

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada permasalahan serta tujuan penelitian yang hendak dicapai maka dari itu jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini lebih menggunakan strategi penelitian asosiatif kausal dengan menggunakan kuisioner dan metode penelitian survei, yang dimana merupakan bagian dari penelitian kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kuantitatif adalah metode survei yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengungkapkan pengaruh sosial media Instagram dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian pada Kopi Alam Bar Roastery Bandar Lampung.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian : Kopi Alam Bar Roastery Bandar Lampung, Jalan Tanjung No.4 Rawalaut, Enggal.

Waktu penelitian : Bulan April 2022 sampai dengan selesai

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mengunjungi dan atau *followers* dan atau yang pernah melihat dari akun Instagram Kopi Alam *Bar Roastery* Bandar Lampung. Maka dari itu jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua di dalam populasi tersebut, misalnya karena adanya keterbatasan dana, manusia dan waktu, maka dari itu peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Berdasarkan populasi dan jumlah sampel tersebut di dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *sampling* yaitu *nonprobability sampling*. Dengan menggunakan *nonprobability sampling* dimana setiap elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana sampel yang dipilih dengan pertimbangan tertentu. Oleh karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan perhitungan rumus Lemeshow. Di dalam penelitian ini

karena menggunakan metode *purposive sampling*, maka terdapat karakteristik dalam pengambilan sampel tersebut yaitu pelanggan yang mengunjungi dan atau *followers* atau yang pernah melihat dari akun Instagram Kopi Alam Bar Roastery Bandar Lampung. Peneliti akan mencari sampel dengan ketentuan yang akan dijadikan sampel tersebut adalah pengunjung atau orang yang pernah melihat akun Instagram Kopi Alam Bar Roastery. Jumlah sampel diperoleh menggunakan perhitungan rumus Lemeshow dibawah ini :

Rumus Mencari Sampel

$$n = \frac{[Z a/2]^2}{E}$$

$$n = \frac{[1,96]^2}{0,20}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan

n : Ukuran sampel

Za/2 : Nilai Standar daftar luar normal standar bagaimana tingkat kepercayaan (a) 95%

E : Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya error maksimum secara 20%

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 96,04 responden. Supaya penelitian ini menjadi lebih fit maka sampel diambil menjadi 100 responden. Jadi jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengetahui permasalahan yang akan diteliti serta jika peneliti ingin mengetahui dari responden yang jumlah yang sedikit (Sugiyono, 2018). Wawancara ini ditujukan untuk mengetahui data awal yang di dapat dari *owner Kopi Alam Bar Roastery* itu sendiri dan ditujukan kepada orang atau pengunjung yang pernah melihat akun Instagram akun *Kopi Alam Bar Roastery* yang datang ke lokasi, apabila metode kuesioner kurang mendalam, maka dapat dilakukan secara wawancara.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2018) angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dengan bentuk website, link atau internet untuk dijawabnya. Kuesioner ini akan ditujukan kepada orang yang pernah melihat akun Instagram *Kopi Alam Bar Roastery* Bandar Lampung untuk mengetahui persepsi responden tentang adanya promosi sosial media Instagram dan pengaruh *physical evidence* pada *Kopi Alam Bar Roastery*. Skala yang digunakan yaitu skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat atau pun persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2018).

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono 2018)

3. Observasi

Menurut (Sugiyono, 2017) observasi sebagai teknik pengumpulan data yang memiliki ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat keadaan di lapangan secara langsung. Observasi yang dilakukan oleh peneliti pada pra penelitian ini bertujuan untuk melihat situasi dan bukti fisik (*physical evidence*) yang ada di Kopi Alam Bar Roastery Bandar Lampung.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Alat ukur dalam penelitian biasa dinamakan instrumen penelitian. Menurut (Sugiyono, 2019) instrumen penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena sosial yang diamati. Di dalam penelitian ini untuk instrumen penelitiannya yaitu angket atau kuesioner untuk mengetahui tentang pengaruh promosi sosial media Instagram dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian sebanyak 28 pernyataan

dengan jawaban menggunakan skala *Likert* antara lain Sangat Setuju, Setuju, Kurang Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

1. Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi sehingga menyebabkan perubahan pada variabel lainnya. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah sosial media Instagram dan *physical evidence*.

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian pada Kopi Alam *Bar Roastery* Bandar Lampung.

2. Variabel Operasional

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan apa yang dipahami, berbagai unsur yang menjadi dasar penelitian yang termuat dalam variabel operasional penelitian. Berikut tabel nya :

Tabel 3.2
Variabel Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Sosial Media Instagram (X_1)	Media sosial adalah media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para	1. Konteks 2. Komunikasi 3. Kolaborasi 4. Koneksi	Likert

	penggunanya berinteraksi. Nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. (Nasrullah, 2016)	(Solis, 2010)	
<i>Physical Evidence</i> (X_2)	Bukti fisik yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan. Sebenarnya tidak ada atribut fisik untuk layanan, sehingga konsumen cenderung mengandalkan isyarat material. (Kotler, 2016)	1. Fasilitas Eksterior 2. Fasilitas Interior 3. Fasilitas Berwujud Lain (Zeithaml, Bitner dan Gremler, 2012)	Likert
Keputusan	Keputusan pembelian	1. Pengenalan	Likert

Pembelian (Y)	yaitu sikap konsumen dalam membeli sebuah produk. Menurut (Kotler dan Amstrong, 2013) menyatakan bahwa keputusan pembelian yaitu sebuah tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen melakukan kegiatan pembelian yang sesungguhnya.	Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian (Kotler dan Keller, 2016)	
------------------	---	---	--

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

1. Uji Validitas Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2019), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam uji validitas, setiap item akan diuji korelasinya dengan skor total variabel. Berikut rumus yang digunakan untuk uji validitas :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} - \{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2018)

Keterangan :

- N : Banyaknya pasangan pengamatan
 $\sum Xi$: Jumlah butir pengamatan variabel (x)
 $\sum Yi$: Jumlah butir pengamatan variabel (y)
 $(\sum Xi^2)$: Jumlah kuadrat pengamatan variabel (x)
 $(\sum Yi^2)$: Jumlah kuadrat pengamatan variabel (y)
 $(\sum Xi)^2$: Kuadrat jumlah pengamatan variabel (x)
 $(\sum Yi)^2$: Kuadrat jumlah pengamatan variabel (y)
 $\sum XiYi$: Jumlah hasil perkalian x dan y

Berikut kriteria pengujian validitas :

- Jika $\text{sig } 2 \text{ tailed} < \alpha 0,05$, maka butir instrumen tersebut valid.
- Jika $\text{sig } 2 \text{ tailed} > \alpha 0,05$, maka butir instrumen tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yaitu sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{K}{(K-1)} \right] - \left[1 - \left[\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 i} \right] \right]$$

(Sugiyono, 2016)

Keterangan :

r : Reliabilitas Instrumen
 k : Banyaknya butir pernyataan
 $\sum \sigma^2 b$: Jumlah butir pernyataan
 σ_i^2 : Varians butir pernyataan

Dalam menetapkan setiap pertanyaan dalam kategori reliabel menurut (Sugiyono, 2013) kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha $> 0,6$, maka instrumen dinyatakan reliabel (terpercaya).
- b. Jika nilai koefisien reliabilitas cronbach alpha $< 0,6$, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel (tidak terpercaya).

3. Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

(Sugiyono, 2016)

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b_1 dan b_2 : Besaran dan koefisien regresi dari masing – masing variabel

X_1 : Pengaruh Promosi Sosial Media Instagram

X_2 : Pengaruh *Pyhsical Evidence*

e : *Error*

4. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Jadi dalam hal ini yang diuji normalitas bukan masing – masing variabel independen dan dependen tetapi nilai residual yang dihasilkan dari model regresi. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Kolmogorof Smirnov (K-S), yaitu untuk mengetahui signifikansi data yang terdistribusi normal. Uji normalitas dengan K-S dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah normal.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah tidak normal.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Alat untuk menguji heteroskedastisitas dapat dibagi dua, yaitu melalui analisis grafik atau dengan analisis residual yang berupa statistik.

6. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas. Menggunakan analisis korelasi akan diperoleh antara variabel bebas. Kesimpulannya yaitu jika terjadi multikolineritas antara variabel bebas maka uji korelasi ganda tidak dapat dilanjutkan. Akan tetapi jika tidak terjadi multikolineritas antara variabel maka uji korelasi ganda dapat dilanjutkan. Jika ditemukan adanya multikolineritas, maka koefisien regresi tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga. Multikolineritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *varian inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih dan tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolineritas adalah nilai $\text{tolerance} \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $\text{VIF} \geq 10$. jika nilai VIF masing – masing variabel lebih kecil dari 10, maka dapat antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolineritas.

7. Uji signifikan pengaruh parsial (Uji – t)

Untuk uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing – masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen yang pada umumnya menggunakan Uji T-statistik. Pengujian ini digunakan untuk menentukan apakah dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata – rata dengan standar error dari perbedaan rata – rata dua sampel. Uji T yaitu pengujian

koefisien regresi parsial individu yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel promosi sosial media Instagram (X_1) secara individu mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) dan untuk mengetahui apakah variabel *physical evidence* (X_2) secara individu mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) dengan hipotesis sebagai berikut :

H_{a_1} : Promosi sosial media Instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_{o_1} : Promosi sosial media Instagram tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_{a_2} : *Physical Evidence* berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H_{o_2} : *Physical Evidence* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Untuk pengujian t melalui ketentuan sebagai berikut :

a. Dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_o ditolak dan H_a diterima

b. Dengan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

1) Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

2) Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_o ditolak dan H_a diterima

8. Uji signifikan pengaruh simultan (Uji – F)

Pengujian pengaruh variabel independen secara bersama – sama (simultan) terhadap perubahan nilai variabel dependen, dilakukan melalui pengujian terhadap besarnya perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variabel independen, untuk itu perlu dilakukan uji F. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan perbedaan tingkat signifikan yang ditetapkan untuk penelitian dengan *probability value* dari hasil penelitian. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terkait dengan hipotesis sebagai berikut :

Ha : Promosi sosial media Instagram dan *Physical Evidence* berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Ho : Promosi sosial media Instagram dan *Physical Evidence* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Maka dari itu dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dan nilai F_{tabel} melalui ketentuan sebagai berikut :

- a. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya semua variabel bebas secara bersama – sama atau simultan memiliki pengaruh terhadap variabel tersebut.
- b. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya semua variabel bebas secara bersama – sama atau simultan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel tersebut.

9. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen yaitu profitabilitas menjelaskan variabel dependen yaitu untuk mengetahui besar presentase variabel – variabel berikut yang dijelaskan pada variabel bebas, maka dicarilah nilai R^2 . Cara melihat uji ini yaitu apabila koefisien determinasi berkisar antara nol maka hubungan keduanya dinyatakan lemah. Jika angka mendekati satu maka dinyatakan hubungan antara keduanya sangat kuat.