

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BlackJack Coffe Jl. Saxophone No.9, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan sistem pendekatan deskriptif melalui proses survey pengambilan data. Metode penelitian ini didasarkan pada filsafat positivisme, dimana ilmu ini memiliki pandangan bahwa sebuah fenomena itu dapat diklasifikasikan, dapat diukur dan cenderung dapat diamati (Sugiyono, 2020). Ditinjau dari tingkat penjabarannya, penelitian ini dapat digolongkan kedalam penelitian deskriptif. Metode penelitian kuantitatif dipilih karena pada penelitian ini peneliti berkeinginan untuk mengukur beberapa item variable untuk menemukan suatu penyebab sebuah masalah yang sedang terjadi atau yang telah terjadi (Kothari, 2004).

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2020). Penjelasan lebih lanjut

mengenai populasi oleh Sekaran, (2018) bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. Dari kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah obyek maupun subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah-masalah penelitian. Pada penelitian ini peneliti menetapkan populasi penelitian yaitu konsumen dari BlackJack Coffe di Kota Malang

2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu non-probability sampling. Non-probability sampling adalah teknik sampling yang tidak memberikan adanya kesempatan yang sama bagi anggota (Priyono, 2008). Cara yang digunakan adalah purposive sampling dengan batasan usia sampel yaitu pada jenjang usia 17-25 tahun. Purposive sampling yaitu penelitian dengan cara mengambil sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria sampel yang diperlukan (Salim dan Syahrur, 2012).

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak (Sugiyono, 2020). Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif.

Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dapat dikali 5 sampai 10 (Ferdinand, 2006). Berdasarkan uraian

diatas, peneliti menetapkan sampel sebesar 85 untuk dijadikan besaran sampel, hasil tersebut diperoleh dari perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Sampel Minimum} = \text{Jumlah Indikator Penelitian} \times 5$$

$$\text{Sampel Minimum} = 17 \times 5$$

$$\text{Sampel Minimum} = 85$$

Dari hasil perhitungan diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 85 yang akan menjadi dalam penelitian ini adalah Konsumen BlackJack Coffee dengan rentang usia antara 17-25 tahun. Pembatasan berupa usia didasari karena disesuaikan dengan target pasar yang dimiliki oleh Blackjack Coffee sendiri. Dalam penentuan sampel, mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2020).

D. Definisi Operasional Variabel

Operational variable merupakan suatu rancangan alat ukur yang digunakan untuk menjabarkan setiap variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan peneliti dalam menjabarkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari tiga pokok variabel yang akan diteliti yaitu, Promosi Sosial Media (X_1) Lokasi (X_2), Keputusan Pembelian (Y), dan Minat Beli (Z). Berikut ini operasional variabel nya :

Tabel 3.1 Tabel Definisi operasional variabel

No	Definisi Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	<p>Keputusan Pembelian</p> <p>Keputusan pembelian adalah proses mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.</p> <p>Peter & Olson., (2000)</p>	<p>Keputusan pembelian merupakan sebuah proses dalam menentukan alternatif pilhan yang ada, dimana akhirnya konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian pada Blackjack Coffee.</p>	<p>1. Kemantapan konsumen dalam membeli produk</p> <p>2. Kecepatan konsumen dalam membeli produk</p> <p>3. Kebiasaan konsumen dalam membeli produk</p>
2	<p>Minat Beli</p> <p>Minat merupakan kecenderungan atau keinginan yang kuat pada individu untuk melakukan perilaku tertentu.</p> <p>Sumarwan, (2011)</p>	<p>Minat beli merupakan sebuah perilaku menetapkan sebuah pilihan dari berbagai alternative pilihan seorang konsumen Blackjack Coffee.</p>	<p>4. Keinginan membeli produk</p> <p>5. Minat setelah mendapatkan Referensi</p> <p>6. Minat preferensi produk</p> <p>7. Minat mencari informasi</p>

Lanjutan Tabel 3.1

No	Variabel	Variabel Operasional	Indikator
3	<p>Promosi Sosial Media</p> <p>Kemampuan dalam mengembangkan suatu bisnis dengan menjangkau langsung penggemar, pengikut, pelanggan atau klien, dan dapat menjangkau kembali untuk berkomunikasi, dan menjual tanpa perlu perantara seperti dibutuhkan di masa lalu dengan sistem online.</p> <p>Menurut Owsinski (2015)</p>	<p>Sosial media memungkinkan komunikasi dua arah antara konsumen Blackjack Coffee dengan perusahaan.</p>	8. Daya tarik visual konten instagram
			9. Daya tarik penggunaan bahasa
			10. Berbagi informasi melalui instagram
			11. Melakukan tanya jawab dengan pengikut melalui story instagram
			12. Bekerjasama dengan influencer dalam bidang kuliner
4	<p>Lokasi</p> <p>Lokasi merupakan faktor penting di pasar real estat. Keputusan mengenai lokasi mewakili bagian penting dalam proses perencanaan strategis hampir di setiap organisasi.</p> <p>Wiliam and Chuong (2014)</p>	<p>Lokasi menjadi salah satu aspek yang dapat mempengaruhi konsumen Blackjack Coffee.</p>	14. Lokasi memiliki kemudahan untuk dijangkau.
			15. Lokasi mudah untuk ditemukan dan dapat terlihat jelas.
			16. Lokasi dekat dengan konsumen
			17. Lokasi kompetitif dengan pesaingnya.

E. Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, dimana informasi atau penjelasannya berupa bilangan atau angka (Sugiyono, 2020). Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data ini didapatkan dari penyebaran kuesioner atau angket kepada sampel yang telah ditetapkan. Data primer adalah data yang langsung didapatkan dari responden kepada peneliti. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk disebar kepada responden yang sudah ditentukan (Jonathan, 2006)

F. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu (Tanzeh, 2011). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan responden sebuah pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2020)

Cara yang digunakan dalam pembagian kuesioner nantinya dengan membagikan tautan form pertanyaan yang berisi instrumen penelitian kepada konsumen BlackJack Coffee. Penyebaran kuesioner akan dilakukan dalam dua tahap. Dimana tahap kedua berguna sebagai langkah cadangan apabila dalam proses penyebaran kuesioner ditahap pertama belum mencapai angka responden yang telah ditentukan.

G. Teknik Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala dengan memanfaatkan pendekatan analisis item, di mana item tertentu dievaluasi atas dasar seberapa baik membedakan antara orang-orang yang skor total tinggi dan mereka yang skornya rendah (Kothari, 2004). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2020). Setiap pertanyaan ataupun pernyataan yang diukur dengan skala likert memiliki lima tingkatan preferensi jawaban (Sugiyono, 2020). Dimana masing masing jawaban memiliki skor atau bobot yang telah ditentukan, seperti rincian pada tabel berikut :

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Pilihan Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2020)

H. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Dalam menentukan layak dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan

terhadap skor total. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama, menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2020).

Untuk mengukur reliabilitas pada data, penelitian ini menggunakan pendekatan *Cronbach's Alpha* yang dihitung dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $\leq 0,5$, maka kuesioner kurang reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $\geq 0,5$ dan mendekati 1, maka kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

I. Hasil Uji Instrumen (30 Responden)

Tabel 3.3 Rekapitulasi Hasil uji validitas (30 Responden)

Item	Nilai Corrected Item/r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	0,721	0,361	Valid
X1.2	0,617	0,361	Valid
X1.3	0,403	0,361	Valid
X1.4	0,578	0,361	Valid
X1.5	0,516	0,361	Valid
X1.6	0,401	0,361	Valid
X2.1	0,677	0,361	Valid
X2.2	0,695	0,361	Valid
X2.3	0,701	0,361	Valid
X2.4	0,568	0,361	Valid
Z1	0,527	0,361	Valid
Z2	0,727	0,361	Valid
Z3	0,548	0,361	Valid
Z4	0,669	0,361	Valid
Y1	0,585	0,361	Valid
Y2	0,680	0,361	Valid
Y3	0,723	0,361	Valid

Sumber : (Lampiran 3)

Berdasarkan instrumen penelitian ada 17 item yang digunakan sebagai instrumen penelitian dengan pembagian 6 item mewakili Variabel promosi sosial media, 4 item mewakili variabel lokasi, 4 item mewakili variabel minat beli dan 3 item mewakili variabel keputusan pembelian. Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 3.3. dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat dan dinyatakan Valid

Tabel 3.4 Rekapitulasi hasil uji reliabilitas (30 Responden)

Variabel	N item	Nilai Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Promosi sosial Media (X1)	6	0,614	0,5	Reliabel
Lokasi (X2)	4	0,668	0,5	Reliabel
Minat Beli (Z)	4	0,765	0,5	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	3	0,667	0,5	Reliabel

Sumber : (Lampiran 3)

Bedasarkan hasil olah data yang dilakukan menggunakan *SPSS 26* diperoleh data sebagaimana yang terlampir pada Tabel 3.4 bahwasannya semua variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar sama dengan 0,5 dimana dapat dinyatakan Reliabel. Dari hasil pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat valid dan reliabel, sehingga penelitian dapat dilanjutkan untuk mendapatkan hasil pernyataan dari 85 responden.

J. Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan analisis regresi peneliti harus menggunakan uji asumsi klasik agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan syarat pengujian.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah menggunakan model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018) Pengujian ini menggunakan program *SPSS 25 for Windows*. Untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan Uji

Kolmogorov-Smirnov dengan memperhatikan hasil nilai signifikan (Monte Carlo Sig.) pada proses pengujian. Variabel berdistribusi normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$).

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018). Uji ini dapat dengan melihat hasil dari nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Apabila nilai Tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF kurang dari sama dengan 10 ($\text{VIF} < 10$) maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan metode uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual dari model yang diestimasi terhadap variabel-variabel penjelas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dari nilai probabilitas setiap variabel. Jika Probabilitas $> 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika Probabilitas $< 0,05$ berarti terjadi heteroskedastisitas.

K. Teknik Analisis Data

1. Uji Macro Hayes

Alat analisis untuk penelitian ini menggunakan *Process Macro Hayes* (2013). Andrew Hayes memperkenalkan alat analisis yang disebutnya sebagai *Conditional Process Analysis* yang diklaim dapat digunakan bilamana tujuan penelitian adalah untuk memahami mekanisme dimana efek sebuah variabel dengan kondisi tertentu (adanya moderasi) ditransmisi kepada variabel yang lain. Keunggulan untuk alat analisis ini adalah kemampuan untuk menghitung model yang melibatkan moderasi dan mediasi secara simultan (*single integrated analytical model – conditional process model*).

Process Macro Hayes (2013) pada dasarnya memiliki fungsi yang sama dengan regresi linier sederhana melalui SPSS, akan tetapi melalui metode ini, peneliti langsung bisa melihat apakah ada efek interaksi yang terjadi dan signifikansi pengaruhnya dalam sekali proses. Pengaruh antar variable dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan jika nilai *Probability* kurang dari 0,05.

2. Uji Rentang skala

Menurut (Ghozali 2016) rentang skala digunakan untuk mengolah data mentah berupa angka yang kemudian diartikan dalam pengertian kualitatif. Analisis rentang skala ini digunakan untuk mengetahui bagaimana promosi sosial media, lokasi, minat beli dan keputusan pembelian pada Blackjack Coffee :

$$Rs = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan :

Rs = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah alternative jawaban

Dari rumus diatas maka didapatkan rentang skala sebagai berikut:

$$R_s = \frac{85(5-1)}{5} = \frac{340}{5} = 68$$

Jadi hasil yang diperoleh dari rentang skala adalah 68

1. Skor Minimum : (Bobot Terendah x Jumlah Sampel) : $1 \times 85 = 85$
2. Skor Maksimum : (Bobot Tertinggi x Jumlah Sampel) : $5 \times 85 = 425$

Tabel 3.5 Rentang Skala

Skor	Promosi Sosial Media	Lokasi	Minat Beli	Keputusan Pembelian
85 – 152	Sangat tidak baik	Sangat tidak baik	Sangat rendah	Sangat rendah
153 – 220	Tidak Baik	Tidak Baik	Rendah	Rendah
221 – 288	Cukup	Cukup	Cukup	Cukup
289 – 356	Baik	Baik	Tinggi	Tinggi
357 – 425	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

L. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dilakukan untuk mengambil sebuah keputusan atau kesimpulan yang didasarkan dengan data yang telah dilakukan langkah analisis. Uji ini dapat dilakukan pada jenis penelitian terkontrol maupun yang tidak terkontrol (observasi). Alat analisis untuk uji hipotesis pada penelitian ini yang digunakan adalah *Process Macro Hayes* (2013). Andrew Hayes memperkenalkan alat analisis yang disebutnya sebagai *Conditional Process Analysis* yang diklaim dapat digunakan bilamana tujuan penelitian adalah untuk memahami mekanisme dimana efek sebuah variabel dengan kondisi tertentu (adanya moderasi) ditransmisi kepada variabel yang lain. Keunggulan untuk alat analisis ini adalah kemampuan untuk menghitung model yang melibatkan moderasi dan mediasi secara simultan (*single integrated analytical model – conditional process model*). *Process Macro Hayes* (2013) pada dasarnya memiliki fungsi yang sama dengan regresi linier sederhana

melalui SPSS, akan tetapi melalui metode ini, peneliti langsung bisa melihat apakah ada efek interaksi yang terjadi dan signifikansi pengaruhnya dalam sekali proses. Pengaruh antar variable dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan jika nilai *Probability* kurang dari 0,05. Keunggulan dari *Process Macro Hayes* (2013) yaitu hanya perlu melakukan satu kali analisis untuk melihat efek mediasi. Persyaratan yang digunakan pada *Process Macro Hayes* (2013) yaitu diperlukan asumsi bahwa variabel dependen dan independen memiliki pengaruh yang linier (Hayes, 2013). Penggunaan metode *bootstrapping* dalam *Process Macro Hayes* (2013) tidak memerlukan asumsi normalitas dan rentang nilai jika BootLLCI dan nilai Boot ULCI tidak mencakup nilai nol, maka estimasi signifikan dan terjadi efek mediasi. Penjelasan terkait hasil pengujian menggunakan *Process Macro Hayes* (2013) sebagai berikut :

1. Jika nilai *Probability* $< 0,05$ maka pengaruh antar variable dapat dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan.
2. Jika nilai *Probability* $> 0,05$ maka pengaruh antar variable dapat dinyatakan tidak berpengaruh positif dan signifikan.
3. Jika nilai effect variabel mediasi pada pengaruh tidak langsung berada diantara nilai BootLLCI dan BootULCI, dapat dinyatakan variabel mediasi dapat memediasi pengaruh variabel bebas terhadap terikat.