh perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Variabel penelitian adalah segala komponen yang telah ditetapkan sebelumnya dalam rangka penelitian, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi yang akan dianalisis dan dievaluasi untuk mencapai kesimpulan (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, saya mengambil beberapa referensi jurnal yang menggunakan indikator yang sama seperti pada variable konten marketing saya menggunakan referensi jurnal dari (Andika, 2022; Irianto, 2020; Milhinhos, 2015) dan untuk variable minat beli saya menggunakan referensi jurnal (Marlena, 2018; Rendi, 2021; Wicaksono, 2015) maka dari variabel-variabel yang terkait adalah:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variable	Indikator	Dimensi	Skala
Konten Marketing (X) (Milhinhos, 2015)	Relevansi	Infomasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan masalah dari konsumen.	Ordinal
	Akurasi	Informasi pada konten sesuai dengan kondisi dan kenyataan.	Ordinal
	Bernilai	Informasi konten sekiranya harus memiliki nilai dan manfaat bagi konsumen.	Ordinal
Konten Marketing (X) (Milhinhos, 2015)	Mudah Dipahami	Informasi konten harus dapat dipahami dengan mudah bagi konsumen	Ordinal

	Mudah Ditemukan	Konten disalurkan melalui berbagai media yang tepat sehingga mudah dijangkau oleh konsumen	Ordinal
	Konsisten	Konten yang didistribusikan memperhatikan kuantitas dengan cara melakukan update secara berkala.	Ordinal
Minat Beli (Y) (Kotler, 2000)	Minat Transaksional	Minat atau kecenderungan konsumen untuk membeli produk	Ordinal
	Minat Referensial	Kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan suatu produk atau jasa kepada orang lain.	Ordinal
	Minat Prefensial	Minat atau kecenderungan tentang perilaku konsumen yang telah memiliki	Ordinal

preferensi atau pilihan utama pada suatu produk.

Minat Eksploratif Minat atau kecenderungan yang menjelaskan perbuatan konsumen dalam mencari informasi mengenai produk atau jasa yang diminati.

Ordinal

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari subyek yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono dalam (Suryani et al., 2020) menyebutkan bahwa “Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan data primer diperoleh dari kuesioner yang dilakukan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil data hasil pengisian keusioner oleh para pengguna Instagram Stories yang mengikuti atau menjadi konsumen dari Burger Bangor Siliwangi

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono dalam (Suryani et al., 2020) menyebutkan bahwa “Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”, misalnya studi sebelumnya yang telah dilakukan. Data penunjang penelitian didapat dari dokumen-dokumen berkaitan dengan penelitian tersebut.

3.2.4 Populasi, Sample dan Teknik Penarikan Sample

3.2.4.1 Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan kumpulan elemen yang membagikan karakteristik umum tertentu, dan mencakup berbagai bidang yang akan diinvestigasi.

Dalam konteks ini, populasi mencakup seluruh kelompok individu, peristiwa, atau barang yang menarik perhatian peneliti dan menjadi objek studi (Nuha, 2017). Oleh karena itu, populasi merujuk pada semua elemen yang dapat diambil sebagai dasar untuk mengambil berbagai kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah para penikmat konten Instagram Stories Burger Bangor Siliwangi yang telah memfollow dan melihat akun Instagram Burger Bangor Siliwangi sebanyak 2.606 follower.

3.2.4.2 Sample

Dalam konteks penelitian, *non-probability sampling* digunakan ketika peneliti menghadapi keterbatasan dalam memiliki kerangka sampel yang memadai. Salah satu jenis *non-probability sampling* yang sering diterapkan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada tujuan tertentu. Misalnya, peneliti dapat memilih sampel yang memiliki pengalaman tertentu, atau yang memiliki karakteristik tertentu. Tujuan dari *purposive sampling* adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Misalnya, jika peneliti ingin mengetahui pendapat masyarakat tentang kebijakan pemerintah, maka peneliti dapat memilih sampel yang memiliki pengalaman dengan kebijakan pemerintah tersebut. Adapun beberapa kriteria yang peneliti tetapkan yaitu:

1. Pernah memfollow akun instagram @burgerbangortasikmalaya dalam kurun waktu 5 bulan terakhir
2. Pernah melihat akun instagram @burgerbangortasikmalaya dalam kurun waktu 5 bulan terakhir
3. Berdomisili di kota Tasikmalaya

3.2.4.3 Teknik Penarikan Sample

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menerapkan rumus Slovin karena metode ini memungkinkan untuk mendapatkan sampel yang mewakili dengan baik dan dapat diberlakukan pada populasi yang lebih luas. Penggunaan rumus Slovin juga memudahkan perhitungan tanpa memerlukan tabel jumlah sampel yang kompleks, melainkan dapat dilakukan dengan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang akan diambil dengan tingkat toleransi error sepuluh persen karena jumlah populasi telah diketahui. adalah sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N(e^2))$$

Di mana:

n = jumlah sample yang dicari

N = Ukuran populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram yang mengikuti kampanye influencer marketing

e = Toleransi terhadap ketidaktepatan karena kesalahan dalam pengambilan sampel bervariasi. Setiap populasi memiliki batas toleransi yang berbeda, seperti 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%.

$$Ne^2 = 2606 \times 0,15^2 = 26,06$$

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

$$n = 2060 / (1 + 26,06)$$

$$n = 317 / 27,06$$

$$n = 96,3$$

Apabila dibulatkan maka besar sampel minimal dari 2.606 populasi dengan sampling error 10% adalah sebesar 97 sampel.

3.2.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.5.1 Pengujian Validitas

Keakuratan suatu metode pengukuran instrumen disebut sebagai validitas. (Sugiyono, 2018) Data yang valid adalah data yang akurat dan dapat dipercaya. Data yang valid dapat diperoleh dengan menggunakan alat ukur yang valid. Alat ukur yang valid adalah alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur dengan tepat. Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur validitas alat ukur. Uji validitas dapat dilakukan dengan berbagai teknik, salah satunya adalah teknik korelasi Product Moment. Teknik korelasi Product Moment adalah teknik yang digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengukur validitas instrumen kuesioner. Instrumen kuesioner digunakan untuk mengukur variabel minat beli konsumen terhadap konten marketing Instagram Stories. Uji validitas instrumen kuesioner dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Product Moment dengan bantuan SPSS (Statistical Package for the

Social Science). Hal ini berarti bahwa instrumen kuesioner dapat mengukur variabel minat beli konsumen terhadap konten marketing Instagram Stories dengan tepat. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbarch (Setiyawan, 2014)

Menurut (Karisma, Novita, 2023) Kriteria dalam menentukan valid tidaknya kuesioner melalui penggunaan SPSS melibatkan langkah-langkah berikut:

1. Jika nilai perhitungan (rhitung) lebih besar atau sama dengan nilai tabel (rtabel), maka item pernyataan dianggap valid.
2. Namun, jika nilai perhitungan (rhitung) lebih kecil dari nilai tabel (rtabel), maka item pernyataan dianggap tidak valid.

3.2.5.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut (Janna & Herianto, 2021), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Biasanya sebelum dilakukan uji reliabilitas data, dilakukan uji validitas data. Hal ini dikarenakan data yang akan diukur harus valid, dan baru dilanjutkan dengan uji reliabilitas data. Namun, apabila data yang diukur tidak valid, maka tidak perlu dilakukan uji reliabilitas data.

Cronbach alpha adalah koefisien reliabilitas yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal suatu alat ukur. Cronbach alpha dihitung dengan membagi varians total item dengan varians total item yang tidak terkait dengan kesalahan pengukuran. Nilai cronbach alpha yang tinggi menunjukkan bahwa item-item dalam alat ukur tersebut mengukur konstruk yang sama dengan konsisten. Nilai cronbach alpha yang rendah menunjukkan bahwa item-item dalam alat ukur tersebut mengukur konstruk yang berbeda atau tidak konsisten. (Janna & Herianto, 2021) pernyataan reliabilitas di bawah 0,60 dianggap rendah, sementara reliabilitas antara 0,70 dianggap dapat diterima, dan reliabilitas di atas 0,80 dianggap tinggi.

Tabel 3. 2 Indek Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Inteval	Kriteria
1	0,08 - 1	Sangat Tinggi
2	0,06 - 0,08	Tinggi
3	0,04 - 0,06	Cukup Tinggi
4	0,02 - 0,04	Rendah
5	0,00 - 0,02	Sangat Rendah

Sumber : (Janna & Herianto, 2021)

3.2.6 Uji Asumsi Klasik

3.2.6.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependent dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Harahap, 2020) Dalam rangka studi ini, pengujian kelayakan distribusi normal diperlakukan dengan menerapkan *P-Plot* dan Kolmogorov-Smirnov, dengan hasil signifikansi $> 0,05$.

3.2.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Suyadi et al., 2022). Data dinyatakan memiliki ketidaksamaan jika memiliki nilai signifikan $< 0,05$.

3.2.6.3 Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan tak bebas apakah linear atau tidak. Linear diartikan hubungan seperti garis lurus. Uji linearitas umumnya digunakan sebagai persyaratan analisis bila data penelitian akan analisis menggunakan regresi linear sederhana atau regresi linear

berganda (Widana & Muliani, 2020). Variable dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila nilai Sig. deviation from linearity $> 0,05$.

3.2.7 Rancangan Analisis Data

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Dalam lingkup penelitian ini, analisis deskriptif digunakan dengan tujuan memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi variabel yang sedang diuji, yaitu konten pemasaran dan minat pembelian. Dalam melakukan analisis deskriptif, peneliti menguraikan beberapa metode yang telah diterapkan untuk tujuan tersebut., antara lain:

1. Data diperoleh oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada responden, di mana kuesioner tersebut diberikan kepada sampel yang telah diambil sebelumnya.
2. Dalam tahap pengumpulan data, peneliti menentukan alat yang akan digunakan untuk mendapatkan informasi dari elemen-elemen yang ingin diteliti. Pada penelitian ini, alat yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mendapatkan informasi tentang pendapat, sikap, atau perilaku mereka. Dalam rangka studi ini, kuesioner dimanfaatkan untuk menggambarkan dan mengukur variabel-variabel tertentu. Penelitian, yaitu minat beli konsumen terhadap konten marketing Instagram Stories. Skala Likert adalah salah satu jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Skala Likert terdiri dari beberapa pilihan jawaban, seperti sangat setuju, setuju, tidak setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Responden diminta untuk memilih salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat mereka. Nilai kuesioner dari masing-masing variabel penelitian diukur dengan menggunakan skala Likert. Nilai kuesioner kemudian dianalisis untuk mendapatkan hasil penelitian. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh konten marketing Instagram Stories terhadap minat beli konsumen.

3.2.7.2 Rancangan Pengujian Hipotesis

3.2.7.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam regresi, variabel independen menerangkan variabel dependennya. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antar variabel bersifat linear, dimana perubahan

pada variabel X akan diikuti oleh perubahan Variabel Y secara tetap. Sementara pada hubungan non linear, perubahan variabel X tidak diikuti variabel Y secara proposional. (Muhartin, 2021). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan software SPSS dengan tingkat signifikan < dari 0,05.

3.2.7.2.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen, dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lainnya tetap konstan. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, yang berarti bahwa kemungkinan hasil kesimpulan yang ditarik benar memiliki probabilitas 95% atau toleransi kesalahan sebesar 5%. Selanjutnya, dilihat tingkat signifikansi hitung dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel dependen dengan $\alpha = 5\%$ (Sugiyono, 2014).

Untuk menentukan apakah variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen, kita dapat menggunakan uji t-hitung. Uji t-hitung membandingkan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel. Jika nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, maka kita dapat menyimpulkan bahwa variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen. Kriteria yang digunakan sebagai berikut:

1. Apabila nilai Sig. < 0,05, maka hipotesis diterima (signifikan), hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependen secara parsial.
2. Sebaliknya, jika nilai Sig. > 0,05, maka hipotesis ditolak (tidak signifikan), hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependen secara parsial.

3.2.7.2.3 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) dihitung dengan cara membagi variansi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen dengan varians total variabel dependen. Semakin tinggi nilai Koefisien determinasi (R^2), semakin baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengukur kualitas suatu model. Model yang memiliki nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang tinggi mengindikasikan kemampuan model dalam menggambarkan variabel dependen secara efektif. Sebaliknya, model

dengan nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang rendah menunjukkan bahwa model tersebut tidak efektif dalam mengungkapkan hubungan variabel dependen. Koefisien Determinasi (R^2) juga dapat digunakan sebagai alat perbandingan kinerja antara dua atau lebih model. Apabila model memiliki Koefisien Determinasi (R^2) yang lebih tinggi, hal ini mengisyaratkan bahwa model tersebut lebih mampu menjelaskan variabel dependen secara lebih baik dibandingkan model lainnya. Rumus untuk koefisien determinan adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai R^2 rendah atau mendekati angka nol, itu menandakan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi yang ada pada variabel dependen.
- 2) Apabila nilai R^2 mendekati satu, maka artinya variabel independen mampu mengartikan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memperkirakan variasi variabel tidak bebas.