

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 JENIS PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif guna mengungkap pengaruh antar variabel. hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. (Sugiyono, 2018)

Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan e-kuesioner melalui google form yang sifatnya tertutup dan terjaga rahasianya. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert positif (1-5).

3.2 POPULASI DAN SAMPEL

3.2.1 POPULASI

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek penelitian yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2018) Berdasarkan tujuan penelitian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang berdomisili ataupun yang sedang berada di kota Malang, yang aktif menggunakan media sosial Instagram

3.2.2 SAMPEL

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. (Sugiyono, 2018) Sedangkan *sampling* adalah proses untuk memilih beberapa elemen dari populasi yang dapat mewakili populasi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian. (Sekaran & Bougie, 2011). Metode *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan seleksi khusus. Peneliti - membuat kriteria tertentu siapa yang akan dijadikan sebagai informan. (Gama Statistika, 2019) Berikut adalah kriteria sampel yang peneliti tentukan :

1. Mahasiswa dengan kriteria usia yang berada di *range* usia 17-25 tahun.
2. Berdomisili atau sedang menempuh kuliah di kota Malang.
3. Aktif menggunakan media sosial Instagram.

Penentuan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini didasarkan pada jumlah pertanyaan dalam kuesioner yang dibuat oleh peneliti. Kriteria penentuan jumlah sampel minimum adalah sebagai berikut :

1. Jumlah sampel harus lebih banyak dari jumlah variabel.
2. Jumlah minimum sampel secara absolut adalah 50.
3. Jumlah minimum sampel adalah 5 observasi per variabel.

(Hair, 2010)

Berdasarkan kriteria diatas, jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah $13 \times 5 = 65$ responden.

3.3 VARIABEL, OPERASIONALISASI, DAN PENGUKURAN

3.3.1 VARIABEL INDEPENDEN

1. Media Instagram

Instagram sebagai platform media sosial yang potensial menjadi tempat pemasaran diduga memiliki pengaruh signifikan dalam *Social Media Marketing*. *Social Media Marketing* adalah sebagai sebuah proses yang memberdayakan individu dan perusahaan untuk mempromosikan website mereka, produk atau layanan online dan melalui saluran sosial untuk berkomunikasi dengan sebuah komunitas yang jauh lebih besar yang tidak mungkin tersedia melalui saluran periklanan tradisional. (Fauzi, 2016)

3.3.2 VARIABEL DEPENDEN

1. Minat Berkunjung

Minat berkunjung adalah sebuah perwujudan dari *purchase intention* (minat beli) dalam bentuk usaha *Food and Beverages*, yang dalam kasus ini adalah cafe. Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Soebagyo dan Subagio (2015). Dengan hipotesa adanya kaitan dengan variabel independen diduga akan mempengaruhi keputusan berkunjung konsumen maupun calon konsumen.

3.3.3 VARIABEL INTERVENING

1. *Brand awareness*

Raharjo(2018), Kesadaran merek (*Brand awareness*) sebagai kemampuan pelanggan potensial untuk mengenali atau mengingat merek itu kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Semakin tinggi kesadaran seseorang akan merek tertentu maka akan meningkatkan kemungkinan terjualnya produk tersebut di pasar. Variabel ini diduga dapat memberikan pengaruh variabel independen terhadap dependen.

3.3.4 VARIABEL OPERASIONAL DAN PENGUKURAN

Berikut adalah variabel operasional yang peneliti tentukan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah metode skala bipolar dalam statistika yang digunakan untuk mengukur data kuantitatif baik berupa data tanggapan positif maupun negatif. Terdapat 5 pilihan tanggapan yang umum digunakan pada kuisioner skala likert, yaitu sangat senang (SS), Senang (S), Netral (N), Tidak Senang (TS), dan sangat tidak senang (STS). (Dani, 2021) Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengukuran dengan skala likert positif 1-5 poin. Angka 1 artinya sangat kurang setuju(SKS), 2 kurang setuju(KS), 3 netral(N), 4 setuju(S), 5 sangat setuju(SS).

Tabel 2 : Variabel Operasional dan Pengukuran

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Media Instagram (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Online Communitie</i> 2. <i>Interaction</i> 3. <i>Sharing of Content</i> 4. <i>Accessibility</i> 5. <i>Credibility</i> (Fauzi, 2016)	Likert
Minat Berkunjung (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploration (Ferdinand, 2006)	Likert
<i>Brand awareness</i> (M)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Unware of brand</i> 2. <i>Brand recognition</i> 3. <i>Brand Recall</i> 4. <i>Top of mind awareness</i> (Raharjo, 2018)	Likert

3.4 METODE PENGUMPULAN DATA

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan tujuan menangani masalah penelitian. (Sekaran & Bougie, 2011)

Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil kuesioner yang peneliti kumpulkan dari responden..

3.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pertanyaan dalam kuesioner penelitian. (Ghozali I. , 2013). Suatu indikator dapat dinyatakan valid, jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan suatu indikator. Semakin tinggi nilai validitas maka semakin baik indikator dalam suatu penelitian. Teknik uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan korelasi *pearson*.

Teknik uji validitas item dengan korelasi pearson yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung \geq r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel, maka item dinyatakan tidak valid. (Aksiomatik, 2019)

Untuk mudahnya dalam menentukan apakah item valid atau tidak maka dapat dilihat pada nilai signifikansi, jika signifikansi $<$ 0,05 maka item valid, tetapi jika signifikansi $>$ 0,05 maka item tidak valid. (Aksiomatik, 2019)

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah salah satu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator atau variabel. (Ghozali I. , 2013) Reliabel tidaknya suatu kuesioner ditandai dengan konsistensi dan stabilitas jawaban atas pertanyaan dari waktu ke waktu.

Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket(kuesioner) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Sementara, jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

(Sujarweni, 2014)

3.5 METODE ANALISIS

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Pertama, data hasil kuisisioner akan diolah menggunakan uji asumsi klasik untuk mengetahui layak tidaknya data sebelum dilakukan uji hipotesis.

3.5.1 Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, ada beberapa persyaratan yang harus terpenuhi. Persyaratan atau asumsi ini disebut dengan asumsi klasik, berikut adalah serangkaian uji asumsi klasik yang dimaksud :

3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis statistik untuk uji hipotesis, dalam hal ini adalah analisis jalur, maka data penelitian harus di uji kenormalan distribusinya. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.

2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

(Raharjo S. , 2021)

3.5.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis jalur. Tujuan digunakannya uji multikolinearitas dalam penelitian adalah untuk menguji apakah model jalur ditemukan adanya korelasi(hubungan yang kuat) antar variabel bebas atau independen. Model jalur yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model jalur, maka dapat dilakukan beberapa cara, yaitu :

1. Melihat nilai korelasi antar variabel independen
2. Melihat nilai *condition index* dan *eigenvalue*
3. Melihat nilai *tolerance* dan *variance inflating factor*(VIF).

(Raharjo S. , 2021)

Penelitian ini menggunakan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan menggunakan nilai *tolerance* :

1. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model jalur.
2. Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas dalam model jalur.

Pedoman pengambilan keputusan menggunakan nilai VIF :

1. Jika nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam model jalur.
2. Jika nilai VIF > 10,00 maka terjadi multikolinearitas dalam model jalur.

(Raharjo S. , 2021)

3.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis jalur yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model jalur terjadi ketidaksamaan *variance*(variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari nilai *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika *variance* dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model jalur yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Salah satu cara mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model jalur adalah dengan melakukan uji glejser. Prinsip kerjanya adalah dengan cara mejalurkan variabel independen terhadap nilai *absolute residual* atau Abs_RES dengan rumus persamaan jalurnya adalah : $(U_t) = a + Bx_t + v_t$

Dasar pengambilan keputusan Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi(Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model jalur.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi(Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model jalur.

(Raharjo S. , 2021)

3.5.2 Pengujian Analisis Jalur (Path)

Tujuan analisis path adalah untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. (Ghozali, 2016) Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh secara langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen dan pengaruh secara tidak langsung antara variabel independent melalui variabel mediasi terhadap variabel dependen Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model gabungan antara model jalur berganda dengan model mediasi, yang digunakan untuk menganalisis pengaruh langsung variabel x terhadap variabel y, dan pengaruh tidak langsung variabel x terhadap variabel y melalui variabel perantara m. (Sarwono, 2011). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Media Instagram(X), Minat Berkunjung(Y), dan *Brand awareness*(M) sebagai variabel mediasi. dasar pengambilan keputusan analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Jika pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung, maka variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen melalui variabel intervening.
2. Jika pengaruh tidak langsung lebih kecil dari pengaruh langsung, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen melalui variabel intervening. (Ghozali, 2016)