

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif kuantitatif untuk menginterpretasikan pengaruh media sosial, , promosi, dan persepsi konsumen terhadap tingkat kunjungan Funworld yang berlokasi di Grand Mall Batam. Penelitian deskriptif berusaha memberikan deskripsi atas sesuatu kejadian yang terjadi menurut pendapat (Shavab, 2020). Dimana peneliti ingin mengukur pengaruh media sosial, promosi, dan persepsi konsumen terhadap tingkat pengunjung Funworld di Grand Mall Batam.

3.2 Sifat penelitian

Replikasi melekat pada desain penelitian ini. Suatu pemeriksaan ulang yang mereplikasi beberapa elemen penelitian awal, seperti variabel, objek, indikator, atau instrumen, dengan tetap menggunakan variabel penelitian baru dan lokasi yang berbeda dari yang digunakan oleh peneliti sebelumnya (Sidharta, 2009).

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian diinterpretasikan di Funworld Grand Mall Kota Batam tepatnya di kawasan Batu Selicin Kecamatan Lubuk Baja yang terletak di Kota Batam Kepulauan Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitiannya ini di tunjukan di Tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

KEGIATAN	WAKTU KEGIATAN																											
	Mar-24				Apr-24				MEI-2024				Jun-24				Jul-24				AGU-2024							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
PENGAJUAN JUDUL	■	■	■	■																								
BAB 1					■	■																						
BAB 2							■	■																				
BAB 3									■	■																		
KUESIONER										■	■																	
PENELITIAN													■	■	■													
PENGOLAHAN DATA																	■	■	■									
BAB 4																					■	■						
BAB 5																									■	■		
DAFTAR PUSTAKA																										■	■	
DAFTAR ISI																											■	
ABSTRAK																											■	
FINALISASI																												■

Sumber : Penelitian 2024

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah individu-individu yang ciri-cirinya ingin diselidiki atau dijadikan sebagai subjek penelitian (Roflin, 2021). Populasi penelitian ini terdiri dari individu-individu yang merupakan pendudu dari Kecamatan Lubuk Baja dan yang pernah mengunjungi Funworld Grand Mall Batam.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diselidiki atau proporsi dari keseluruhan jumlah atribut yang ditunjukkan oleh populasi (Hidayat, 2021).

3.4.3 Teknik Penentuan Besar Sampel

Jumlah populasi dalam temuan riset ini diketahui karena banyaknya penduduk di Kecamatan Lubuk Baja dan tidak diketahuinya jumlah pengunjung Funworld Grand Mall Batam; oleh karena itu, rumus Slovin diterapkan, yang tidak menentukan ukuran sampel. Jika jumlah penduduk diketahui maka rumus Slovin adalah yang paling cocok. metode sebagai berikut:

Rumus 3.1 Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan n = Jumlah yang terdapat atas suatu Sampel

n = Jumlah yang terdapat atas suatu Populasi

e = Batas Kesalahan yang mampu ditoleransi dalam Sampel

Maka dapat dihitung jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{868}{1 + 868(0,1)^2}$$

$$n = \frac{868}{8,69} = 99,99$$

$$n = 100$$

Perhitungan di atas menghasilkan jumlah sampel sebanyak 99,99 responden. Meskipun demikian, pembulatan tetap diinterpretasikan untuk mendapatkan jumlah sampel akhir sebanyak 100 responden. Mengingat potensi ketidakakuratan data akibat tanggapan yang tidak lengkap atau informasi yang tidak dapat diandalkan, peneliti memilih untuk membulatkan jumlah responden menjadi 100.

3.4.4 Teknik Sampling

Dalam temuan riset ini, *convenience sampling* digunakan sebagai pengganti probabilitas sampling. (Sumargo,2020).

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Sumber data yang penulis pergunakan untuk temuan ini antara lain :

1. Sumber data primer : Guna mengumpulkan data primer untuk temuan ini, kuesioner akan disebarakan melalui *Google Form* dengan partisipasi langsung dari responden.
2. Sumber data sekunder : Sumber data sekunder yang mampu dipergunakan dalam penelitian ini adalah jurnal dan penelitian terdahulu yang diinterpretasikan oleh ilmuwan lain, selain buku, terbitan berkala, dan artikel yang dikutip oleh penulis dalam karyanya sendiri.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Penulis bermaksud untuk menggunakan salah satu metode perolehan data yang disebutkan di atas dalam temuan riset ini: kuesioner yang menggunakan instrumen skala Likert. Penulis memilih kuesioner dengan alasan bahwa kuesioner ini memudahkan pengumpulan tanggapan dari sejumlah besar individu, mengurangi waktu dan uang yang diperlukan untuk mengumpulkan data, dan pertanyaan tertutup cenderung memperoleh tanggapan yang lebih tepat. Peneliti mengambil keputusan untuk menggunakan skala Likert sebagai instrumen penelitian untuk memudahkan pengukuran dan analisis data. Dalam skala ini, peserta akan diminta untuk menanggapi pertanyaan menggunakan skala Likert lima

poin, yang masing-masing diberi bobot nilai unik. Respons yang diberikan oleh partisipan dengan menggunakan skala likert selanjutnya dapat membantu peneliti dalam menganalisis temuan penelitian dan dalam merumuskan kesimpulan yang berkaitan dengan temuan ini. Informasi selanjutnya mengenai skala Likert akan diberikan.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Opsi Jawaban	Kode	Bobot
1.	Sangat setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu-ragu	RR	3
4.	Tidak setuju	TS	2
5.	Sangat tidak setuju	STS	1

Tabel 3.3 Kuesioner

No	Media Sosial (X1)	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Pernyataan					
1.	Funworld selalu memberikan konten yang menarik yang ditampilkan melalui media sosial instagram.					
2.	Funworld selalu memberikan respon yang cepat dan baik berupa komentar dari responden di setiap postingan media sosial.					
3.	Funworld selalu menerima setiap komentar yang diberikan oleh konsumen.					
	Promosi (X2)					
	Pernyataan	5	4	3	2	1
1.	Funworld selalu melakukan Promosi dengan sangat baik dan selalu tersampaikan ke Konsumen.					
2.	Funword selalu menggunakan media sosial sebagai media promosi dengan sangat baik.					

3.	Funworld selalu menggunakan komunikasi yang baik untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat.					
Persepsi Konsumen (X3)						
	Pernyataan	5	4	3	1	
1.	Funworld selalu memberikan pengalaman baik bagi setiap pengunjung.					
2.	Funworld tidak mengabaikan kebutuhan dan minat yang dibutuhkan konsumen pada saat itu.					
3.	Funworld selalu terorganisasi sehingga dapat menjadi pemahaman ke konsumen.					
4.	Funworld tidak pernah mengabaikan persepsi yang di interpretasikan konsumen.					
5.	Fasilitas dapat dinikmati dengan aman oleh pengunjung.					
Tingkat Kunjungan (Y)						
	Pernyataan	5	4	3	1	
1.	Funworld selalu memberi perhatian dan tidak mengabaikan konsumen saat berkunjung.					
2.	Funworld selalu memberikan kenyamanan saat berkunjung sehingga selalu menarik minat berkunjung konsumen.					
3.	Funworld selalu memberikan pelayanan yang tulus kepada pengunjung.					
4.	Funworld dapat dipercaya dengan apa yang di informasikan di media sosial mereka.					
5.	Funworld cepat bertindak melakukan keinginan konsumen.					

3.6 Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan peneliti mengidentifikasi atribut, bentuk, atau representasi visual tertentu untuk menganalisis data yang diperoleh dan menarik kesimpulan (Ulfa, 2021). Pengertian operasional dalam temuan riset ini adalah :

1. Media sosial (X1), memiliki efek positif yang cukup signifikan terkait tingkat kunjungan konsumen pada Funword di Grand Mall Batam.
2. Promosi (X2), bentuk–bentuk komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi dapat diterima positif oleh konsumen.
3. Persepsi konsumen (X3), pengalaman selama menghadiri Funword, baik sebelum maupun sesudah kunjungan.
4. Tingkat Kunjungan (Y), keputusan yang diambil oleh konsumen untuk menentukan berkunjung atau tidak.

3.6.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas atau independen yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku variabel dependen (Fajri et al., 2022). Media sosial (X1), promosi (X2), persepsi konsumen (X3), dan tingkat kunjungan (Y) yaitu variabel independen yang diteliti dalam temuan ini.

3.6.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel independen yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi variabel dependen disebut sebagai variabel dependen (Puranti, 2020). Variabel terikat yang terdapat dalam temuan adalah tingkat kunjungan (Y).

Tabel 3.4 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Media sosial	Media sosial adalah suatu proses atau saranaan memperkenalkan produk atau bertukarnya informasi untuk membangun relasi di dalam memenuhi kebutuhannya.	1. <i>ContentCreati</i> 2. <i>ContentSharig</i> 3. <i>Connec ing</i>	Likert
Promosi	Promosi adalah strategi komunikasi yang menggunakan berbagai platform media, termasuk namun tidak terbatas pada papan nama, poster, televisi, dan pers, guna membangkitkan minat konsumen terhadap produk suatu usaha.	1. Kualis Promosi 2. Media Promosi 3. Hubungan masyarakat	Likert
Persepsi konsumen	persepsi konsumen merupakan suatu gambaran telah melekukan penilaian atau menggambarkan kesan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakannya.	1. Pengalaman 2. Motif Waktu 3. Organisasi 4. Interpretasi 5. Fasilitas	Likert
Tingkat kunjungan	tingkat kunjungan adalah frekuensi atau intensitas pelanggan atau konsumen membeli komoditas atau jasa dari suatu tempat usaha, dengan mempertimbangkan kualitas layanan dan bentuk nilai tambah lainnya, yang ditentukan oleh perilaku konsumen sebelum berkunjung.	1. <i>Attention</i> (Perhatian) 2. <i>Interest</i> (Minat) 3. <i>Desire</i> (Hasrat 4. <i>Decision</i> (Keputusan) 5. <i>Action</i> (Tindakan).	Likert

Sumber: Penulis 2023

3.7 Metode Analisis Data

Proses analisis data dipermudah dengan pemanfaatan program aplikasi khususnya SPSS versi 25 (Santoso, 2019).

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis adalah metode yang digunakan untuk menyajikan representasi atau penjelasan data yang diperoleh melalui penelitian (Talakua et al., 2020). Dengan mengasosiasikan nilai bobot dengan seluruh frekuensi data, teknik analisis deskriptif digunakan bersama dengan tabel frekuensi untuk membantu pemahaman

hasil pemeriksaan nilai komponen dan untuk menarik kesimpulan mengenai perhitungan komponen.

Rumus 3.2 Rentang Skala

$$RS = \frac{N(m-1)}{M}$$

Sumber: (Pane, 2021)

Keterangan rumus:

RS: Rentang Skala

N: Jumlah yang terdapat atas suatu

Sampel

M: Jumlah yang terdapat atas suatu opsi pilihan jawaban

3.7.2 Uji Kualitas Data

3.7.2.1 Uji Validitas Data

Tujuan pengujian validitas data adalah untuk memastikan ketepatan suatu alat ukur yang diberikan (Puspita et al., 2022). Ketika tingkat signifikansi 0,05 diterapkan, data dianggap valid jika:

1. r hitung $>$ r Tabel, item yang di tanyakan berkorelasi signifikan dan valid.
2. r dihitung $<$ r Tabel, item yang di tanyakan berkorelasi tidak signifikan dan tidak valid.

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Pengukuran ganda berfungsi untuk memvalidasi keberadaan data, yang menjadi tujuan pengujian reliabilitas. Untuk memastikan keandalan perhitungan:

Rumus 3.3 Uji Reliabilitas

$$A = \frac{K \cdot r}{1 + (K - 1) \cdot r}$$

Keterangan:

A = Reliabilitas

K = Jumlah item reliabilitas

r = Rata-rata kolerasi antar item

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1 Uji Normalitas

Tujuan diinterpretasikannya uji normalitas adalah untuk memastikan apakah sebaran datanya normal (Nugroho, 2021). Hal ini dapat dibuktikan melalui penggunaan uji Kolmogoroff-Smirnov; apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($< 0,05$), maka dapat disimpulkan data menyimpang dari distribusi normal.

Sebaliknya, nilai signifikansi yang melebihi 0,05 berarti data tersebut berdistribusi normal ($> 0,05$).

3.7.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas yaitu instrumen penelitian yang menentukan apakah variabel terikat (independen) menunjukkan adanya hubungan (korelasi). Tidak adanya multikolinearitas pada seluruh variabel independen dapat dinilai dengan

menguji VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*. Tidak adanya multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai VIF kurang dari sepuluh dan toleransi lebih besar dari sepersepuluh (Mardiatmoko, 2020).

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Masalah yang ditandai dengan varians yang tidak seragam terjadi ketika besaran varians suatu model berbeda. Varians sisa observasi dalam model regresi mungkin juga tidak terdistribusi secara merata, seperti yang ditunjukkan oleh gejala ini. Dengan menetapkan residu absolut dari masing-masing variabel independen, kami menggunakan metode Park-Glejser untuk menguji varians yang tidak seragam dalam temuan riset ini. Jika signifikansi nilai probabilitas lebih besar dari alpha (0,05), maka model tidak menunjukkan varians yang heterogen. Indikasi apakah varians observasi dari dua model regresi yang berbeda adalah setara dapat diperoleh dengan menggunakan uji varians tidak setara. Varians heterogen mengacu pada situasi di mana sisa dari dua pengamatan atau lebih bertentangan satu sama lain. Varians yang tidak sama mengacu pada kondisi di mana terdapat kesenjangan (Wibowo, 2012).

Untuk melakukan pengujian ini, nilai residu absolut diberikan pada setiap variabel independen menggunakan prosedur uji Glejser. Model kurang heterogenitas jika nilai probabilitas melampaui tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 (Ghozali, 2013).

3.7.4. Uji Pengaruh

3.7.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Dengan melakukan analisis regresi linier berganda, dimungkinkan untuk memastikan sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan mempertimbangkan temuan ini. Uji regresi linier berganda digunakan untuk memastikan hubungan tingkat kunjungan (Y) dengan tiga variabel yaitu media sosial (X1), promosi (X2), dan persepsi konsumen (X3). Persamaan berikut mencontohkan fenomena ini:

Rumus 3. 4 Uji Regresi Linear

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Sumber : (Azizi & Yateno, 2021)

3.7.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi, suatu nilai numerik. Variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh model yang digunakan dijelaskan secara rinci pada R^2 (Setiawati, 2021).

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji T (parsial)

Uji t-hitung merupakan suatu pengujian yang digunakan untuk memastikan apakah variabel independen atau dependen berpengaruh secara individual (parsial), maka diinterpretasikan pengujian. Berikut ini adalah rumus menghitung nilai t.

Rumus 3. 5 Rumus T-hitung

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Penulis bermaksud untuk mengevaluasi hipotesis penelitian berikut dengan menggunakan uji-t::

Ho :Variabel X1, dan X2 dan X3 tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y.

Ha :Variabel X1, X2, dan X3 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Jika nilai T hitung lebih besar dari T tabel ($T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$), maka Ha akan diterima dengan Ho yang akan ditolak. Lain halnya jika sebaliknya nilai T hitung lebih kecil dari T tabel ($T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$), maka Ho diterima dengan Ha ditolak.

3.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan (Darma, 2021).

Ho : Variabel terikatnya tidak dipengaruhi secara simultan oleh variabel bebas

Ha : Variabel terikatnya dipengaruhi secara simultan oleh variabel bebas.