

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang ada pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2019) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang memiliki sifat objektif dengan menyertakan suatu pengumpulan data dan analisis data kuantitatif dengan cara statistik sehingga bisa dilaksanakan perhitungan yang bisa disediakan pada bentuk tabel, grafik dan diagram. Menurut (Sanusi, 2017:13) desain penelitian deskriptif merupakan sebuah desain penelitian yang disusun agar bisa memberikan gambaran secara terstruktur mengenai informasi ilmiah yang berasal dari subjek dan objek pada penelitian. Peneliti ingin mengetahui pengaruh kreativitas iklan dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada *Every Sunday CoffeeShop* serta semua gejala yang ada di variabel-variabel penelitian.

3.2 Sifat Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat orisinal. Menurut (Purwanza *et al.*, 2022:7) penelitian orisinal adalah sebuah bentuk penelitian yang menggunakan seluruh variabel, indikator serta objek penelitian yang baru dan bukan pengulangan dari penelitian sebelumnya. Penelitian orisinal juga disebut juga sebagai penelitian terbarukan yaitu penelitian yang di dalamnya terdapat seluruh variabel dan objek penelitian yang baru.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada skripsi ini dilaksanakan pada *Every Sunday Coffeeshop* yang berlokasi di Mega Legenda 2 Blok H2 No. 1, Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Maret 2023 hingga Juli 2023.

Jadwal penelitian dapat dirincikan dengan tabel dibawah ini yaitu:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun, Bulan, dan Pertemuan													
	Maret	April				Mei		Juni			Juli			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Judul	■													
Penulisan Bab I		■	■	■	■	■	■							
Penulisan Bab II								■	■					
Penulisan Bab III								■	■					
Menyebarkan Kuesioner										■	■	■		
Mengumpulkan Kuesioner										■	■	■		
Pengolahan Data												■	■	
Penulisan Bab IV dan Bab V												■	■	
Menyerahkan Penelitian														■

Sumber: Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi merupakan sebuah wilayah generalisasi yang didalamnya ada subjek dan objek serta memiliki kualitas dan karakter tertentu

yang bisa ditentukan peneliti agar dipahami lalu diambil kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi penelitian yaitu seluruh konsumen pada *Every Sunday CoffeeShop* di Kota Batam yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang ada di dalam populasi. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen pada *Every Sunday CoffeeShop* di Kota Batam yang berjumlah 204.

3.4.2.1 Teknik Penentuan Besar Sampel

Pada penelitian ini populasi tidak diketahui jumlahnya sehingga menggunakan rumus Jacob Cohen untuk menentukan jumlah sampel. Adapun rumus Jacob Cohen yaitu:

$$N = L / F^2 + u + 1 \quad \text{Rumus 3.1 Jacob Cohen}$$

Keterangan:

N = Sampel

F² = Efek Ukuran

u = Banyaknya perubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi Power dari u, diperoleh dari tabel Power (p) = 0.95 dan Efek Ukuran (f²) = 0.1

Harga L tabel dengan t.s 1% power 0.95 dan u = 5 adalah 19.76

$$N = L / F^2 + u + 1$$

$$\begin{aligned} N &= 19.76 / 0.1 + 5 + 1 \\ &= 203,6 \end{aligned}$$

Dapat dilihat dari rumus tersebut bahwa hasil dari jumlah sampel yaitu 203,6 sehingga sampel dibulatkan menjadi 204 sampel. Kesimpulan yang bisa diambil yaitu jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 204 konsumen pada *Every Sunday CoffeeShop* di Kota Batam.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non probability sampling. Menurut (Sugiyono, 2013:81) teknik *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan sebuah kesempatan yang sama untuk semua anggota pada populasi supaya dapat dipilih menjadi anggota sampel. Adapun jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2013:84) teknik *purposive sampling* merupakan teknik untuk menetapkan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu:

1. Responden yang menjadi konsumen pada kafe *Every Sunday CoffeeShop* di Kota Batam.
2. Responden yang berusia 17 tahun keatas.

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk diambil serta diolah pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2019) data primer adalah sumber data yang didapatkan secara langsung dari lapangan. Data primer yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner yang dibagikan kepada

konsumen *Every Sunday CoffeeShop* di Kota Batam. Menurut (Sugiyono, 2019) data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung atau data yang berasal dari dokumentasi. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah informasi yang didapatkan melalui jurnal serta buku yang sesuai dengan penelitian ini untuk acuan teori dalam penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2013:142) kuesioner merupakan suatu teknik dalam mengumpulkan data yang dilakukan dengan memberi beberapa pernyataan serta pertanyaan yang tertulis pada responden supaya bisa dijawab. Kuesioner dibuat melalui google form serta membagikan link kuesioner tersebut pada konsumen *Every Sunday CoffeeShop* di Kota Batam. Menurut (Sugiyono, 2013:93) skala likert adalah suatu skala pengukuran yang dimanfaatkan untuk mengukur sifat, saran serta pandangan individu atau kelompok tentang gejala sosial. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan variabel yang diukur serta dijelaskan adalah variabel indikator.

Tabel 3.2 Skala Likert

Pernyataan	Simbol	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2013:38) variabel adalah suatu karakteristik nilai pada individu atau aktivitas yang memiliki jenis spesifik dengan ditentukan oleh peneliti supaya bisa dipelajari lalu diambil kesimpulan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

3.7.1 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2019) variabel independen atau variabel bebas adalah suatu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab suatu perubahan dan munculnya variabel dependen. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Kreativitas Iklan (X1) dan Persepsi Konsumen (X2).

3.7.2 Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2019) variabel dependen adalah sebuah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dikarenakan munculnya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Ukur
1	Kreativitas Iklan (X1)	Kreativitas iklan adalah sesuatu yang sangat khas (kadang disebut sebagai sesuatu yang berbeda atau baru) dan sangat relevan (disebut juga sebagai sesuatu yang signifikan dan terkait dengan isu yang dihadapi). (Murad & Rafsanjani, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterhubungan (<i>Connectedness</i>) 2. Kesesuaian (<i>Appropriateness</i>) 3. Kebaruan (<i>Novelty</i>) 	<i>Likert</i>
2	Persepsi Konsumen (X2)	Persepsi konsumen adalah proses pengorganisasian, interpretasi, dan pengintegrasian input yang diterima oleh suatu organisme atau individu ke	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman terhadap manfaat produk 2. Pemahaman tentang variasi tipe produk 	<i>Likert</i>

		dalam aktivitas yang bermakna dan terintegrasi.. (Putriwita, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 3. Pemahaman tentang popularitas merek produk 4. Pemahaman tentang keistimewaan produk 	
3	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan keterlibatan seseorang dalam pencarian dan pemilihan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan menghasilkan proses akhir dan tindakan melakukan pembelian.. (Nabila & Fajar, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui akan kebutuhan. 2. Sumber Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Melakukan Pembelian 5. Perilaku setelah melakukan pembelian 	<i>Likert</i>

3.8 Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2014:243) analisis data kuantitatif merupakan metode pada analisis data yang digunakan agar bisa menjawab semua rumusan masalah serta menguji hipotesis yang sudah dirumuskan. Alat analisis statistik yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sanusi, 2017:13) statistik deskriptif adalah analisis dalam penelitian yang dirancang agar bisa memberikan referensi dengan teratur tentang informasi ilmiah yang sumber nya dari objek dan subjek dalam penelitian. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan deskripsi jawaban serta penyebaran kuesioner pada konsumen *Every Sunday CoffeeShop* selaku responden. Hasil dari kuesioner tersebut akan dilakukan olah data menggunakan statistik deskriptif untuk menjelaskan hasil data tersebut. Sebelum melaksanakan analisis

deskriptif, terlebih dulu harus dibuat rentang skala yang dapat dijadikan pedoman dalam analisis deskriptif. Perhitungan dari rentang skala yaitu:

$$RS = \frac{n(M-1)}{M} \quad \text{Rumus 3.2 Rentang Skala}$$

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = jumlah sampel

M = Jumlah alternatif jawaban per sampel

$$\begin{aligned} RS &= \frac{204(5 - 1)}{5} \\ &= \frac{204(4)}{5} \\ &= 163,2 \end{aligned}$$

Tabel 3.4 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	204–367,2	Sangat Tidak Setuju
2	368,2–531,4	Tidak Setuju
3	532,4–695,6	Netral
4	696,6–859,8	Setuju
5	860,8–1024	Sangat Setuju

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Menurut (Meilani *et al.*, 2022) uji validitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengukur tingkat akurasi antara data yang ada pada objek dan data yang dilaporkan apabila data yang valid $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dapat dikatakan data tersebut valid, tetapi jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka dikatakan data tersebut tidak valid sehingga tidak dapat digunakan didalam penelitian.

$$R_{\chi\gamma} = \frac{n(\sum \chi_i \gamma_i) - (\sum \chi_i)(\sum \gamma_i)}{(n(\sum \chi_i^2) - (\sum \chi_i)^2)(n(\sum \gamma_i^2) - (\sum \gamma_i)^2)}$$

Rumus 3.3 Uji Validitas

Keterangan :

$R_{\chi\gamma}$ = Koefisien Korelasi

n = Nominal Responden

χ_i = Nilai pada Setiap Data di Instrumen

γ_i = Nilai pada Setiap Data di Kriteria

3.8.2.2 Uji Reliabilitas Data

Menurut (Ghozali, 2018:45) uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur hasil dari kuesioner termasuk indikator pada seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian.

$$k = \frac{k}{(k-1)} \frac{\{1 - \sum S_i^2\}}{S_t^2}$$

Rumus 3.4 Uji Reliabilitas

Keterangan:

r_i = Koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

K = Nominal unit per soal

$\sum S_i^2$ = Nominal varians nilai dalam setiap unit soal

S_t^2 = Varians total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018:161) uji normalitas merupakan sebuah uji yang memiliki tujuan untuk menguji apakah pada metode regresi variabel independen dan variabel memiliki distribusi normal atau tidak.

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \quad \text{Rumus 3.5 Uji Normalitas}$$

Keterangan:

X^2 = Nilai dari X^2

O_i = Nilai dari observasi

E_i = Nilai harapan

3.8.3.2 Uji Multikolonieritas

Menurut (Tanzeh *et al.*, 2020) uji multikolonieritas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah ada suatu korelasi yang sifatnya sempurna atau mendekati sempurna pada variabel bebas. Agar bisa melihat ada atau tidaknya fenomena multikolinieritas pada regresi maka bisa dilihat dari nilai VIF, sehingga bisa dijelaskan jika nilai VIF > 10 artinya terjadi gejala multikolinieritas. Namun apabila nilai VIF < 10 artinya tidak ada terjadi fenomena multikolinieritas.

3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut (Tanzeh *et al.*, 2020) uji heterokedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menguji kesesuaian variansi dalam residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain nya. Uji heterokedastisitas bisa dilakukan menggunakan metode Scatter Plot dengan menggunakan plot nilai ZPRED atau nilai prediksi dan SRESID atau nilai residual.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sanusi, 2017:134) analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan apabila terdapat penambahan jumlah variabel yang sebelumnya terdapat satu variabel lalu menjadi dua atau lebih variabel bebas.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Rumus 3.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Keterangan :

Y = Variabel dependen

α = Konstanta

X1, X2 dan X3 = Variabel independen

b = Nilai koefisien regresi

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Ghozali, 2018:97) uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui keterlibatan yang diberikan pada satu variabel X atau lebih terhadap variabel Y yang dijelaskan yaitu koefisien determinasi.

$$Kd = r \times 100\%$$

Rumus 3.7 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut (Ghozali, 2018:98) uji t atau uji parsial merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel bebas yang secara personal agar bisa memberikan penjelasan kepada variabel terikat yang dilaksanakan dengan melakukan pengujian di tingkatan signifikan $<0,05$ dan derajat bebas yaitu $(n-k-1)$.

3.9.2 Uji f (Uji Simultan)

Menurut (Ghozali, 2018:98) uji f atau uji simultan merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara seluruh variabel bebas yang diletakkan pada mode regresi secara bersamaan dengan variabel terikat yang telah dilaksanakan pengujian di tingkatan $<0,05$ merupakan suatu tujuan uji statistik f.