

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Ikhtisar penelitian adalah rangkaian tindakan yang dilakukan dalam penelitian. Untuk penelitian yang melibatkan populasi besar dan pengujian hipotesis dengan data statistik yang akurat, jenis penelitian kuantitatif sangat cocok. Ini karena ikhtisar ini penting untuk memandu berbagai langkah dalam proses penelitian, termasuk pengumpulan data, identifikasi sampel, pengumpulan data, dan analisis data. (Sugiyono, 2021). Metode kuantitatif berdasarkan filosofi positivis untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu; menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data secara acak dan melakukan analisis statistik terhadap data tersebut (Balaka, 2022). Penelitian kuantitatif lebih fokus pada mengukur realitas sosial dan menggunakan pertanyaan dan pernyataan untuk menentukan kualitas peristiwa dan menetapkan penelitian secara numerik. Metode penelitian ini juga mengumpulkan, menganalisis, menyajikan, dan mengelola data baik dalam kuantitas maupun volume. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk memecahkan masalah atau menguji hipotesis untuk membuat prinsip umum.

3.2 Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang dikembangkan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh orang lain yang datanya telah disajikan dan dibahas oleh peneliti pada bab sebelumnya. Namun terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini

dengan penelitian-penelitian sebelumnya, terutama dari segi data, variabel, tempat, total responden, dan pengelolaan data.

3.3 Lokasi, Periode Penelitian dan Jadwal Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah sebuah Toko yang menjual minuman Kopi dengan berbagai varian yaitu Toko Kopi Kenangan Megamall Batam yang berlokasi di Jl. Engku Putri No.1, Belian, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Dalam Megamall Batam, Adapun responden dari penelitian ini adalah customer-customer dari Toko Kopi Kenangan Megamall Batam.

3.3.2. Periode Penelitian

Karena saya membutuhkan waktu enam bulan untuk mendapatkan data, penelitian ini akan dilakukan dari bulan Maret 2024 hingga Agustus 2024.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

KEGIATAN	WAKTU KEGIATAN																	
	MARET 2024				APRIL 2024				MEI 2024				JUNI 2024				JULI 2024	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Pengajuan Judul	■	■																
Bab 1			■	■														
Bab 2				■	■	■												
Bab 3					■	■	■											
Kuesioner						■	■	■										
Penelitian							■	■	■	■								
Mengelola Data									■	■								
Bab 4										■	■	■						
Bab 5												■	■	■				
Daftar Pustaka													■	■	■			
Daftar Isi														■	■	■		
Abstrak															■	■		
Finalisasi																	■	■

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2021), menyatakan bahwa populasi adalah kategori luas yang terdiri dari individu dan objek dengan karakteristik tertentu yang diperiksa peneliti sebelum membuat kesimpulan. Terlebih dahulu, populasi dipilih untuk memilih sampel penelitian untuk penelitian ini. Penelitian ini melihat orang-orang di Kota Batam yang pernah membeli suatu produk. Penulis memilih pelanggan yang pernah membeli produk karena mereka telah melakukan survei dengan beberapa orang sebelumnya dan menemukan bahwa mereka tidak puas dengan layanan yang mereka berikan. Karena itu, penulis tertarik dan ingin mempelajari masalah ini dengan lebih lanjut.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2021), sampel tidak hanya merupakan representasi populasi tetapi juga kumpulan subjek dalam populasi yang diteliti. Untuk memastikan bahwa kuesioner yang diberikan untuk penelitian ini didistribusikan dengan jelas. Untuk menentukan sampel penelitian, diperlukan strategi pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan cluster sampel untuk probabilitas sampel. Populasi dikelompokkan berdasarkan wilayah atau lokasi. Oleh karena itu, penulis memilih responden berdasarkan lokasi di Batam Kota, Lubuk Baja, Sungai Beduk, Bengkong, Nongsa, dan orang-orang yang pernah membeli Kopi Kenangan di Megamall Batam di Kota Batam. Orang-orang dari berbagai tempat akan bertindak sebagai responden. Menurut komunikasi sebelumnya, penulis ingin

menggunakan rumus slovin sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel, dikarenakan populasi Batam Kota memiliki populasi 195.775 jiwa, Lubuk Baja dengan populasi 89.838 jiwa, Sungai Beduk dengan populasi 96.578 jiwa, Bengkong dengan populasi 125.093 jiwa, Nongsa dengan populasi 93.052 jiwa. Jadi total dari 5 kecamatan berjumlah 600.336 jiwa. Berikut cara untuk menentukan jumlah sampel dengan rumus slovin:

Tabel 3.2 Populasi per Kecamatan

Batam Kota	195.775 Jiwa
Lubuk Baja	89.838 Jiwa
Sungai Beduk	96.578 Jiwa
Bengkong	125.093 Jiwa
Nongsa	93.052 Jiwa

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Keterangan:

n : Ukuran Sampel / Responden

N : Ukuran Populasi

e : Persentase Kelonggaran Ketelitian Kesalahan Pengambilan Sampel

Cara mencari:

$$n = 600.336 / 1 + 600.336 (0,1)^2$$

$$n = 600.336 / 1 + 600.336 (0,01)$$

$$n = 600.336 / 6.003,36$$

$$n = 100 \text{ responden}$$

Hasil perhitungan rumus slovin di atas menunjukkan bahwa jumlah sampel penelitian ini adalah 100 orang. 100 orang ini akan mewakili masyarakat Kota Batam dalam pengambilan sampel. Penyebaran kuesioner ini dilakukan hanya untuk kepada 100 sample/responden yang pernah membeli Kopi Kenangan di Megamall Batam.

3.5 Sumber Data

Metode dan teknik pengumpulan data harus digunakan untuk memperoleh sumber data dan melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan dua sumber data, diantaranya:

- a. Data primer dari penelitian ini bersumber dari hasil pengisian pada Google Form yang mana peneliti membagikan kuesioner kepada 100 orang di Kota Batam.
- b. Data sekunder dari penelitian ini bersumber dari studi kasus, jurnal, dan daftar pustaka.

3.6 Alat Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden melalui link Google Form. Jawaban responden akan dinilai menggunakan skala *likert*.

Tabel 3.3 Skala *Likert*

Pernyataan	Skor/Bobot Penelitian
Sangat Setuju=SS	5
Setuju=S	4
Netral=N	3
Tidak Setuju=TS	2
Sangat Tidak Setuju=STS	1

Sumber: (Hafni Sahir, 2021: 20)

3.7 Definisi Oprasional Variabel

Tabel 3.4 Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	SKALA
<i>Social Network</i> (X1)	Media sosial memungkinkan jaringan promosi lebih luas karena dapat diakses oleh semua orang, menjadikannya alat promosi yang bagus untuk bisnis. (Purei & Nilowardono, 2021)	a. Entertainment b. Customization c. Trendiness d. Interaction e. Word-Of-Mouth (Delicia Tungka et al., 2020)	Likert
<i>Quality Product</i> (X2)	produk yang baik dan sesuai dapat meningkat minat beli masyarakat. (Ningsih & Siagian, 2024)	a. Fitur Produk b. Daya Tahan c. Keindahan d. Kualitas yang Dipersepsikan (Florence Sukmawati Jaya & Hasyim, 2024)	Likert
<i>Celebrity Endorsement</i> (X3)	Celebrity endorser dapat mewakili citra merek, yang dapat memengaruhi keinginan pelanggan untuk membeli barang tertentu. (Niken Puspita Sari & Tri Sudarwanto, 2022)	a. Visibility (Kepopuleran) b. Credibility (Kredibilitas) c. Attractiveness (Daya Tarik) d. Power (Kekuatan) (Tanti Wijayanti et al., 2024)	Likert

<p><i>Purchase Intention</i> (Y1)</p>	<p>Minat berkunjung kembali merupakan indikasi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dan mengacu pada keinginan pelanggan.</p> <p>(Yoo et al., 2020)</p>	<p>a. Mengunjungi kembali di masa depan b. Merekomendasikan kepada orang lain c. Ucapkan kata-kata positif d. Mendorong orang lain untuk berkunjung</p> <p>(Rifin Khong & James Tandiawan, 2024)</p>	<p>Likert</p>
---------------------------------------	--	---	---------------

Sumber: Peneliti, 2024

Tabel 3.5 Kuesioner Skala *Likert*

No.	Pernyataan	SS	ST	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya merasa terhibur dengan konten yang dibagikan oleh Kopi Kenangan di media sosial					
2.	Konten yang diunggah oleh Kopi Kenangan di media sosial membuat saya tertarik untuk terus mengikuti akun mereka					
3.	Saya merasa bahwa konten media sosial Kopi Kenangan disesuaikan dengan minat dan preferensi saya					
4.	Kopi Kenangan sering memposting konten yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan saya di media sosial					
5.	Saya menganggap Kopi Kenangan selalu up-to-date dengan tren terbaru di media sosial					
6.	Kopi Kenangan sering memposting konten yang mengikuti tren terkini di media sosial					
7.	Saya merasa mudah untuk berinteraksi dengan Kopi Kenangan melalui media sosial					
8.	Kopi Kenangan selalu merespon dengan cepat ketika saya					

	mengajukan pertanyaan atau komentar di media sosial					
9.	Saya sering melihat teman atau keluarga saya membicarakan Kopi Kenangan di media sosial					
10.	Saya sering mendengar orang lain merekomendasikan Kopi Kenangan melalui media sosial					
11.	Produk Kopi Kenangan memiliki fitur-fitur yang memenuhi kebutuhan saya sebagai konsumen					
12.	Saya merasa fitur-fitur yang ditawarkan oleh Kopi Kenangan membuat produk ini lebih menarik dibandingkan produk sejenis					
13.	Produk dari Kopi Kenangan selalu dalam kondisi baik dan tidak mudah rusak					
14.	Saya merasa kualitas produk Kopi Kenangan tetap terjaga meskipun disimpan dalam waktu yang lama					
15.	Penyajian produk Kopi Kenangan selalu menarik dan estetik					
16.	Desain kemasan Kopi Kenangan sangat estetik dan menarik perhatian					
17.	Saya merasa Kopi Kenangan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dalam setiap produknya					
18	Secara keseluruhan, saya menilai produk Kopi Kenangan sebagai produk berkualitas tinggi					
19	Saya sering melihat selebriti yang mempromosikan Kopi Kenangan di media sosial					
20	Selebriti yang mempromosikan Kopi Kenangan sangat terkenal dan sering muncul di berbagai platform media					
21	Saya percaya pada rekomendasi dari selebriti yang mempromosikan Kopi Kenangan					

22	Selebriti yang mempromosikan Kopi Kenangan dianggap memiliki reputasi yang baik dan terpercaya					
23	Selebriti yang mempromosikan Kopi Kenangan memiliki penampilan yang menarik					
24	Saya tertarik untuk mencoba Kopi Kenangan karena selebriti yang mempromosikannya memiliki daya tarik yang tinggi					
25	Selebriti yang mempromosikan Kopi Kenangan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan saya dalam membeli produk					
26	Saya merasa terinspirasi untuk membeli Kopi Kenangan karena selebriti yang mempromosikannya memiliki kekuatan pengaruh yang kuat					
27	Saya berencana untuk mengunjungi Kopi Kenangan di Megamall Batam lagi di masa depan					
28	Saya akan memilih Kopi Kenangan sebagai tempat untuk membeli kopi di kunjungan saya berikutnya					
29	Saya akan merekomendasikan Kopi Kenangan di Megamall Batam kepada teman dan keluarga saya					
30	Saya merasa nyaman merekomendasikan Kopi Kenangan kepada orang lain yang mencari tempat kopi yang bagus					
31	Saya sering mengucapkan hal-hal positif tentang Kopi Kenangan di Megamall Batam kepada orang lain					
32	Saya suka berbagi pengalaman positif saya tentang Kopi Kenangan dengan teman dan keluarga					
33	Saya sering mendorong orang lain untuk mengunjungi Kopi Kenangan di Megamall Batam					
34	Saya akan mengajak teman dan keluarga untuk mencoba Kopi Kenangan di Megamall Batam					

Sumber: Peneliti, 2024

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Selanjutnya, rentan skala dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

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

Sumber: (Wintaria & Siagian, 2022: 46)

RS = Rentang Skala

N = Total Sampel

M = Total Alternatif Jawaban

Terlebih dahulu, skala harus dihitung dengan skor minimal dan maksimal. Jumlah sampel responden adalah 100, dan masing-masing memiliki 5 nilai alternatif. Nilai skala yang dihasilkan dari perhitungan ini adalah:

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Tabel 3.6 Rentang Skala

No	Rentan Skala	Kriteria
1	100 – 180	Sangat Tidak Setuju
2	181 – 261	Tidak Setuju
3	262 – 342	Netral
4	343 – 423	Setuju
5	424 - 504	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2024

3.8.2 Uji Kualitas Data

Dalam penelitian, data yang telah dikumpulkan akan diuji dengan uji validitas dan realibitas.

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses untuk mengevaluasi validitas suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya dapat mengungkapkan tujuan kuesioner.

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Rumus 3.3 *Pearson Product Moment*

Sumber: (Hafni Sahir, 2021: 32)

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara independen dan dependen

N = jumlah subjek

Σxy = jumlah perkalian antara skor independen dan skor dependen

Σx = jumlah skor independen

Σy = jumlah skor dependen

Σx^2 = jumlah dari kuadrat independen

Σy^2 = jumlah dari kuadrat dependen

Nilai korelasi product moment Pearson ini diwakili dengan nilai (r) dengan asumsi bahwa nilai r tidak lebih besar dari nilai ($-1 < r < 1$). Nilai $r = 0$ menunjukkan bahwa korelasi tidak ada sama sekali, nilai $r = 1$ menunjukkan bahwa korelasi

sangat kuat. Tabel interpretasi nilai r, di sisi lain, akan digunakan untuk mengetahui arti harga r:

Tabel 3.7 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,00	Sangat Kuat
0,60 – 0,80	Kuat
0,40 – 0,60	Cukup Kuat
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah
$r_{xy} \leq 0,00$	Tidak Valid

Sumber: (Dian Mawarsari, 2023: 11)

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menentukan seberapa konsisten hasil setelah pengukuran ulang. Hanya pertanyaan yang memenuhi syarat untuk uji validitas yang dapat dilanjutkan ke uji reliabilitas.

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

Rumus 3.4 Cronbach Alpha

Sumber: (Hafni Sahir, 2021: 33)

Keterangan:

r_{11} = nilai reliabilitas

k = jumlah item

$\sum s_i$ = jumlag varian skor item

St = varian total

Dalam pengolahan data menggunakan program komputer seperti SPSS, butir kuesioner dianggap reliabel (layak) jika cronbach alphanya lebih dari 0,60,

dan tidak reliabel jika cronbach alphanya kurang dari 0,60. Reliabilitas ini menunjukkan bahwa itu dapat diandalkan dan dapat dipercaya.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Distribusi data penelitian harus normal atau hampir normal dan model regresi yang baik harus bebas dari asumsi regresi. Uji asumsi regresi dalam penelitian ini termasuk:

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah variabel acuan atau residual dari tabel regresi menunjukkan fungsi normal. Untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal, histogram dan plot regresi normalisasi P-P akan digunakan untuk menguji data (Sugiyono, 2021).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Metode uji multikolinearitas ini digunakan untuk menentukan apakah ada atau tidak adanya korelasi antara variabel.

$$\text{VIF} = (\text{bi}^{\wedge}) = \frac{1}{(1 - R_j^2)} \quad \text{Rumus 3.5 Hitung Nilai VIF}$$

Sumber: (Hafni Sahir, 2021: 70)

Keterangan:

R_j^2 = Koefisien determinasi

Faktor variance inflation (VIF) menunjukkan kenaikan nilai VIF ketika R_j^2 mendekati satu, atau ketika ada kolinearitas variabel independen. Jika $R_j^2 = 1$, nilai VIF tidak terhingga. Jika nilai VIF meningkat lebih lanjut, maka diduga ada multikolonieritas antar variabel independen, atau jika nilai VIF melebihi 10. Nilai

toleransi juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi masalah multikolonieritas.

Nilai tolerabilitas (TOL) dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\boxed{\text{TOL} = (1 - R_j) = \frac{1}{VIF}} \quad \text{Rumus 3.6 Hitung Nilai TOL}$$

Sumber: (Hafni Sahir, 2021: 70)

Keterangan:

R_j^2 = Koefisien determinasi

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah ada gejala heteroskedastisitas dalam penelitian, uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji model regresi untuk mengetahui apakah ada variabel konstan dan residual antara error. Metode scatterplot juga digunakan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda menambah variabel bebas hanya satu menjadi dua atau lebih.

$$\boxed{Y = \alpha + B_1x_1 + b_2x_2 + B_3x_3} \quad \text{Rumus 3.7 Regresi Linear Berganda}$$

Sumber: (Ronauli Sitanggang, 2021: 44)

Keterangan:

X_n = Variabel bebas ke-n

Y = Variabel terikat (angka yang diprediksikan)

b = Koefisien regresi

a = Konstanta (angka Y bila $X_1, X_2 \dots X_n = 0$)

X_1, X_2, X_3 = Variabel bebas

3.8.4.2 Analisis Determinasi

Pengaruhnya bersamaan dengan pengaruh terhadap variabel dependen diukur melalui analisis determinasi ini.

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3.8 Koefisien Determinasi

Sumber: (Hafni Sahir, 2021: 54)

Keterangan:

Kp = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Nilai koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis membandingkan nilai sampel dari data penelitian dengan nilai hipotesis dari data populasi. Tujuannya adalah untuk memberikan solusi sementara untuk masalah penelitian.

3.9.1 Uji T (Parsial)

Ini adalah uji T yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara terpisah atau bersama-sama dengan variabel Y.

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Rumus 3.9 Uji T

Sumber: (Ronauli Sitanggang, 2021: 44)

Keterangan:

Sbi = Standar *error* variabel

Bi = Koefisien regresi variabel

H0 : Karena variabel dependent dan variabel independen tidak terpengaruh satu sama lain, $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$.

H1 : Jika $t \text{ hitung}$ lebih besar dari $t \text{ tabel}$, maka ada hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.