

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif juga disebut penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada pada kota Malang, Jawa Timur dengan objek penelitian restoran cepat saji yaitu MC Donald yang berlokasi pada Jalan MT Haryono 115, Kelurahan Dinoyo 65141. Waktu penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini pada 14 Januari 2024 sampai dengan 4 Februari 2024.

C. Populasi, Sampel dan Sampling

1. Populasi

Populasi yang dimaksud oleh Sugiyono (2019) ialah orang atau obyek dari satu wilayah yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang berkenaan dengan masalah yang akan diteliti kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel merupakan bagian dari jumlah populasi. Dengan menggunakan sampel dari populasi, maka kesimpulannya akan diberlakukan. Untuk itulah, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili) (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen dari McDonald's yang berada pada area Malang dan sekitarnya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Supaya jumlah sampel yang digunakan representative dengan populasi, maka jumlah sampel yang digunakan dihitung dengan menggunakan rumus tertentu. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Menurut Hair et al. (2013) bahwa jumlah sampel yang baik berkisar antara 100-200 responden dan dapat disesuaikan dengan jumlah indikator yang digunakan pada kuesioner dengan asumsi 5-10 kali jumlah indikator yang ada. Pada penelitian ini jumlah indikator yang digunakan sebanyak 10 indikator. Maka, sampel yang digunakan dalam penelitian ini 10×10 indikator = 100 sampel.

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yang merupakan teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu. Teknik purposive sampling ini merupakan sebuah teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan khusus sehingga layak untuk dijadikan sampel. Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berdasarkan Umur
 - a. 15 - 20 tahun
 - b. 21 - 25 tahun
 - c. 26 - 30 tahun
2. Pekerjaan
 - a. Bekerja
 - b. Tidak Bekerja

c. Siswa / Mahasiswa

3. Frekuensi Pembelian

a. 1 – 2 kali

b. 3 – 4 kali

c. ≥ 4 kali

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Variabel Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
Promosi Media Sosial (X)	komponen yang membantu Mc Donald's mempromosikan dan mencari pasar melalui media digital secara online	Jangkauan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah tampilan • Share count • Engagement Rate • Tingkat konversi 	Ristania & Justianto (2014)
		Kuantitas update dimedia sosial	Menggunakan media sosial secara aktif untuk memberikan informasi promosi kepada konsumen	
		Kualitas pesan	<ul style="list-style-type: none"> • Gaya bahasa • Kompleksitas pesan • Repetisi pesan 	
Kepercayaan Merek (M)	Dasar dari hubungan yang positif antara konsumen dan merek, dan seringkali menjadi faktor kunci dalam pengambilan keputusan pembelian pada produk Mc Donald's.	<i>Achieving result</i>	Harapan konsumen terhadap produk yang harus dipenuhi.	Anggrani & Lay (2015)
		<i>Acting with integrity</i>	Konsistensi antara ucapan dan tindakan calon pelanggan.	
		<i>Demonstrate concern</i>	Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan perhatiannya kepada konsumen	

Lanjutan Tabel 3.1

Keputusan Pembelian (Y)	Hasil eliminasi konsumen pada penentuan pembelian sebuah produk menggunakan beberapa macam	Kemantapan pengambilan keputusan	keputusan yang dilakukan konsumen, setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan	Kotler (2012)
	persepsi seperti harga, seperti harga, kebutuhan serta harga pastinya kepada produk MC Donald's.	Kebiasaan dalam membeli produk	pengalaman orang terdekat dalam menggunakan suatu produk.	
		Memberikan rekomendasi kepada orang lain	penyampaian informasi yang positif kepada orang lain, agar tertarik untuk melakukan pembelian.	
		Melakukan pembelian ulang	pembelian yang berkesinambungan, setelah konsumen merasakan kenyamanan atas produk atau jasa yang diterima	

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari lapangan (enumerator) yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara, dan kuisioner. Data primer penelitian ini berupa data hasil observasi dan

kuisisioner kepada pihak konsumen dari McDonald's di Jalan MT Haryono, Dinoyo, Kota Malang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari penelusuran buku-buku dan artikel-artikel yang berkaitan dengan penelitian ini yang memberikan penjelasan mendalam mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah bukubuku, skripsi, tesis, dan disertasi serta artikel ilmiah dan tulisan di internet yang terkait dengan penelitian ini. Peneliti mengambil data sekunder berupa gambaran umum perusahaan, metode penjualan yang digunakan dan informasi lain yang relevan guna mendukung penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup merupakan kuesioner yang sudah memiliki pilihan jawaban pada daftar pertanyaannya. Kuesioner dibagikan kepada konsumen McDonald's Jalan MT Haryono, Dinoyo, Kota Malang secara langsung.

F. Skala dan Rentang Skala

Metode data sangat berperan penting dalam usaha agar data-data tersebut dapat dimengerti dan mudah dipahami fungsinya, dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik purposive sampling sehingga data yang di dapatkan oleh peneliti adalah secara langsung dengan membagikan kuesioner kepada responden. Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang menggunakan skala likert, untuk mengklarifikasi variabel-variabel yang diukur dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator tersebut dijadikan acuan dalam menyusun pertanyaan maupun pernyataan Sugiyono (2019b). Dalam kuesioner kali ini dibuatkan melalui google form untuk dibagikan kepada pelanggan McDonald's . Alasan penggunaan metode kuesioner dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

Simbol	Keterangan skor	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4

SS	Sangat setuju	5
----	---------------	---

Sumber: (Sugiyono (2019))

Berdasarkan interval dari skor skala likert dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Supranto, 2011)

$$\text{Besaran Interval} = \frac{\text{Observasi terbesar} - \text{Observasi terkecil}}{\text{Banyak kelas}}$$

$$\text{Besaran Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Tabel 3.3 Rentang Skala

No.	Nilai Mean	Keterangan
1	1 - 1,8	Sangat Rendah
2	>1,8 - 2,6	Rendah
3	>2,6 - 3,4	Sedang
4	>3,4 - 4,2	Tinggi
5	>4,2 - 5	Sangat Tinggi

Sumber: Supranto (2011)

G. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019) mendefinisikan analisis data sebagai proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2019).

1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Model penelitian akan dianalisa menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), dengan bantuan software PLS (*Partial Least Square*). Ghozali & Latan (2015) menjelaskan model *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai keseluruhan model. SEM dapat menguji secara bersama-sama model struktural (hubungan antara konstruk independen dengan dependen) dan model measurement (hubungan nilai *loading* antara indikator dengan konstruk laten).

2. *Partial Least Square* (PLS)

Dalam sebuah penelitian sering kali peneliti dihadapkan pada kondisi di mana ukuran sampel cukup besar, tetapi memiliki landasan teori yang lemah dalam hubungan diantara variabel yang dihipotesiskan. Namun, tidak jarang pula ditemukan hubungan di antara variabel yang

sangat kompleks, tetapi ukuran sampel data kecil. *Partial Least Square* (PLS) dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut (Haryono, 2017). Dalam uji analisis, PLS menggunakan dua evaluasi yaitu model pengukuran yakni model pengukuran untuk menguji validitas dan reliabilitas (*outer model*) dan model struktural yang digunakan untuk menguji kausalitas atau pengujian hipotesis untuk menguji dengan model prediksi (*inner model*).

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*) diperoleh, termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi. Model pengukuran digunakan untuk menilai uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur yang akan ukur (Cooper & Schindler, 2006). Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep dan dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item - item dalam kuisisioner atau instrumen penelitian (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Penjelasan lebih lanjut model pengukuran (*Outer Model*) dengan menggunakan uji *Convergent Validity*, *Dicriminant Validity*, dan *Composite Reliability* yakni sebagai berikut:

1) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Convergent validity mengukur besarnya korelasi antar konstruk dengan variabel laten. Pengujian *convergent validity* dapat dilihat dari loading factor untuk tiap indikator konstruk. Nilai *loading factor* $> 0,7$ merupakan nilai ideal, artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibentuknya. Dalam penelitian empiris, nilai loading factor $> 0,5$ masih bisa diterima. Bahkan, sebagian ahli mentolerir 0,4. Nilai ini menunjukkan persentasi konstruk mampu menerangkan variasi yang ada dalam indikator (Haryono, 2017).

2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Discriminant validity terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi (Abdillah & Jogiyanto, 2015). *Discriminant validity* dari model reflektif dievaluasi melalui *cross loading* lalu dibandingkan nilai AVE dengan kuadrat dari nilai korelasi antar konstruk atau membandingkan akar kuadrat AVE dengan korelasi antar konstruknya. Ukuran *cross loading* adalah membandingkan korelasi indikator dengan konstruk blok lainnya. Bila korelasi antara indikator dengan konstruknya lebih tinggi dari korelasi dengan blok lainnya, hal ini menunjukkan konstruk tersebut memprediksi ukuran pada blok mereka dengan lebih baik dari

blok lainnya. Ukuran lainnya dari *convergent validity* adalah nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE menggambarkan besarnya varian atau keragaman variabel manifes yang dapat dimiliki oleh konstruk laten. Dengan demikian, semakin besar varian atau keragaman variabel manifes yang dapat dikandung oleh konstruk laten, maka semakin besar representasi variabel manifes terhadap konstruk latennya.

3) *Composite Reliability*

Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan item refleksif dapat dilakukan menggunakan dua cara yakni dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. *Composite Reliability (CR)* lebih baik dalam mengukur *internal consistency* dibandingkan *Chonbach's Alpha* sebab tidak mengansumsikan kesamaan boot dari setiap indikator. *Cronbach's Alpha* cenderung menaksir lebih rendah dibandingkan *Composite Reliability*. Interpretasi *Composite Reliability* sama dengan *Cronbach Alpha*. Nilai batas $\geq 0,7$ dapat diterima dan nilai $\geq 0,8$ sangat memuaskan.

b. Evaluasi Model Struktural (inner Model)

Inner model atau model struktural menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk predictive

relevance dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

1) R-Square (R^2)

Untuk mengevaluasi model struktural diawali dengan cara melihat R-Squares dalam melihat setiap nilai variabel eksogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai R-squares (R^2) dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Kriteria nilai R^2 terdiri dari tiga kasifikasi, yaitu: nilai R^2 0.67, 0.33 dan 0.19 yang mana menunjukkan model kuat, sedang dan lemah (Chin, 1998).

2) Q^2 Predictive relevance

Selain melihat besarnya R-squares, evaluasi model PLS juga dapat dilakukan dengan Q^2 predictive relevance atau predictive sample reuse untuk merepresentasi sintesis dari *cross-validation* dan fungsi fitting dengan prediksi dari *observed* variabel dan estimasi dari parameter konstruk. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance* (Ghozali & Latan, 2015). Q^2 menghitung seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

c. Analisis SEM dengan Efek Mediasi

Pengujian efek mediasi dalam analisis menggunakan PLS menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (1998) dalam Ghazali & Latan (2015) dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Model pertama, menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dan harus signifikan pada t-statistik $>1,96$
- 2) Model kedua, menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi dan harus signifikan pada t-statistik $>1,96$
- 3) Model ketiga, menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen dan mediasi terhadap variabel endogen.

Pada pengujian tahap terakhir, jika pengaruh variabel eksogen terhadap endogen tidak signifikan sedangkan pengaruh variabel mediasi terhadap variabel endogen signifikan pada t-statistik $>1,96$, maka variabel mediasi terbukti memediasi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

H. Uji Hipotesis

Untuk menilai signifikansi pengaruh antar variabel, perlu dilakukan prosedur bootstrapping. Prosedur bootstrap menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan resampling kembali. (Hair et al., 2013) menyarankan *number of bootstrap samples* sebesar 5.000 dengan catatan jumlah tersebut harus lebih besar dari original sampel. Namun Chin (2009) menyarankan *number of bootstrap samples* sebesar 200-1000 sudah cukup untuk mengoreksi standar

error estimate PLS (Ghozali & Latan, 2015). Pada metode *resampling bootstrap*, nilai signifikansi yang digunakan (*two-tailed*) t-value 1,65 (*significance level* = 10%), 1,96 (*significance level* = 5%) dan 2,58 (*significance level* = 1%).

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika p value $< 0,05$ dan t statistik $< 1,96$ maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika p value $> 0,05$ dan t statistik $> 1,96$ maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen