

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Menurut Siyoto & Sodik (2015) objek penelitian merupakan variabel pengamatan penelitian atau bisa juga disebut sebagai faktor yang akan dikaji dan dianalisis. Adapun objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terdiri dari variabel X, Y dan Z yang dimana variabel X adalah *independent variable* berupa media sosial instagram, variabel Y sebagai *dependent variable* adalah eksistensi dan variabel Z sebagai variabel *intervening* adalah keputusan pembelian pada kudapan kukus tradisional Sunda. Adapun beberapa macam kudapan yang diteliti diantaranya yaitu awug, ketan bintul, moho, jojongkong, gegetuk, uras, ganyol, putu, seupan cau, hui cilembu, pais koci, pasung beureum, bakecrot, nagasari, abudin, katimus, bugis, putri noong, leupeut dan ranggesing.

Subjek pada penelitian ini yaitu konsumen kudapan kukus tradisional Sunda yang merupakan pengguna instagram. Adapun isu masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu terkait sikap secara keseluruhan yang menyangkut pada fenomena yang terjadi terkait keberadaan kudapan kukus tradisional Sunda ditengah maraknya penggunaan instagram sebagai media pemasaran dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial instagram, keputusan pembelian dan eksistensi kudapan kukus tradisional Sunda di Kota Bandung.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Jenis dan Metode Penelitian

Metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif merupakan metode penelitian yang digunakan peneliti pada penelitian ini. Siyoto & Sodik (2015) mengemukakan bahwa metode kuantitatif dalam sebuah penelitian merupakan metode yang bersifat sistematis, terstruktur dan terencana dalam pembuatan konsep penelitian. Tujuan utama metode yang digunakan yaitu menjelaskan suatu masalah yang diteliti. Berdasarkan beberapa variabel yang diteliti dalam penelitian ini, maka dapat terlihat jenis penelitian yang digunakan

bersifat deskriptif asosiatif. Sugiyono (2012) menjelaskan bahwa fungsi metode deskriptif yaitu untuk menjelaskan, mendeskripsikan atau menggambarkan objek penelitian yang dikaji dan dianalisis berdasarkan sampel yang sebelumnya telah terkumpul. Serta asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang diteliti apakah memiliki hubungan atau tidak. Sehingga pada penelitian ini metode yang digunakan bertujuan untuk menjelaskan gambaran serta hubungan mengenai fenomena yang diteliti.

3.2.2. Operasional Variabel

Operasional variabel berfungsi untuk memberikan petunjuk bagaimana variabel yang diteliti dapat diukur. Dengan adanya operasional variabel dapat diketahui apakah pengukuran yang dilakukan baik atau tidak. Agar variabel-variabel penelitian dapat diukur dengan tepat, maka peneliti harus membuat indikator-indikator yang valid dan *reliable* terkait variabel penelitian. Menurut Surahman *et al.*, (2016) operasional variabel dibuat dalam bentuk tabel terdiri dari nama, deskripsi, alat ukur yang digunakan dan skala ukur yang digunakan pada sebuah penelitian yang akan dilakukan. Adapun skala ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ordinal, yang dimana jawaban untuk skala ordinal dapat disusun dalam bentuk skala likert. Untuk mempermudah peneliti dalam menyusun instrument pertanyaan, maka peneliti merancang tabel operasional terkait indikator-indikator yang akan diukur. Berikut tabel operasionalisasi variabel:

Tabel 3.1

Tabel Operasional Variabel

Variabel (X)	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	Item
Media Sosial Marketing (Instagram)	Pemasaran pada media sosial merupakan suatu bentuk pemasaran yang dilakukan guna membangun	<i>Content Creation</i>	Foto dan video yang menarik dan kejelasan informasi (<i>caption</i>) terkait konten kudapan kukus tradisional	Ordinal	1-2

Minarsih, 2021

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan tindakan seseorang terhadap suatu produk. Penggunaan Media sosial dapat membantu menjangkau orang-orang yang lebih luas agar tetap terhubung. (Gunelius:2011)		Sunda.		
	<i>Content Sharing</i>	Membagikan konten mengenai kudapan kukus tradisional Sunda secara konsisten.	Ordinal	3
	<i>Connections</i>	Kemudahan responden dalam mencari informasi terkait keberadaan dan ketersediaan kudapan kukus tradisional sunda	Ordinal	4
	<i>Community building</i>	Terjalannya hubungan antara sesama penggemar kudapan kukus tradisional sunda sehingga terbentuk komunitas.	Ordinal	5

Variabel (Y)	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	Item
Eksistensi	Eksistensi dipengaruhi karena adanya manusia, adapun indikator eksistensi produk kuliner dapat dilihat dari pola makan, ketersediaan produk, pemasaran, dan waktu penyajian.	Pola makan	Pengetahuan responden terkait keragaman kudapan kukus tradisional sunda	Ordinal	6
			Seberapa sering responden mengkonsumsi kudapan kukus tradisional sunda	Ordinal	7
			Kesadaran responden terkait keberadaan kudapan kukus tradisional Sunda	Ordinal	8

Minarsih, 2021

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

	(Kerly:2017)	Ketersediaan produk	Kemudahan responden dalam menemukan produsen kudapan kukus tradisional Sunda	Ordinal	9
			Kemudahan responden dalam menemukan kudapan kukus tradisional Sunda	Ordinal	10
		Pemasaran	Kegiatan pemasaran dan Penggunaan media pemasaran kudapan kukus tradisional Sunda.	Ordinal	11-12
		Waktu Penyajian	Menemukan dan menyajikan kudapan kukus tradisional sunda pada acara tertentu (upacara adat, pernikahan, dll)	Ordinal	13-14

Variabel (Z)	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	Item
Keputusan Pembelian Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung	Terdapat beberapa tahapan dalam proses keputusan pembelian dimulai dari tahap sebelum pembelian yaitu pengenalan kebutuhan dan keinginan, penelusuran	Pengenalan kebutuhan	Ketertarikan responden pada kudapan kukus tradisional Sunda	Ordinal	15
			Keinginan responden mengkonsumsi kudapan kukus tradisional Sunda	Ordinal	16
		Pencarian informasi	Ketertarikan responden dalam mencari informasi lebih terkait	Ordinal	17

informasi, evaluasi pembelian. Serta tahap konsumsi dan evaluasi purnabeli. (Sumarwan & Tjiptonon:2018)		kudapan kukus tradisional Sunda		
	Evaluasi alternatif	Ketertarikan responden pada kudapan kukus tradisional Sunda dibanding dengan makanan lain.	Ordinal	18
	Keputusan pembelian	Sikap responden dalam memutuskan membeli kudapan kukus tradisional Sunda	Ordinal	19
	Evaluasi Purnabeli	Keinginan responden dalam membeli ulang kudapan kukus tradisional Sunda	Ordinal	20

Sumber: diolah peneliti, 2021

3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan atau dihasilkan secara langsung oleh peneliti yang dimana data yang didapatkan harus bersifat terbaru (Siyoto & Sodik, 2015). Peneliti harus mengumpulkan data secara langsung untuk mendapatkan data primer atau data terbaru dari sebuah objek yang diteliti. Data sekunder merupakan data yang didapatkan atau dihasilkan dari sumber data yang telah tersedia atau dari penelitian sebelumnya sehingga dapat dikatakan peneliti yang menggunakan data ini adalah sebagai pihak kedua.

Adapun data primer yang digunakan pada penelitian ini yaitu data hasil penyebaran kuesioner/angket terkait variabel yang diteliti. Sedangkan data sekunder peneliti memperolehnya dari berbagai sumber bacaan seperti buku, jurnal penelitian, laporan dan data online lainnya.

Minarsih, 2021

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Tabel 3.2
Tabel Jenis dan Sumber Data Penelitian

No.	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1	Tanggapan responden mengenai Media Sosial Instagram pada Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung.	Primer	Hasil data penyebaran kuesioner kepada konsumen kudapan kukus tradisional Sunda yang merupakan pengguna media sosial instagram.
2	Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian pada Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung.	Primer	Hasil data penyebaran kuesioner kepada konsumen kudapan kukus tradisional Sunda yang merupakan pengguna media sosial instagram.
3	Tanggapan responden terkait eksistensi Kudapan Kukus Tradisional Sunda di Kota Bandung.	Primer	Hasil data penyebaran kuesioner kepada konsumen kudapan kukus tradisional Sunda yang merupakan pengguna media sosial instagram.
4	Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2009-2019	Sekunder	Badan Pusat Statistik
5	Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Bandung Tahun 2011-2018	Sekunder	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung
6	Grafik Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2020	Sekunder	<i>We Are Social, Hootsuite</i>
7	Jumlah Penduduk Kota Bandung Tahun 2016-2020	Sekunder	data.bandung.go.id
8	Peta Kota Bandung	Sekunder	www.geografi.org

Sumber: diolah peneliti, 2021

3.2.4. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1. Populasi

Siyoto & Sodik (2015) menjelaskan terkait populasi yang dimana populasi merupakan suatu objek/subjek penelitian yang berada pada daerah generalisasi tertentu yang memiliki kriteria atau ciri yang nantinya akan diteliti dan ditarik

Minarsih, 2021

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

kesimpulannya oleh peneliti. Populasi yang dimaksud adalah serangkaian objek penelitian yang memiliki ciri dan sifat yang dapat diteliti. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen kudapan kukus tradisional Sunda yang merupakan pengguna instagram, dengan jumlah yang tidak diketahui.

3.2.4.2. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari jumlah populasi tertentu yang dapat mewakili populasi tersebut, agar sampel mampu mewakili sebuah populasi, maka diperlukan prosedur khusus dalam pengambilan sampel sehingga hasil penelitian dapat dikatakan objektif (Siyoto & Sodik, 2015). Pengambilan sampel dilakukan guna mempermudah peneliti dalam memperoleh data, sehingga dengan adanya sampel ini meminimalisir keterbatasan peneliti dalam aspek biaya, waktu, dan tenaga. Untuk memperoleh sampel penelitian, maka dibutuhkan teknik sampling. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus dengan jumlah populasi tidak diketahui, serta sampel diambil dari populasi dengan menetapkan *sampling error* sebesar 5% (Akdon & Riduwan, 2013). Berikut rumus yang digunakan pada penelitian ini:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = tingkat kepercayaan sebesar 95% (1,96)

σ = standar deviasi populasi (dengan ketentuan 0,25)

e = *sampling error* 5%

Berdasarkan rumus teknik sampel diatas, adapun perhitungan sampel pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diperoleh pada penelitian ini yaitu 96 orang dari populasi konsumen kudapan kukus tradisional Sunda yang menggunakan media sosial instagram. Pengambilan responden diperoleh dengan cara membagikan kuesioner online kepada pengikut dari akun instagram yang memasarkan produk kuliner maupun yang menjual kudapan tradisional di Kota Bandung dengan mencantumkan kriteria responden yang dibutuhkan.

3.2.4.3. Teknik Penarikan Sampel

Menurut Siyoto & Sodik (2015) teknik penarikan sampel adalah teknik dalam menentukan sampel yang digunakan pada sebuah penelitian dalam populasi tertentu. Adapun teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik ini termasuk ke dalam metode *non-probability sampling* yang dimana setiap orang tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden, melainkan peneliti telah menentukan karakteristik yang dibutuhkan pada penelitian. Karakteristik sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu pengguna instagram yang pernah mengkonsumsi kudapan kukus tradisional Sunda dan berusia minimal 18 tahun.

3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

a. Studi Literatur

Teknik pengumpulan data dengan studi literatur merupakan teknik yang dilakukan dengan cara membaca sumber bacaan yang berkaitan dengan topik atau isu masalah yang diangkat dalam penelitian, baik itu bersumber dari buku, artikel, jurnal, berita, laporan penelitian dan lain sebagainya yang kemudian sumber bacaan tersebut dipelajari dan dikaji. Serta dijadikan sebagai referensi dalam penyusunan penelitian, yang dimana nantinya kajian-kajian yang dirasa penting akan dikutip atau ditulis ulang oleh peneliti untuk memperkuat serta menunjang penelitian ini dengan menyertakan sumber bacaan atau kajiannya. Pada penelitian ini, sumber bacaan diambil dari beberapa sumber buku, artikel jurnal, laporan penelitian, skripsi dan disertasi.

Minarsih, 2021

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

b. Kuesioner

Penggunaan kuesioner dilakukan guna menghimpun data dari jawaban-jawaban responden untuk mengetahui pandangan dan sikap responden terkait variabel penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, dimana responden hanya dapat memberikan jawaban berdasarkan dari pilihan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti dalam bentuk skala liker yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.3

Skala Instrumen

Skala	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Skor	5	4	3	2	1

c. Penelusuran Data *Online*

Metode ini digunakan untuk mencari data terkait informasi yang dibutuhkan secara online. Metode pengumpulan data ini muncul seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang kini semua informasi dapat tersedia secara online. Sumber referensi bacaan seperti artikel, jurnal, e-book (buku elektronik) serta data statistik dari Badan Pusat Statistika yang dipublikasi dalam bentuk *online* yang dapat mempermudah peneliti mencari data sebuah penelitian.

3.2.6. Instrumen Penelitian

Siyoto & Sodik (2015) memaparkan bahwa instrumen penelitian adalah sebuah alat dalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti yang disusun berdasarkan metode penelitian yang digunakan baik itu dalam bentuk wawancara, menyebar kuesioner atau angket, observasi dan lain sebagainya. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini dibuat dalam bentuk kuesioner. Yang dimana peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden dengan menyediakan beberapa pilihan jawaban yang dapat diisi oleh responden dalam bentuk skala likert dengan skor 1 sampai 5. Instrumen penelitian dibuat berdasarkan variabel

Minarsih, 2021

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

yang digunakan yang kemudian variabel tersebut dijelaskan dan dijabarkan melalui beberapa indikator yang nantinya disusun menjadi item pertanyaan. Berikut instrumen yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.4
Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	No. Item
Instagram Marketing (X)	Pembuatan Konten (<i>Content Creation</i>)	1,2
	Konsistensi Pembagian Konten (<i>Content sharing</i>)	3
	Kemudahan mengakses informasi (<i>Connecting</i>)	4
	<i>Community Building</i>	5
Eksistensi (Y)	Pengetahuan, Konsumsi dan Kesadaran	6,7,8
	Ketersediaan Produk	9,10
	Pemasaran Produk	11,12
	Waktu Penyajian	13,14
Keputusan Pembelian (Z)	Pengenalan Kebutuhan (ketertarikan & keinginan)	15,16
	Pencarian Informasi	17
	Evaluasi Alternatif	18
	Pembelian dan Konsumsi	19
	Sikap Purnabeli	20

Sumber: diolah peneliti, 2021

3.2.7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Siyoto & Sodik (2015) mengemukakan bahwa uji validitas dan uji reabilitas dilakukan guna mengetahui apakah sebuah instrumen penelitian dapat diukur dan memperoleh hasil yang konsisten, stabil, dan akurat atau tidak. Sehingga uji validitas dan reliabilitas sebagai syarat yang harus terpenuhi dalam penyusunan instrumen penelitian.

3.2.7.1. Uji Validitas

Pengujian validitas berfungsi dalam menguji kuesioner agar penulis mengetahui apakah alat ukur/instrumen penelitian tersebut efektif atau tidak untuk digunakan dalam pengumpulan data yang dibutuhkan. Pengambilan keputusan pada pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan skor

Minarsih, 2021

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

instrumen (r_{hitung}) yang telah diperoleh dengan skor total (r_{tabel}) yang menjadi patokan. Apabila skor item instrument lebih kecil dari r_{tabel} yang menjadi patokan, maka item dari instrument tersebut dapat dikatakan valid. Sehingga item instrumen tersebut dapat digunakan dan dianalisis pada sebuah penelitian. Berikut rincian pengujian validitas pada penelitian ini.

Tabel 3.5

Uji Validitas Variabel X (Media Sosial Instagram)

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X1	0,765	0,361	Valid
X2	0,660	0,361	Valid
X3	0,858	0,361	Valid
X4	0,800	0,361	Valid
X5	0,799	0,361	Valid

Tabel 3.6

Uji Validitas Variabel Z (Keputusan Pembelian)

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Z1	0,763	0,361	Valid
Z2	0,753	0,361	Valid
Z3	0,752	0,361	Valid
Z4	0,754	0,361	Valid
Z5	0,601	0,361	Valid
Z6	0,757	0,361	Valid

Tabel 3.7

Uji Validitas Variabel Y (Eksistensi)

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Y1	0,714	0,361	Valid
Y2	0,678	0,361	Valid
Y3	0,128	0,361	Tidak Valid
Y4	0,751	0,361	Valid
Y5	0,838	0,361	Valid
Y6	0,846	0,361	Valid
Y7	0,723	0,361	Valid
Y8	0,533	0,361	Valid
Y9	0,689	0,361	Valid

Sumber: diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, terdapat item instrument pada variabel Y yang menunjukkan keterangan bahwa item tersebut tidak valid yaitu item Y3 dimana skor $r_{hitung} < r_{tabel}$ yaitu $0,128 < 0,361$ sehingga item Y3 tidak dapat digunakan dan akan dihilangkan pada proses analisis data dibab 4.

3.2.7.2. Uji Reliabilitas

Kata reliabilitas memiliki arti dapat dipercaya, reliabilitas itu sendiri berasal dari kata dasar rely yang berarti percaya. Yang dimana hal ini berhubungan dengan ketepatan dan konsistensi sebuah alat ukur instrument penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Reliabilitas merupakan konsistensi dari skor item sebuah instrumen penelitian. Pengambilan keputusan pada uji reliabilitas dilihat pada skor cronbach's alpha, apabila skor > 0.60 instrument penelitian dinyatakan reliable. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan. skor dari hasil uji reliabilitas dari tiga variabel yang diteliti > 0.60 sehingga dapat dinyatakan reliable seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.8
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Ketentuan Cronbach's Alpha	Keterangan
Media Sosial Instagram (X)	.834	5	.60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Z)	.815	6	.60	Reliabel
Eksistensi (Y)	.848	9	.60	Reliabel

Sumber: diolah peneliti, 2021

3.2.8. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Pengujian normalitas digunakan untuk mengetahui sebuah data dari setiap variabel yang akan diteliti dan dianalisis telah terdistribusi normal atau tidak (Nuryadi *et al.*, 2017). Untuk pengujian normalitas data dapat digunakan uji Kolmogrov Smirnov, yang dimana apabila nilai signifikan yang dihasilkan $> 0,05$

dapat dikatakan data tersebut terdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai signifikan yang dihasilkan $< 0,05$ dapat dikatakan data tersebut tidak terdistribusi dengan normal.

B. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variasi pengamatan satu ke yang lain pada model regresi berdasarkan nilai residual. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar *scatterplot* yang menggambarkan pola sebaran beberapa titik, model regresi yang baik akan menunjukkan pola tidak beraturan pada gambar *scatterplot*.

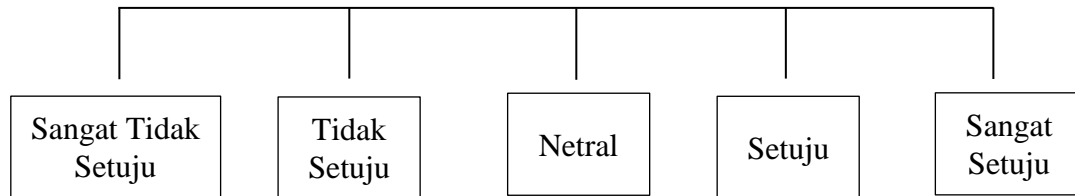
3.2.9. Teknik Analisis Data

3.2.9.1. Analisis Deskriptif

Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran secara umum mengenai suatu data yang telah dikumpulkan dengan menyajikan data tersebut sesuai dengan apa yang diperoleh tanpa membuat suatu kesimpulan umum. Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis tingkat eksistensi kudapan kukus tradisional Sunda di Kota Bandung melalui media sosial instagram yang akan digambarkan melalui tabel distribusi frekuensi, tabel kelas interval dan garis kontinum. Data yang telah diperoleh nantinya akan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Selanjutnya akan dijelaskan melalui garis kontinum untuk setiap indikator variabel eksistensi, serta tabel interval untuk menganalisa data sehingga akan diketahui kategori eksistensi berada pada kategori baik atau tidak.

Setiap jawaban responden yang telah dikumpulkan akan dihitung skor frekuensinya dan kemudian dikalikan dengan nilai skala dan dijumlahkan. Untuk membuat garis kontinum peneliti perlu menghitung jenjang antar kelas interval berdasarkan pilihan jawaban dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Setelah skor jenjang interval diketahui, peneliti dapat dengan mudah menggambarkan

garis kontinum untuk mengkategorikan indikator yang diteliti disetujui atau tidak oleh responden, seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3.1 Garis Kontinum

Adapun tujuan digunakannya garis kontinum yaitu untuk mengukur pandangan, sikap ataupun tanggapan responden terkait eksistensi kudapan kukus tradisional Sunda di Kota Bandung melalui media sosial instagram. Dengan demikian peneliti akan terbantu dalam menarik kesimpulan. Berikut rumus yang digunakan untuk menentukan jarak interval.

Skor maksimum : Skor tertinggi x P x n

Skor minimum : Skor terendah x P x n

Kelas interval : $\frac{(skor\ maksimum - skor\ minimum)}{k}$

$$\text{Persentase Skor} = \frac{\text{total skor}}{\text{skor maksimum}} \times 100$$

Keterangan:

P = jumlah pertanyaan

n = jumlah responden

k = jumlah kelas

3.2.9.2. Analisis Uji Hipotesis

A. Uji T

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji pengaruh antara satu variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Uji t pada penelitian ini digunakan tingkat signifikan 5% (0,05) pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} .

- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ hipotesis dinyatakan ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ hipotesis dinyatakan diterima sehingga terdapat pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen.

B. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R Square atau uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besaran kemampuan atau kontribusi pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), hal ini dapat dilihat dari skor koefisien determinasi yang menunjukkan angka antara 0-1. Apabila skor koefisien determinasi rendah, maka kontribusi variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat bersifat terbatas. Begitupun sebaliknya, apabila skor koefisien determinasi mendekati angka 1, variabel bebas diartikan memiliki kontribusi yang cukup banyak dalam menjelaskan informasi dalam variasi variabel terikat (dependen).

C. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan berfungsi untuk mengukur variabel bebas yang digunakan memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat atau tidak. Pengambilan keputusan pada Uji F ini yaitu sebagai berikut:

- Apabila skor signifikan $< 0,05$, variabel independen memiliki pengaruh secara simultan pada variabel dependen.
- Apabila skor signifikan $> 0,05$, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh secara simultan pada variabel dependen.

D. Uji Sobel

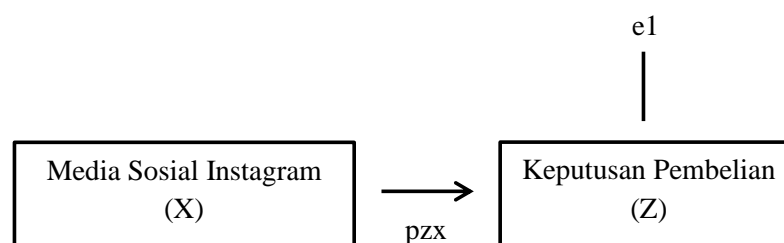
Ghozali (2011) menyatakan bahwa uji sobel digunakan untuk mengetahui signifikansi variabel *intervening* atau perantara/mediasi. Variabel *intervening* atau perantara pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian. Pengujian ini membandingkan antara T_{hitung} dengan T_{tabel} (1,664 dengan signifikansi 5%), jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka dapat dikatakan terjadi pengaruh mediasi. Jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka dapat dikatakan tidak terjadi pengaruh mediasi.

E. Analisis Jalur (Path Analysis)

Teknik analisis ini digunakan peneliti untuk membuktikan hipotesis guna mengetahui pengaruh variabel perantara (*intervening*) pada penelitian ini yaitu variabel keputusan pembelian. (Sugiyono, 2016) menjelaskan bahwa variabel *intervening* atau variabel perantara terletak diantara variabel independen dan variabel dependen, yang dimana nantinya akan diketahui pengaruh secara tidak langsung. Peneliti memanfaatkan aplikasi SPSS 21 dalam membantu proses analisis data. Adapun beberapa tahapan yang perlu dilakukan pada analisis jalur yaitu menentukan persamaan model regresi, uji t, uji koefisien determinasi dan uji sobel tes. Adapun persamaan model regresi I dan II diketahui sebagai berikut:

1) Persamaan Model I

$$Z = p_{zx} + e_1$$



Gambar 3.2 Model Regresi I

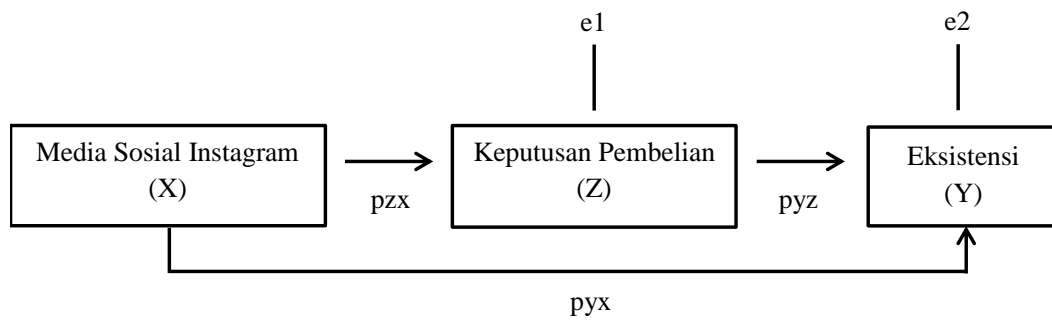
Sumber: diolah peneliti, 2021

2) Persamaan Model II

$$Y = p_{yz} + p_{yx} + e_2$$

Minarsih, 2021

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI KUDAPAN KUKUS TRADISIONAL SUNDA DI KOTA BANDUNG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING



Gambar 3.3 Model Regresi II

Sumber: diolah peneliti, 2021