

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pengertian penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, adalah “penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.” Menurut Zen Amiruddin, adalah “penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data dan menggunakan daftar pertanyaan berstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.” Sedangkan menurut Ahmad Tanzeh dan Suyitno, yang dimaksud penelitian kuantitatif adalah “penelitian yang menitik beratkan pada penyajian data yang berbentuk angka atau kualitatif yang diangkakan (skoring) yang menggunakan statistik”. Dengan kata lain, dalam penelitian kuantitatif peneliti berangkat dari sebuah teori (menguji sebuah teori) menuju data dalam bentuk angka dan berakhir pada penerimaan atau penolakan dari teori yang telah diuji kebenarannya.

Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik (Creswell, 2012 : 5). Menurut Azwar (2011: 5) Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Pada umumnya, penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sugiyono (2012 : 80) menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri akan obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Jumlah populasi dalam penelitian kali ini diambil sekitar 350 orang pengunjung Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang.

3.2.2 Sampel

Sugiyono (2012 : 81) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Arikunto (2010) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti).” Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data atau dapat mewakili seluruh populasi

Berkaitan dengan penentuan sampel maka apabila subyek kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika subyek besar, dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 25% atau lebih (Arikunto, 2010).

Berdasarkan uraian diatas, karena jumlah populasi lebih dari 100 orang, maka penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel secara acak Proporsional Classter Random sampling, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut :

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

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi = 350

$e^2 = \text{margin of error } 15\%$ dengan tingkat kepercayaan 85%

$N =$ jumlah populasi seluruhnya

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{350}{1+350(0,15)^2} = \frac{350}{8,875} = 40 \text{ responden}$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diteliti menurut rumus slovin yaitu sebanyak 40 responden.

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Skala Pengukuran

3.3.1 Variabel

Penelitian ini tentang strategi dan peran media sosial untuk menarik minat pengunjung di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang. Variable yang digunakan adalah variable bebas atau Independent Variable (X) adalah peran media sosial instagram. Kemudian variable terikat atau Dependent Variable (Y) adalah menarik minat pengunjung.

3.3.2 Operasionalisasi

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Peneliti harus memilih dan menentukan definisi operasional yang paling relevan bagi variabel yang ditelitinya (Azwar, 2011 : 74).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel tergantung (dependent variable). Masing-masing avriabel yaitu sebagai berikut :

- a) Variabel indepenen : peran media sosial instagram
- b) Variabel dependen : menarik minat pengunjung

Variabel adalah *construct* yang diukur dengan berbagai macam nilai untuk memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai fenomena-fenomena. Definisi operasional adalah penentuan

construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran construct yang lebih baik.

Table 1 Definisi Operasional

| Variable | Definisi | Indikator | Pengukuran |
|------------------------------------|--|--|--------------|
| Peran Media Sosial Instagram (X) | Social media marketing adalah sebuah proses yang mendorong individu untuk melakukan promosi melalui situs web, produk, atau layanan mereka melalui saluran sosial Online dan untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan komunitas yang jauh lebih besar yang memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pemasaran daripada melalui saluran periklanan tradisional | <ol style="list-style-type: none"> 1. Content creation 2. Content sharing 3. Connecting 4. Community Building <p>(Gunelius Susan, 2011)</p> | Skala Likert |
| Minat Pengunjung (Y) | Menurut (Schiffman dan Kanuk, 2009) minat beli dianggap sebagai pengukuran kemungkinan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk | Skala Likert |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>konsumen membeli produk tertentu dimana tingginya minat beli berdampak pada kemungkinan yang cukup besar dalam terjadinya keputusan pembelian.</p> | <p>2. Mempertimbangkan untuk berkunjung 3. Tertarik untuk mencoba berkunjung 4. Ingin kembali berkunjung</p> | |
|--|---|--|--|

3.3.3 Skala Pengukuran

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel strategi dan peran media sosila serta variabel minat pengunjung yang diukur dengan menggunakan skala Likert. Alasan menggunakan metode pengukuran skala likert karena peneliti menggunakan sistem penyebaran angket (kuesioner), sehingga hasilnya digolongkan dalam skala data, yaitu ordinal interval. Selanjutnya metode yang paling efektif untuk ordinal interval adalah skala likert. Sekaran (2006) menyatakan bahwa skala Likert di desain untuk mengetahui seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik. Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban dengan susunan sebagai berikut :

- a) Jawaban sangat setuju diberi score 5.
- b) Jawaban setuju diberi score 4.
- c) Jawaban netral diberi score 3.
- d) Jawaban kurang setuju diberi score 2.
- e) Jawaban sangat kurang setuju diberi score 1.

Pada penelitian ini, responden diharuskan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia. Nilai yang diperoleh akan di jumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala Likert Untuk mengukur variabel X dan Y, penulis

menggunakan angket karena variabel X memiliki dua sub variabel dan variabel Y memiliki satu sub variabel.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Kuisisioner / Angket

Menurut Sugiyono, angket (questionnaire) “merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” . Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi angket adalah “suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteiti”. Sedangkan menurut Adsrrahmat Fathoni angket yaitu “teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan/ isian) untuk diisi langsung oleh responden seperti dilakukan dalam penelitian untuk menghimpun pendapat umum”. Menurut burhan bungin angket dibedakan menjadi 4 (empat) jenis, yaitu

1. Angket langsung tertutup Angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut.
2. Angket langsung terbuka Daftar pertanyaan yang dibuat dengan sepenuhnya memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab tentang keadaan yang dialami sendiri, tanpa alternatif jawaban dari peneliti.
3. Angket tak langsung tertutup Dikonstruksi dengan maksud untuk menggali atau merekam data mengenai apa yang diketahui responden perihal obyek dan subyek tertentu, serta data tersebut tidak bermaksud perihal mengenai diri responden yang bersangkutan. Di

samping itu alternatif jawaban telah disiapkan sehingga responden tinggal memilih jawaban mana yang sesuai untuk dipilih.

4. Angket tak langsung terbuka

Dikonstruksi dengan ciri-ciri yang sama dengan angket langsung terbuka, serta disediakan kemungkinan atau alternatif jawaban, sehingga responden harus memformulasikan sendiri jawaban yang dipandang sesuai.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis angket langsung terbuka sebab responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dialami oleh responden sendiri serta dalam menjawab responden tinggal memilih jawaban yang tersedia. Hal ini penulis gunakan untuk mendapatkan data-data tentang ketertarikan pengunjung ke Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian yang digunakan adalah angket langsung terbuka sebab responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dialami oleh responden sendiri serta dalam menjawab responden tinggal memilih jawaban yang tersedia. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian pengujian atas kuisisioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas karena uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah kuisisioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, oleh karena itu peneliti juga akan melakukan uji ini untuk instrument penelitian (kuesioner).

3.5.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pada kuesioner mampu

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada di bawah 0,05. (Ghozali, 2012: 52).

3.5.3 Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha > 0,06 dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha < 0,06. (Ghozali, 2012: 47).

3.5.4 Analisis Statistik deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiono 2015). Analisis statistik Deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai variabel Peran Media Social Instagram (X) dan Minat Pengunjung (Y). Jenis data dalam penelitian ini adalah data numerik. Maka dalam analisis deskriptif akan dicari mean, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26 yang selanjutnya disajikan dalam bentuk table distribusi frekuensi.

3.5.5 Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak.¹² Dalam uji normalitas metode yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov yang dihitung menggunakan bantuan SPSS untuk mengetahui

normal atau tidaknya data yang digunakan. Uji Kolmogorov-Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Hipotesis yang digunakan adalah :

H_a : Data berdistribusi normal

H_o : Data tidak berdistribusi normal

Data penelitian dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai *asympt.sig* (2-tailed) variabel berada di atas 0,05. Sebaliknya jika nilai *asympt.sig* (2-tailed) variabel berada di bawah 0,05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah spesifikasi yang digunakan sudah benar atau tidak. Tujuan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan linear atau tidak. Hubungan antara variabel X dan variabel Y linear apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Pengujian ini dilakukan terhadap data variabel bebas dan variabel terikat. Perhitungan dari uji linearitas ini dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS 26 for *windows*.

3.5.6 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear sederhana. Variabel yang akan dikorelasikan terdiri dari variabel X sebagai variabel bebas dan variabel Y sebagai variabel terikat, adapun rumusnya:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Minat pengunjung

a : Koefisien konstanta

b : Koefisien regresi

3.5.7 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas secara individual dalam mengukur variasi variabel dependen terkait. Jika nilai t hitung > dari t tabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual terpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individu berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen. Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.

3.5.8 Analisis Korelasi

Uji korelasi yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi product moment, hal ini karena data yang dikorelasikan berbentuk interval dan dari sumber yang sama. Analisis korelasi dengan product moment, hal ini karena data yang dikorelasikan berbentuk interval dan dari sumber yang sama. Analisis korelasi dengan product moment dari person dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 26. Setelah r hitung diketahui kemudian dikonsultasikan ke r table pada taraf signifikan 5 %. Jika nilai r negative maka korelasinya negative dan jika r positif maka korelasinya positif. Selanjutnya nilai koefisien korelasi di konsultasikan dengan table pedoman intensitas korelasi untuk mengetahui tingkat korelasi antar kedua variabel tersebut.

3.5.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variasi variabel independen dapat menerangkan dengan baik variasi variabel dependen. Untuk mengukur kebaikan suatu model (goodness of fit) dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel tak bebas (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (X).