

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian dilihat dari jenis data yang akan diperoleh dibagi ke dalam dua jenis yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu investigasi yang dilakukan dengan memproses dan menganalisis data untuk menghasilkan temuan. (Rifai, 2021:7) mengungkapkan bahwa penelitian ini dilakukan dengan menerapkan pendekatan kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk menjadi suatu prosedur dalam mengamati dan menguji sampel serta populasi yang telah ditetapkan melalui teknik pengumpulan data yang terpilih dan instrumen penelitian yang dipilih. Selain itu, metode ini dapat memberikan penjelasan terhadap hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian bermaksud agar penelitian yang dijalankan bisa sesuai dengan yang diinginkan. Sifat penelitian adalah penelitian deskriptif adalah sifat penelitian yang menggambarkan suatu fenomena dengan data yang akurat yang diteliti secara sistematis (Sahir, 2021: 6). Penelitian deskriptif dijalankan bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan penyebaran suatu gejala, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam suatu kasus.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan untuk menganalisis penelitian adalah Honglin Crispy Chicken yang beralamat pada Perumahan Griya Buana Indah Blok F1 No. 2, Batam Center, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau, Indonesia.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3.1 Periode Penelitian

No	Keterangan	Tahun 2023			Tahun 2024	
		Oktober	November	Desember	Januari	Februari
1	Pengajuan Judul	■				
2	Tinjauan Pustaka		■			
3	Pengumpulan Data		■	■		
4	Pengolahan Data			■	■	
5	Analisis & Pembahasan				■	■
6	Simpulan & Saran					■

Sumber: Penelitian, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian, yang dapat mencakup baik individu maupun wilayah. Populasi merupakan totalitas unit analisis yang karakteristiknya akan diduga atau diidentifikasi (Rifai, 2021: 58). Populasi dalam setiap penelitian harus disebutkan secara tersurat yaitu dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang menjadi cakupan. Penelitian ini memiliki populasi yaitu seluruh konsumen yang ada di Honglin Crispy Chicken.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi penelitian atau contoh dari keseluruhan populasi penelitian. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Rifai, 2021: 59). Menetapkan jumlah sampel seringkali menjadi tahap kritis dan keputusan krusial yang dihadapi dalam suatu penelitian. Teknik *simple random sampling* terpilih sebagai teknik sampel dalam studi yang dikaji dengan teknik yang diambil secara langsung dengan acakan tanpa perlu melakukan pemilihan atas persyaratan tertentu. Penelitian ini menggunakan rumus *Cochran* dalam memperoleh jumlah sampel, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Cochran}$$

Sumber: (Mardian & Nurliati, 2021)

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0.05)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16 \text{ atau } 384$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

z^2 = kurva normal yang memotong area tingkat kepercayaan, misalnya sebesar 95% (1,96)

e^2 = tingkat kepercayaan yang diinginkan (95%)

p = proporsi yang diestimasi suatu atribut yang ada dalam suatu populasi

q = 1 - p

3.5 Sumber Data

Penelitian kuantitatif menggunakan data dapat diambil dari sumber primer ataupun sekunder sebagai berikut (Hamid et al., 2019: 4), yaitu:

1. Data primer adalah secara langsung diambil dari objek/obyek penelitian oleh peneliti perorangan maupun organisasi. Data yang dipakai dari penyebaran kuesioner
2. Data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian. Pada penelitian ini peneliti hanya melihat laporan penjualan tetapi tidak menganalisis laporan penjualan tersebut.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam rangka mengatasi permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian (Sahir, 2021: 46). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Observasi, penulis ada mendatangi perusahaan Honglin Crispy Chicken untuk melakukan observasi lapangan, kemudian mengamati gejala yang sedang diteliti agar bisa menggambarkan masalah yang terjadi yang bisa dihubungkan dengan teknik pengumpulan data yang lain.
2. Wawancara, penulis langsung mewawancarai pemilik usaha dengan berbagai bentuk daftar pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti.
3. Dokumentasi, ialah setiap bahan tertulis dapat berupa laporan penjualan dari perusahaan dan sosial media yang telah dijalankan oleh pihak Honglin Crispy Chicken.

3.7 Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen sering dikenal sebagai variabel bebas (Sahir, 2021).

3.7.1.1 Pemasaran Digital (X_1)

Pemasaran digital adalah rangkaian strategi pemasaran dan branding yang memanfaatkan platform-media sosial seperti blog, situs web, surel, AdWords, dan jejaring sosial. Konsep ini tidak terbatas pada penggunaan media sosial saja, melainkan juga melibatkan manajemen data pelanggan secara digital dan integrasi internet dengan media tradisional (Handayani & Wahyuningsih, 2022: 239). Indikator dari pemasaran digital terdiri dari 5 indikator menurut (Romadlon et al., 2020:702) yaitu :

1. *Coordination*
2. *Commerce*
3. *Community*
4. *Content*
5. *Communications*

3.7.1.2 Brand Image (X_2)

Brand image adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek (Vivian, 2020:53). Indikator dari *brand image* yaitu (Indriany et al., 2022:207–208):

1. Mudah dikenali selain dari logo

2. Reputasi yang baik
3. Selalu diingat

3.7.1.3 Inovasi Produk (X3)

Inovasi produk adalah ide tentang suatu produk yang oleh konsumen dianggap sebagai produk yang baru. Secara lebih simpel, inovasi produk dapat dijelaskan sebagai suatu terobosan yang terkait dengan pengembangan produk baru. Salah satu elemen kunci dalam inovasi produk adalah memahami konsumen dan memuaskannya melalui penyediaan produk yang inovatif (Fadhilah et al., 2022: 610). Ada beberapa indikator inovasi produk yaitu (Hidayah et al., 2022: 6):

1. Fitur Produk
2. Desain Produk
3. Kualitas Produk

3.7.2 Variabel Dependen

3.7.2.1 Keputusan Pembelian (Y)

Variabel dependen sering dikenal sebagai variabel terikat (Sahir, 2021). Adapun variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian adalah serangkaian langkah yang harus diambil oleh seorang pembeli untuk menentukan pilihan produk atau jasa yang ingin dibeli. Sebelum pembeli membuat keputusan pembelian, mereka umumnya melewati beberapa tahap, termasuk mengidentifikasi masalah, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, membuat keputusan pembelian, dan menunjukkan perilaku pasca pembelian. Selama proses pembelian, ada fase-fase yang dapat mendorong keputusan untuk membeli lagi jika pembeli merasa puas dengan

pembelian sebelumnya dan pengalaman pembelian berikutnya (Rozi & Khuzaini, 2021:5). Indikator dari keputusan pembelian yaitu (Baihaky et al., 2022:92):

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
4. Melakukan pembelian berulang

3.8 Metode Analisis Data

Pengolahan data yang dijalankan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package fo Social Sciences*).

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode statistik yang bermanfaat untuk menjelaskan secara rinci objek yang sedang diteliti, menggunakan data dari seluruh populasi atau sampel tanpa melakukan interpretasi atau membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (Hamid *et al.*, 2019: 48). Rumus rentang skala yang ada yaitu:

Tabel 3.2 Rentang Skala

Rentang Kategori Skor/Skala Kategori	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik
1,81 – 2,60	Tidak baik
2,61 – 3,40	Baik
3,41 – 4,20	Sangat baik
4,21 – 5,00	Sangat baik sekali

Sumber: Penelitian, 2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

Pengujian kualitas data bisa melalui dua cara yaitu uji validitas dan uji reliabilitas:

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Pengujian ini diambil sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil kuesioner, dengan mempergunakan korelasi *Pearson Product Moment* yaitu korelasi antar item dengan skor tital dalam satu variabel, serta pengukuran yang didapat dengan mempergunakan SPSS 25.0 dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 (Hamid *et al.*, 2019: 27). Adapun rumus *Pearson Product Moment* yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Rumus 3.2 Uji Validitas

Sumber : (Hamid *et al.*, 2019: 28)

Keterangan:

r_{xy} = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh dari subyek dalam tiap item X

Y = skor total yang diperoleh dari subyek seluruh item Y

N = jumlah responden

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk melihat sebera konsistennya alat ukur yang dipakai, bisakah alat ukur diandalkan dalam menjaga konsistensinya dalam keadaan berulang. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item/pertanyaan yang

dipergunakan. Pada penelitian ini akan menggunakan formula Cronbach's Alpha (α), dimana secara umum dianggap reliabel apabila nilai $\alpha > 0,6$ (Hamid et al., 2019: 30). Adapun rumus *Cronbach's Alpha* yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S}{St} \right)$$

Rumus 3.3 Uji Reliabilitas

Sumber : (Hamid et al., 2019: 30)

Keterangan:

r_{11} = nilai reliabilitas

k = jumlah item

$\sum S$ = jumlah varian skor tiap-tiap item

St = varian total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menunjukkan bahwa sampel yang digunakan berasal dari populasi yang normal. Beberapa teknik yang digunakan untuk menguji normalitas data melibatkan pemeriksaan histogram, uji *P-Plot*, dan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Hamid et al., 2019: 75). Jika hasil yang diuji berdistribusi normal maka nilai signifikansi $> 0,05$ pada uji *Kolmogorov-Smirnov*. Ketika gambar histogram berbentuk lonceng dan titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dalam uji pp-plot maka dinyatakan normal. Adapun rumus uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* yang digunakan sebagai berikut:

$$Z_1 = \frac{X_1 - \bar{X}}{S}$$

Rumus 3.4 Uji *Kolmogorov-Smirnov*

Sumber : (Hamid et al., 2019: 72)