

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan menurut Sugiyono (2018:35-36).

Dalam penelitian ini menggunakan variable bebas berupa pemasaran media sosial dan variabel terikat yaitu keputusan penjualan *Eka Coffee*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena permasalahan memiliki titik tolak yang jelas berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan.

3.2 Populasi dan Sample Penelitian

Populasi penelitian menurut Sugiyono (2017:136) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi yang diambil adalah 43 populasi, dimana

jumlah populasi ini diambil dari konsumen *Eka Coffee* yang pernah membeli produk baik secara *online* ataupun *offline*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik pengambilan sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2017:85) teknik sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan menjadi sampel penelitian, jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 43 konsumen *Eka Coffee*. Adapun batasan sampel dari penelitian ini yaitu:

1. Konsumen yang telah membeli produk *Eka Coffee*
2. Telah melakukan pembelian minimal sekali

3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Pengambilan akan dilakukan di Bali secara *online* dan *offline* pada seluruh konsumen *Eka Coffee*. Dalam pengambilan sumber data penelitian, *Eka Coffee* menargetkan kepada konsumen yang telah membeli produk *Eka Coffee*, dimana fokus penelitian adalah untuk mengumpulkan data terhadap seberapa berpengaruh media sosial yang dijalankan oleh *Eka Coffee* terhadap keputusan pembelian konsumen. Pertama peneliti akan menunjukkan *digital marketing* yang telah dijalankan oleh *Eka Coffee*. Kedua, peneliti memberikan pertanyaan kuesioner yang diberikan oleh peneliti kepada sampel penelitian. Kuesioner merupakan seperangkat alat yang berisi pertanyaan yang akan diberikan kepada responden untuk dijawab.

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur adalah skala Likert. Skala Likert merupakan suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Nama skala ini diambil dari nama Rensis Likert, yang menerbitkan suatu laporan yang menjelaskan penggunaannya.

Berikut adalah ketentuan skala yang digunakan :

- 1 = STS (Sangat Tidak Setuju)
- 2 = TS (Tidak Setuju)
- 3 = C (cukup setuju)
- 4 = S (Setuju)
- 5 = SS (Sangat Setuju)

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian Menurut Sugiyono menjelaskan salah satu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen), variabel terikat (dependen), variabel penghubung (intervening)

3.4.1. Variabel bebas (independen variable)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya perubahan/timbulnya variabel dependen (terikat), baik yang pengaruhnya positif ataupun yang pengaruhnya negatif. Variabel independen yang digunakan adalah *Content creation*(X_1), *Content Sharing* (X_2), *Connecting* (X_3) dan *Community Building* (X_4).

3.4.2 Variabel dependen (dependen variable)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian produk *Eka Coffee*(Y_2).

3.4.3 Definisi Operasional

Variabel Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yaitu

No	Variabel	Definisi Operasional	Indicator	Sumber
1	<i>Content creation</i>	Dalam hal ini yang di maksud <i>Content creation</i> adalah suatu konten yang menarik untuk menjadikan landasan utama	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menarik Perhatian 2. Kepribadian 3. Konten Visual 4. Manfaat Konten 	(Gunelius, 2011)
2	<i>Content Sharing</i>	Content sharing yang di maksud dalam penelitian ini merupakan dalam perluasan jaringan media online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jaringan 2. Audience Online 3. Target Konten 	(Gunelius, 2011)
3	<i>Connecting</i>	Connecting yang dimaksud adalah membentuk suatu hubungan yang positif antar konsumen dengan penjual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan 2. Komunikasi 3. Emotional Connection 	(Gunelius, 2011)
4	<i>Community Building</i>	Community Building yang di maksud adalah suatu kelompok yang memiliki minat dan kesukaan yang sama	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interaksi 2. Kesamaan minat 3. <i>Value of Community</i> 	(Gunelius, 2011)
5	<i>Keputusan Pembelian</i>	Keputusan pembelian konsumen adalah suatu ringkasan proses yang dialami konsumen untuk mengambil keputusan membeli suatu produk atau jasa (Kotler dan Keller, 2008: 184	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku pasca pembelian 	(Sunarto, 2004)

3.5 Pengujian Instrument

Dalam penelitian ini prosedur pengujian instrument dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner secara *online* dan *offline*. Kuisisioner yang disebarkan kepada calon responden yang sesuai dengan kriteria, berisi pernyataan terkait dengan variabel penelitian yang diukur menggunakan skala likert. Adapun data yang diterima berupa angka yang dihasilkan dari penjumlahan skor variabel bebas dan variabel terkait.

3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat atau mengungkap sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Sebuah kuisisioner atau instrumen dapat dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuisisioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut (Ghozali, 2018). Akan dikatakan valid apabila suatu item memiliki nilai signifikan yang terdapat pada korelasi *pearson* kurang dari 0,05. Jika suatu sistem dikatakan valid artinya sistem tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan dapat dikatakan tepat.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan sebagai alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang pertanyaan dalam kuisisioner tersebut merupakan

indikator variabel yang ada. Kuisisioner akan dikatakan reliabel ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah stabil atau tetap dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Tujuan dari uji reabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi dan stabilitas dari suatu alat ukur, sehingga meski jawaban responden berbeda-beda namun tidak akan jauh dari hasil jawaban responden dalam variabel tersebut. Instrumen yang reliabel bisa digunakan untuk mengukur berkali-kali namun tetap menghasilkan data yang sama. Instrumen dikatakan reliabel ketika hasil pengukuran dengan uji statistik menunjukkan nilai *Cronbach alpha*-nya $>0,06$.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu uji yang digunakan untuk menguji apakah ditemukannya korelasi antara variabel bebas atau independen pada model regresi. Akan dikatakan baik apabila suatu model regresi tidak didapati adanya korelasi antara variabel bebas. Efek yang dihasilkan dari uji multikolinearitas menghasilkan tingginya variabel dalam sampel. Dalam hal ini artinya standar error besar, dampaknya ketika koefisien diuji, *t*-hitung akan memiliki nilai lebih kecil dibanding *t*-tabel. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi oleh variabel dependen. Untuk menunjukkan adanya kasus multikolinearitas

adalah dengan memperlihatkan nilai tolerance $\geq 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

2. Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji ini, heteroskedastisitas dikatakan sebagai varian variabel gangguan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas merupakan sebuah uji yang digunakan untuk menguji apakah di dalam sebuah model regresi terdapat adanya ketidaksamaan varian dari residual dalam suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas salah satu cara yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau melihat nilai prediksi variabel yang terkait yaitu SRESID dengan residual error ZPRED. Jika tidak didapati pola tertentu dan tidak menyebar di bagian atas maupun di bawah angka nol pada sumbu y, membuktikan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas. Suatu model yang baik apabila tidak ditemukannya heteroskedastisitas dengan nilai *sig* pada uji White lebih besar dari 0,05.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji dalam suatu model regresi, apakah dalam variabel independen dan dependen memiliki distribusi yang normal atau tidak. Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila regresi memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Apabila hasil menunjukkan bahwa variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik yang dilakukan akan mengalami penurunan.

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan memakai uji Kolmogorov-Smirnow, dengan ketentuan jika nilai signifikan diatas 0,05 maka data tersebut dapat dinyatakan berdistribusi normal. Namun apabila hasil menunjukkan nilai signifikan di bawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

3.6.5 *Goodness of Fit*

Uji *goodness of fit* atau disebut juga uji kelayakan model berguna untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel ketika menaksir nilai aktual. Jika nilai *goodness of fit* menghasilkan nilai baik, maka model dapat diterima, namun apabila nilai *goodness of fit* menghasilkan nilai buruk, maka harus dilakukannya modifikasi atau ditolak (Ghozali, 2018). Secara statistik uji *goodness of fit* dilakukan melalui uji kelayakan model (Uji F), uji statistik t , dan uji koefisien determinasi (R^2).

1. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji statistic F sebagai uji yang digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel bebas yang terdapat pada model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau stimulan terhadap variabel terikat. Jika ditemukan adanya pengaruh secara stimulan dari variabel bebas ke variabel terikat, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut

layak atau fit sebagai model penelitian. Menguji kelayakan model dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan yaitu :

- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak yang dapat dinyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan pada variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.
- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak yang dapat dinyatakan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan pada variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

2. Uji Statistik t

Uji statistik t sebagai uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana adanya pengaruh dalam satu variabel bebas secara individual terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2018). Untuk mendeteksi apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dapat dilakukan dengan melihat koefisien regresi dan hubungan antara variabel yang terdapat dalam tabel *coefficients*. Apabila terdapat tanda (-) maka variabel bebas berpengaruh negatif terhadap variabel terikat, namun jika tidak ada tanda (-) maka variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikatnya. Untuk melihat signifikansinya, dapat dilihat dalam kolom *sig*, apabila nilainya kurang dari $\alpha = 5\%$ (0,05) dapat diartikan variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Namun apabila nilainya

kurang dari $\alpha = 10\%$ (0,10) berarti variabel bebas berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel terikat. Dan uji t akan diterima apabila nilai $p\text{ value} < 0,05$.

3. Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan yang dimiliki variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan antara nol dan satu. Jika nilai R^2 kecil dapat dinyatakan variabel bebas memiliki kemampuan sangat terbatas dalam menjelaskan variabel terikat. Namun apabila nilai R^2 mendekati satu dapat dinyatakan bahwa variabel-variabel bebas menyediakan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel terikatnya. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini koefisien determinasi mendeteksi ketepatan yang paling baik, dengan membandingkan besarnya nilai R^2 , jika nilai semakin besar mendekati satu maka dapat diartikan model semakin tepat.

