

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah tempat peneliti untuk melaksanakan penelitian agar mendapatkan data yang dibutuhkan. Objek penelitian ini adalah usaha yang bergerak di bidang minuman khususnya seduhan kopi dengan nama Episode Kopi yang memiliki akun instagram dengan domain @episode.kopi yang digunakan sebagai media promosi. Episode Kopi beralamat di Jalan Pahlawan No.47 RT 001 RW 006 Arjawinangun, Kecamatan Arjawinangun, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45162.

Peneliti memilih lokasi tersebut karena kurang maksimalnya penggunaan promosi pada akun media sosial instagram yang dijadikan media promosi sehingga mengakibatkan kenaikan dan penurunan pembelian. Selain hal tersebut, alasan lainnya karena lokasi tempat penelitian tidak begitu jauh dengan domisili peneliti sehingga mengefektifkan waktu dan tenaga dan mengoptimalkan keterbatasan dana sehingga tidak mengeluarkan dana yang cukup besar.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

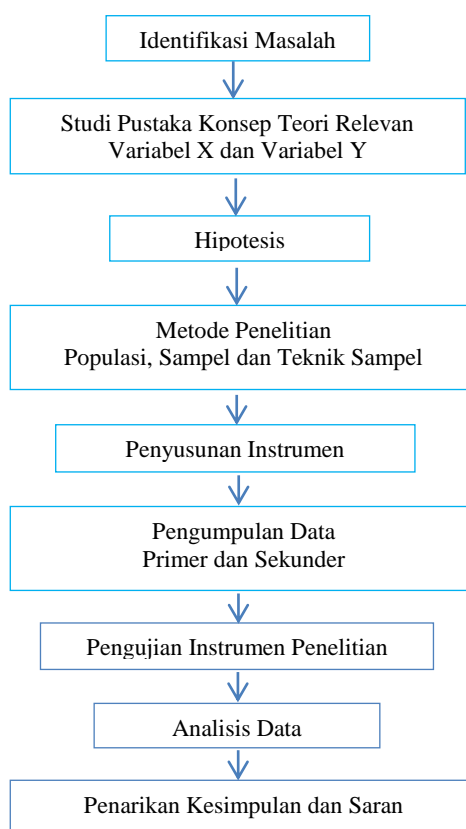
Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2019) metode kuantitatif merupakan metode yang menggunakan analisis statistik dalam bentuk angka, yang bertujuan mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang dapat dikaitkan dengan suatu fenomena. Seangkan pendekatan deksriptif yaitu metode penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan atau menganalisis variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Adapun verifikatif merupakan penelitian yang dilakukan terhadap kelompok populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode deskriptif digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran jelas mengenai variabel yang akan diteliti yaitu promosi dan keputusan pembelian. Sedangkan penggunaan metode verifikatif digunakan pada penelitian ini, karena sesuai dengan tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui

pengaruh antar variabel promosi terhadap keputusan pembelian yang akan dilakukan pengujian melalui hipotesis.

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian digunakan peneliti untuk mengetahui rangkaian proses atau pengambilan keputusan dalam penelitian karena tanpa desain yang tepat maka peneliti tidak dapat melakukan penelitian dengan baik karena tidak mempunyai pedoman yang jelas. Adapun desain penelitian ini merupakan penelitian kausal. Penelitian kausal menurut Sugiyono (2019) penelitian kausalitas merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan tingkat pengaruh yang bersifat sebab akibat.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

Berdasarkan Gambar 3.1 diatas alur penelitian ini dimulai dari mengidentifikasi masalah yang terjadi pada objek penelitian yaitu Episode Kopi, melakukan studi pustaka dengan mencari teori dan konsep relevan, melakukan penyusunan hipotesis, menyesuaikan metode penelitian dengan menentukan populasi, sampel dan teknik sampel, menyusun instrumen penelitian, kemudian

menungpulkan data primer dan sekunder dengan alat pengumpulan data observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi, lalu melakukan pengujian instrumen dan menganalisis data yang diperoleh dilapangan sehingga didapatkan kesimpulan dan saran yang membangun baik bagi pemilik usaha maupun bagi peneliti dan peneliti selanjutnya

3.3 Operasional Variabel

Operasional variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas (*independent variable*) adalah promosi dan satu variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian. Berikut adalah tabel operasional variabel pada penelitian ini :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Promosi (Chris Hauer (dalam Suparnoto & Setiobudi, 2021)	Promosi adalah usaha yang dijalankan oleh perusahaan dengan cara menyampaikan informasi atas produk atau jasa tersebut melalui komunikasi dengan audience yang sifatnya membujuk (Bakhtiar <i>et al.</i> 2020)	<i>Context</i> (Konteks)	1. Susunan bahasa yang jelas	Ordinal
			2. Isi pesan menarik perhatian	
		<i>Communication</i> (Komunikasi)	3. Isi pesan yang dapat mendorong tindakan	Ordinal
			4. Pesan unggahan video reels dapat diterima	
			5. Pesan unggahan video reels dapat dipahami	
			6. Konsumen merespon dengan memberikan komentar	

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			7. Penjual aktif membagikan unggahan	
		<i>Collaboration</i> (Kolaborasi)	8. Kerja sama menjadi lebih baik 9. Kerja sama menjadi lebih efektif 10. Kerja sama menjadi lebih efisien 11. Konsumen menaruh rasa percaya	Ordinal
		<i>Connection</i> (Koneksi)	12. Konsumen menghubungi penjual sebelum membeli produk 13. Penjual menanggapi respon konsumen 14. Penjual mampu mempertahankan hubungan	Ordinal
Keputusan Pembelian (Kotler & Keller, 2016)	Keputusan pembelian yakni gagasan dimana seseorang	Pengenalan Kebutuhan	15. Konsumen menyadari kebutuhan 16. Konsumen dipengaruhi	Ordinal

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
	dapat		kebutuhan	
	mengevaluasi	Pencarian	17. Konsumen	Ordinal
	beragam	Informasi	memperoleh	
	pilihan dan		informasi dari	
	dapat		teman	
	memutuskan		18. Konsumen	
	pada salah satu		memperoleh	
	produk dari		informasi dari	
	sekian		rekan kerja	
	berbagai		19. Konsumen	
	pilihan		memperoleh	
	(Maulana dan		informasi dari	
	Aprianti,		iklan	
	2021)		20. Konsumen	
			memperoleh	
			informasi dari	
			pajangan di kedai	
			21. Konsumen	
			memperoleh	
			informasi ulasan	
			dari media sosial	
			instagram	
			22. Konsumen	
			memperoleh	
			informasi dari	
			forum pameran	
			kopi/kontes kopi	
			23. Konsumen	
			mencoba produk	
			secara langsung	
			24. Konsumen	

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			mengkaji manfaat produk	
	Evaluasi Alternatif		25. Konsumen membandingkan keterjangkauan harga dengan kompetitor	Ordinal
			26. Konsumen membandingkan potongan harga dengan kompetitor	
			27. Konsumen menentukan kesesuaian produk dengan kompetitor	
			28. Konsumen menentukan proses penyajian (rasa/bahan) dengan kompetitor	
	Keputusan Pembelian		29. Konsumen memilih salah satu produk yang sesuai	Ordinal
			30. Konsumen memilih salah satu produk yang paling disukai	

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
			31. Konsumen menyesuaikan pembelian dengan seberapa banyak produk yang akan dikonsumsi	
			32. Konsumen menyesuaikan pembelian dengan waktu (kapan saja)	
			33. Konsumen menentukan pembayaran dengan tunai	
Evaluasi Pasca Pembelian			34. Konsumen merubah sikap puas atau tidak puas	
			35. Konsumen mendapatkan manfaat produk sesuai harapan	
			36. Penjual menyusun strategi perbaikan	
			37. Penjual melakukan inovasi	

3.4 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data merupakan informasi yang ada pada penelitian untuk mencapai sebuah kesimpulan atau fakta yang akan dikumpulkan oleh peneliti. Data pada penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder.

1. Data primer merupakan data yang diperoleh di lapangan atau dari sumber pertama pada pengumpul data. Pada penelitian ini data primer didapatkan dari hasil observasi, kuesioner, dan wawancara pada Episode Kopi.
2. Data sekunder merupakan data pelengkap seperti sumber data lain yang diperoleh dari media perantara. Pada penelitian ini data sekunder di dapatkan dari catatan atau dokumenasi mengenai laporan pembelian di Episode Kopi.

3.4.2 Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data atau instrumen penelitian merupakan prosedur yang sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian (Sahir, 2022). Adapun alat yang digunakan pada penelitian kuantitatif ini antara lain:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan melihat langsung kondisi di lapangan seperti melihat tempat kerja, melihat kegiatan yang sedang berlangsung, dan melihat lingkungan kerja yang sedang berjalan. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik lainnya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data dengan memberi pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian kepada narasumber atau responden yang sudah ditentukan. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dimana peneliti telah menyiapkan alternatif jawaban dan sudah yakin dengan informasi yang didapatkan.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden. Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner

tertutup, yang mana peneliti telah membuat pilihan rangkaian alternatif jawaban sehingga responden bisa memilihnya.

Penetapan skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner ini yaitu skala likert dengan tingkat atas jawaban responden untuk mengukur bobot kuesioner. Kurniati (2022) menyatakan bahwa skala likert merupakan skala yang biasa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang dengan bobot nilai atas alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.2

Penilaian Alternatif Jawaban Kuesioner

Alternatif Jawaban	Skor Pernyataan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa studi literatur sebagai proses pengumpulan data dengan catatan berbentuk tulisan, gambar, atau lainnya yang dicontohkan seperti foto-foto yang berhubungan dengan masalah penelitian (Yanto *et al.* 2023). Dalam penelitian ini dokumentasi didapatkan dari bukti konten promosi di instagram reels dan dokumentasi lainnya.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah kelompok secara umum yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian lewat instagram @episode.kopi sejumlah 112 responden yang dilihat pada bulan Januari hingga Mei 2023.

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 112 responden yang mana seluruh populasi digunakan sebagai sampel dikarenakan semakin banyak sampel maka semakin baik pula dalam menggambarkan populasi pada penelitian.

3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling jenuh*. *Sampling jenuh* merupakan teknik *non-probability sampling* yaitu *non random sampling*. *Sampling jenuh* merupakan penarikan sampel dimana seluruh populasi dipilih untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2019). Hal tersebut dilakukan karena jumlah populasi yang relatif kecil sehingga mampu membuat generalisasi kesalahan yang sangat kecil.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan bukti bahwa suatu instrumen, teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur suatu konsep dapat menghasilkan kuesioner yang valid atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Uji validitas dilakukan dengan menguji validitas setiap pernyataan yang dikorelasikan dengan nilai total dari variabel.

Adapun ketentuan nilai total, jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka item pernyataan dikatakan valid. Sebaliknya, jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka item pernyataan tersebut tidak valid, sehingga diperlukan perbaikan atau item pernyataan tidak digunakan pada penelitian karena dianggap tidak relevan. Uji validitas dikatakan valid atau tidaknya dapat dilihat dengan memperhatikan kolom *Corrected Item-Total Correlation* (Sugiyono, 2019).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan atau konsistensi alat ukur, yaitu apakah alat pengukuran yang digunakan dapat tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Suparnoto & Setiobudi, 2021). Pada penelitian ini

selaras dengan pernyataan Sahir (2022) bahwa, suatu variabel dikatakan *reliable* jika perhitungan *Cronbach's Alpha* (α) $> 0,6$ yang jika dilakukan penelitian kembali dengan dimensi dan waktu yang berbeda dapat menciptakan simpulan yang sama. Sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* (α) $< 0,6$ maka variabel dianggap kurang handal.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2016) teknik statistik deskriptif merupakan analisis data dengan memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang sudah dikumpulkan dengan melihat nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum, *sum*, *range* dan standard deviasi. Dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif ditunjukkan untuk mengetahui gambaran dan deksripsi data dari variabel independen dan dependen.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak dengan kriteria jika data berdistribusi normal, maka dapat menggunakan uji statistik dengan jenis parametik tetapi jika data tidak berdistribusi normal, maka menggunakan uji statistik non parametik (Ghozali, 2016).

Adapun untuk melakukan uji normalitas pada penelitian ini selaras dengan pernyataan Barus *et al.* (2021), dalam mengetahui hasil uji normalitas dapat digunakan beberapa pendekatan seperti pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* dengan membandingkan nilai *Asymp.sig* (2-tailed) $> 0,05$ maka dikatakan berdistribuai normal dan jika nilai *Asymp.sig* (2-tailed) $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal, pendekatan histogram yang dikatakan normal jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram, dan pendekatan P-Plot dimana data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data di seputaran garis diagonal.

3.7.2.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan atau ketidakcocokan antara satu pengamatan ke pengamatan lain (Sahir, 2022). Uji heterokedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID) dimana Y prediksi dan Y sesungguhnya, dengan ketentuan jika terdapat heterokedastisitas maka terjadi pola tertentu seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit (Barus *et al.* 2021).

3.7.2.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Barus *et al.* (2021), tujuan uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas atau independen. Model regresi yang baik memiliki model yang didalamnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen (Ghozali, 2016). Dalam mengetahui hasil multikolinieritas dapat menggunakan metode *variance inflation factor* (VIF) $> 10,00$ dan *tolerance* $< 0,10$ maka terdapat multikolinieritas dalam data dan sebaliknya jika nilai VIF $< 10,00$ dan *tolerance* $> 0,10$ maka tidak terdapat multikolinieritas dalam data. Sedangkan untuk *tolerance* (TOL) memiliki ketentuan, jika nilai TOL mendekati 0 maka terjadi multikolinieritas sedangkan jika nilai TOL mendekati 1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas X yaitu promosi terhadap variabel terikat Y yaitu keputusan pembelian. Untuk menghitung atau mengetahui hasil dari uji regresi linier sederhana ini dapat di ketahui menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan : a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X : Promosi

Y : Keputusan pembelian

e : Resdual atau error

3.8.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara variabel x dan variabel y dengan tujuan mengetahui apakah koefisien korelasi yang tepat atau belum (Ghozali, 2016). Dalam uji parsial pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel dengan taraf signifikansi kesalahan 0,05 dengan melihat *degree of freedom* (df) pada SPSS. Untuk menguji derajat kebebasan melalui rumus sebagai berikut :

$$df = n - k - 1$$

Keterangan : df : Derajat kebebasan

n : Jumlah responden

k : Jumlah variabel bebas

Berdasarkan nilai signifikansi, t-hitung dan t-tabel memiliki ketentuan yaitu jika nilai signifikansi > 5% (0,05) dan t-hitung < t-tabel, maka tidak terdapat pengaruh. Sedangkan jika nilai signifikansi < 5% (0,05) dan t-hitung > t-tabel, maka terdapat pengaruh.

3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R square atau R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kesesuaian dan ketepatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dimana jika nilai R^2 mendekati nol, maka variabel bebas semakin terbatas untuk menjelaskan variabel terikat (Kurniati, 2022). Pada penelitian ini uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antar variabel yang dapat diperoleh menggunakan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

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

Keterangan : KD : Nilai koefisien determinasi

r^2 : Nilai kuadrat koefisien korelasi