

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1.Desain Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif dengan strategi pengumpulan data melalui angket atau kuesioner dari responden. Metode pengumpulan melalui angket ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan, keyakinan, dan kesadaran merek dari konsumen, serta mengukur berbagai variable. Menurut Sugiyono (2018), metode kuantitatif adalah metode yang data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Data pengaruh *instagram marketing* terhadap *purchase decision* dengan *brand awareness* sebagai variabel intervening diperoleh dari konsumen dan *followers* Instagram Donat Madu Cihanjuang. Data diperoleh sendiri oleh peneliti yang bersumber pada tempat objek penelitian yang dilakukan dan responden hasil dari penyebaran angket kepada *followers* instagram @donatmaduindonesia dan konsumen yang pernah melakukan pembelian di Donat Madu Cihanjuang sebagai data primer. Lalu data yang didapat melalui studi literatur seperti artikel, jurnal, dan buku yang relevan dengan penelitian ini sebagai data sekunder.

Angket atau kuesioner diterapkan sebagai satu di antara mekanisme pengumpulan data yang melibatkan responden di dalamnya dengan mengajukan beberapa pernyataan atau pertanyaan secara tertulis yang sudah dipersiapkan sebelumnya melalui daftar pernyataan atau pertanyaan. Teknik penyebaran angket yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini melalui media *google form* yang dilakukan secara *online*. Hal tersebut dirasa akan efektif dan efisien jika peneliti akan mengukur variabel berdasarkan responden.

#### **3.2.Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu upaya yang dilakukan untuk menyusun konsep ilmiah dengan menggunakan metode serta membahas kelebihan dan kelemahan yang kemudian untuk memilih metode yang akan digunakan dalam penelitian tersebut (Fitrah dan Luthfiyah, 2017). Metode yang akan digunakan dalam proses penelitian kemudian dibahas dan dijabarkan secara rinci. Menurut Nurhadi, dkk. (2021) metode yang digunakan dalam penelitian harus mencapai pemahaman me-

ngenai jalan proses penelitian yang akan dilakukan dan proses tersebut ditetapkan sebagai pertanggungjawaban ilmiah juga data yang dicari untuk pemahaman juga harus sesuai dengan syarat penelitian yang dipercaya kebenarannya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan asosiatif. Setelah data terkumpul, data tersebut akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan dengan menggambarkan fenomena secara *actual* yang terjadi pada selama penelitian berlangsung mengenai fakta-fakta, sifat-sifat atau segala hal yang berhubungan dengan sifat dan fenomena yang diteliti (Rukajat, 2018). Sementara itu, Sugiyono (2016) memaparkan bahwa penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Pendekatan asosiatif juga digunakan untuk memahami hubungan antara variabel yang diteliti.

Metode kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengolah data numerik yang didapat dari hasil penyebaran angket atau kuesioner yang akan diolah secara statistik menggunakan SmartPLS 4. Penelitian ini merupakan kajian *cross sectional* yaitu penelitian yang dilakukan untuk mempelajari suatu dinamika korelasi dengan suatu pendekatan, observasi, ataupun dengan teknik pengumpulan data hanya pada satu periode waktu tertentu.

### **3.2.1. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

#### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang menjadi focus utama dan menjadi sumber dari sebuah data penelitian (Nurrahmah dkk., 2021), sedangkan menurut Sugiyono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi (suatu kelompok) yang terdiri atas suatu objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dibuat kesimpulan. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesimpulan adalah kumpulan objek atau individu yang berada pada suatu wilayah yang memiliki karakteristik khas yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian.

Berdasarkan pengertian tersebut populasi dalam penelitian ini diambil oleh peneliti berdasarkan pengikut akun Instagram @donatmaduindonesia atau

konsumen yang pernah melakukan pembelian di Donat Madu Cihanjuang yang tidak diketahui jumlahnya.

## 2. Sampel dan Teknik Sampling

Beberapa penelitian melibatkan jumlah populasi yang sangat banyak sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian secara menyeluruh kepada semua anggota populasi karena keterbatasan waktu dan biaya. Maka dari itu peneliti memerlukan sebagian dari populasi tersebut untuk mempermudah proses penelitian yang disebut sampel.

Menurut Sugiyono (2018), sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik yang serupa dengan populasi tersebut, sampel yang diambil dari suatu populasi harus benar-benar representatif atau mewakili dari populasi yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan perwakilan dari suatu populasi yang diteliti dengan menggunakan metode tertentu. Pada penelitian ini sampel diambil dari orang yang mengikuti media sosial media Instagram @donatmaduindonesia atau konsumen yang pernah melakukan pembelian di Donat Madu Cihanjuang yang dianggap sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling* yang termasuk dalam *Non Probability Sampling* karena pengambilan sampling ditujukan untuk responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini yakni: (1) Laki-laki atau perempuan, (2) Berusia 17 tahun ke atas, (3) Mengikuti akun media sosial Instagram @donatmaduindonesia atau pernah melakukan pembelian di Donat Madu Cihanjuang. Setelah mendapatkan jumlah sampling yang harus dipenuhi, peneliti akan menyebar kuesioner secara *online* kepada responden yang telah memenuhi kriteria untuk penelitian ini.

*Sample size* dengan rumus Wibisono (Riduwan dan Akdon, 2013) digunakan dalam penelitian ini untuk mencari sampel yang dibutuhkan, karena populasi yang digunakan merupakan populasi tak hingga. Berikut merupakan rumus yang akan digunakan:

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

$$n = \left( \frac{(1.96) \cdot (0.25)}{0.05} \right)^2 = 96.04$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$  = Nilai tabel Z = 0.05 (tingkat kepercayaan 95% = 1.96)

$\sigma$  = Standar deviasi populasi = 0.25

e = Tingkat kesalahan = 5%

Maka dari itu untuk memudahkan peneliti dalam penelitian ini sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi penelitian melibatkan pengaturan batasan atau konstruk variabel yang diteliti agar variabel yang semula hanya berupa konsep yang abstrak dan luas menjadi konsep yang operasional dan spesifik sehingga tidak multitafsir dan pada gilirannya variabel tersebut dapat diukur (Sugeng, 2022). Variabel dalam penelitian ini memiliki sifat yang berhubungan antara satu sama lain. Pada penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel, diantaranya:

1. Variabel independen (X), merupakan variabel yang tidak dibatasi, bebas dan berdiri sendiri tanpa pengaruh variabel lain. Variabel independen dapat memengaruhi variabel lainnya dan umumnya dapat diubah untuk mengetahui adanya hubungan dengan variabel lainnya.
2. Variabel dependen (Y), merupakan variabel yang memiliki sifat berdiri sendiri dan mudah dipengaruhi oleh berbagai faktor. Variabel dependen sering dianggap sebagai variabel *output* atau variabel yang memberikan efek.
3. Variabel intervening (Z), merupakan variabel yang memengaruhi variabel independen dan variabel dependen. Variabel mediasi terdapat di antara variabel independen dan variabel dependen, dengan kata lain variabel intervening tidak memiliki efek secara langsung dalam suatu penelitian.

Identifikasi operasional variabel menggambarkan tindakan yang memiliki fungsi untuk menemukan elemen yang terkait dengan suatu penelitian dan memiliki hubungan antar variabel penelitian. Berikut operasional variabel pada penelitian ini yang peneliti sajikan dalam bentuk tabel:

**Tabel 3. 1** Operasionalisasi Variabel

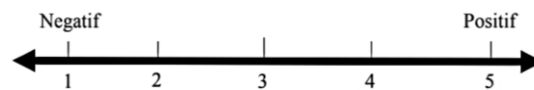
Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala	Item
<i>Instagram Marketing</i> (X)	<i>Social media marketing</i> merupakan suatu aktivitas komunikasi pemasaran yang memanfaatkan media elektronik yang bertujuan untuk menarik konsumen dengan berbagai cara sehingga membangun kesadaran merek, citra perusahaan, serta meningkatkan penjualan suatu barang maupun jasa. (Kotler dan Keller, 2016)	1. <i>Context</i> 2. <i>Content</i> 3. <i>Customization</i> 4. <i>Interaction</i> 5. <i>Connection</i> (Adhawiyah, dkk., 2019)	Data diperoleh dari responden dengan menggunakan skala <i>semantic</i> , meliputi : <i>Content</i>	Interval	1
			<i>Customization</i>	Interval	2
			<i>Interaction</i>	Interval	3
			<i>Connection</i>	Interval	4
<i>Brand Awareness</i> (Z)	<i>Brand awareness</i> adalah kemampuan calon pembeli untuk mengenali dan mengingat kembali suatu	1. <i>Brand recall</i> 2. <i>Recognition</i> 3. <i>Purchase</i> 4. <i>Consumption</i> (Purwiyanto dan Purwanto, 2020)	Data diperoleh dari responden dengan menggunakan skala <i>semantic</i> , meliputi : <i>Recognition</i>	Interval	5
			<i>Brand recall</i>	Interval	6

	merek sebagai bagian dari kategori produk tertentu. (Tritama, H. B., & Tarigan, R. E.,2016)		<i>Purchase</i>	Interval	7
			<i>Consumption</i>	Interval	8
<i>Purchase Decision</i> (Y)	<i>Purchase decision</i> adalah tahap pembeli telah menentukan pilihannya dari berbagai alternatif, lalu melakukan pembelian, serta mengkonsumsi produk tersebut. (Upadana dan Pramudana, 2020)	1. Keputusan Memilih 2. Prioritas 3. Kesiediaan berkorban 4. Menyukai Produk (Upadana dan Pramudana, 2020)	Data diperoleh dari responden dengan menggunakan skala <i>semantic</i> , meliputi : Keputusan Memilih	Interval	9
			Prioritas	Interval	10
			Kesiediaan Berkorban	Interval	11
			Menyukai Produk	Interval	12

Sumber: data diolah, 2023

Tabel 3.1 menjelaskan bahwa skala interval digunakan sebagai alat ukur variabel X, variabel Y dan variabel Z dengan menggunakan skala *semantic differential*, pengukuran interval memiliki asumsi dimana nilai suatu variabel dapat diurut berdasarkan tingkat atribut atau sifat yang dimiliki variabel yang ada pada unit observasi.

Skala *semantic differential* mengukur sikap tidak dalam bentuk pilihan ganda atau *checklist*, tetapi tersusun dari sebuah garis kontinum, dimana skala *semantic* menggunakan lima penilaian yang menggunakan skala interval. Pada penelitian ini skala *semantic differential* digunakan sebagai alat pengukur dimana responden diminta untuk mengisi kuesioner dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan yang disajikan dalam skala interval dalam jumlah kategori tertentu.



**Gambar 3. 1** Skala Interval

### 3.2.3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber yang bersangkutan pada penelitian. Data primer pada penelitian ini adalah hasil wawancara dengan pihak Donat Madu Cihanjuang, dan hasil observasi lapangan yang diperoleh dari responden melalui kuesioner *google form*. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, contohnya data diperoleh melalui studi literatur yang relevan dengan penelitian.

### 3.2.4. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa angket atau kuesioner dengan penyebaran kuesioner penelitian dilakukan secara *online* melalui penyebaran *google form* kepada pengikut akun Instagram @donatmaduindonesia atau konsumen yang pernah melakukan pembelian di Donat Madu Cihanjuang yang sudah berusia 17 tahun ke atas yang memenuhi standar yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Dalam kuesioner ini berisi tentang pertanyaan atau pernyataan tentang variabel *instagram marketing*, *brand awareness*, dan *purchase decision* di Donat Madu Cihanjuang yang disajikan dalam skala *semantic diferensial*. Nilai 1 (satu) merupakan nilai untuk skor terendah yang menunjukkan jawaban negatif dan nilai 5 (lima) merupakan nilai untuk skor tertinggi yang menunjukkan jawaban positif. Jawaban yang dicantumkan dalam penelitian ini untuk jawaban responden sebagai berikut:

**Tabel 3. 2** Skala Semantic

Keterangan	Skor Nilai
Sangat Positif	5
Positif	4
Netral	3
Negatif	2
Sangat Negatif	1

Sumber: data diolah, 2023

### 3.2.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah *instrument* (alat) yang digunakan sebagai pengumpulan data atau bahan yang sudah teruji untuk dijadikan bahan dasar penelitian (Herdayati dan Syahrial, 2019). Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang bersifat teoritis bertujuan untuk memperoleh data sekunder untuk penelitian. Data yang merupakan teori yang digunakan sebagai dasar teoritis untuk masalah yang diteliti oleh peneliti dalam bentuk buku, jurnal, dan artikel sebagai sumber informasi yang diakses secara *online* maupun *offline*.

#### 2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

- a. Kuesioner, merupakan alat untuk mengumpulkan data dengan menyebarkan beberapa daftar pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden yang memenuhi kriteria.
- b. Wawancara, merupakan proses komunikasi interaktif yang dilakukan bersama narasumber dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.
- c. Observasi, merupakan teknik pengumpulan informasi secara langsung melalui pengamatan pada tempat penelitian.

### 3.2.6. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### A. Uji Validitas

Menurut Janna dan Herianto (2021) uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur yang digunakan valid atau tidak. Alat ukur yang dimaksud adalah pertanyaan atau pernyataan yang ada pada angket atau kuesioner yang disebarkan. Suatu angket atau kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada angket dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut.

Uji validitas yang digunakan pada PLS adalah *convergent validity* dan *discriminat validity*. *Convergent validity* berdasarkan korelasi antar *component score*, dengan *construct score*. Menurut Chin dalam Ghazali (2013), ukuran validitas yang dianggap memenuhi kriteria valid jika indikator memiliki nilai  $<0,60$ . *Discriminat validity* dinilai berdasarkan hasil *crossloading* pengukuran dengan



konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten memprediksi ukuran blok lebih baik daripada ukuran blok lainnya.

## B. Uji Reliabilitas

Menurut Darma (2021) menjelaskan uji reliabilitas adalah mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi butir pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian. Kuesioner dikatakan reliabel jika setiap butir pernyataan memiliki nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*  $> 0,70$ .

### 3.2.7. Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data dari jawaban responden terhadap butir pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner. Ketika seluruh data kuesioner terkumpul, berikutnya melakukan pengurutan data dan dikelompokkan sesuai dengan variabel yang terkumpul dari setiap responden yang selanjutnya data tersebut disajikan berdasarkan variabelnya dan dihitung untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah (Sugiyono, 2018). Berikut merupakan proses analisis data yang peneliti lakukan:

1. Kuesioner disebar secara *online* kepada responden *followers* instagram @donatmaduindonesia dan konsumen Donat Madu Cihanjuang.
2. Mengumpulkan jawaban responden dari kuesioner yang telah disebar.
3. Pengelompokkan data berdasarkan variabel.
4. Data ditabulasi ke dalam bentuk data kuantitatif.
5. Jawaban disusun, kemudian disajikan dalam bentuk tabel distribusi.

## A. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018) untuk menggambarkan karakteristik responden serta variabel yang ada, analisis deskriptif digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui nilai variabel mandiri terhadap satu variabel ataupun lebih, serta membuat perbandingan dan menghubungkan dengan variabel lain. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu hasil pengoperasian variabel yang dibuat menggunakan kuesioner berisi pertanyaan atau pernyataan. *Instagram*

*marketing* (X), *purchase decision* (Y), dan *brand awareness* (Z). Setiap pertanyaan atau pernyataan terdapat lima jawaban yang memiliki nilai yang berbeda.

Frekuensi jawaban setiap kategori dihitung lalu dijumlahkan untuk dapat menganalisis setiap indikatornya. Ketika seluruh indikator sudah mendapatkan hasil, kemudian peneliti melakukan garis kontinum dengan rumus:

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Keterangan:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data terbesar – Data terkecil

Banyak Kelas = 5

Perbandingan antara skor aktual dan skor ideal ditunjukkan sebagai alat untuk menentukan peringkat dalam setiap variabel penelitian. Perolehan respon responden dikumpulkan berdasarkan skor rata-rata respon yang selanjutnya diklasifikasikan ke dalam rentang skor:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Lebar skala =  $\frac{5-1}{5} = 0,8$

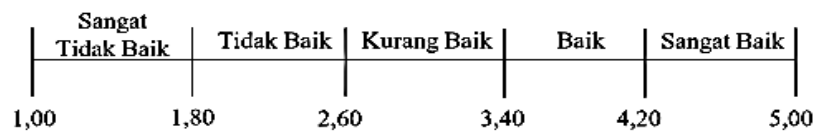
Berikut adalah tabel hasil dari penentuan lebar skala:

**Tabel 3. 3** Kategori Skala

Skala	Kategori
1,00 — 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 — 2,60	Tidak Baik
2,61 — 3,40	Kurang Baik
3,41 — 4,20	Baik
4,21 — 5,00	Sangat Baik

Sumber: data diolah, 2023

Sebagai alat untuk klasifikasi, berikut merupakan garis kontinum yang dapat digunakan:



**Gambar 3. 2** Garis Kontinum

Untuk menentukan nilai garis kontinum yang akan digunakan, harus dilakukan perhitungan dengan rumus:

- a. Jenjang interval = jenjang variabel : banyaknya kelas interval
- b. Jenjang variabel = nilai maksimum – nilai minimum
- c. Nilai maksimum = skor tertinggi x jumlah item x total responden
- d. Nilai minimum = skor terendah x jumlah item x total responden

## **B. Analisis Inner Model**

### **1) Uji Multikoleniaritas**

Uji multikoleniaritas berfungsi untuk melihat ada atau tidak korelasi antar variabel bebas (*independent*). Uji multikoleniaritas berguna untuk menguji keberadaan variabel independen yang memiliki kesamaan antar variabel independen dalam satu bentuk (Sujarweni, 2019). Apabila korelasi diantara variabel bebas tidak terjadi, model regresi yang dihasilkan adalah model regresi yang normal. Model dengan  $VIF < 5,00$  maka tidak terjadi multikoleniaritas.

### **2) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi sebagai alat ukur untuk menghitung sebuah model dan menemukan hasil sejauh mana model bekerja untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai yaitu berkisar antara nol (0) dan satu (1). Apabila nilai  $R^2$  kecil itu berarti kemampuan setiap variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen, jika hasil menunjukkan nilai mendekati angka satu maka kemampuan setiap variabel independen dapat menjelaskan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan sebagai bahan prediksi variable dependen (Ghozali, 2013).

### **3) Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

Analisis jalur merupakan studi yang berfungsi dalam pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel *intervening*. Variabel *intervening* terletak diantara variabel independent dan dependen. Analisis jalur (*Path Analysis*) merupakan

perluasan dari analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang ditetapkan sebelumnya (Ghozali, 2018).

Penelitian ini menggunakan diagram jalur sebagai metode pengujian hipotesis penelitian. Diagram jalur merupakan alat ukur yang berfungsi untuk menggambarkan korelasi sebab-akibat antara variabel independent, variabel intervening, dan variabel dependen secara grafis yang terstruktur. Untuk mengetahui terjadinya pengaruh langsung variabel eksogen dan variabel endogen pada setiap variabel menggunakan anak panah berkepala satu (*single-headed arrow*) dalam diagram jalur. Anak panah berkepala dua (*double-headed arrow*) mendefinisikan bahwa terdapat pengaruh antara dua variabel. Penelitian ini menggunakan Smart PLS 4 untuk mengetahui koefisien jalur.

Pengaruh langsung setiap variabel dapat diperoleh dari nilai koefisien jalur, dan untuk menjelaskan adanya faktor pengaruh dari variabel yang tidak diteliti dapat dilihat dari nilai sisa atau residual error. Lalu variabel independent memiliki korelasi tidak langsung dengan variabel dependen melalui variabel intervening. Maka, dapat diperoleh pemahaman melalui persamaan sebagai berikut:

- a. Pengaruh langsung  $= \rho_{YX}$
- b. Pengaruh tidak langsung  $= \rho_{ZX} \times \rho_{ZY}$
- c. Pengaruh total  $= \rho_{YX} + (\rho_{ZX} \times \rho_{ZY})$

