

BAB III

Metode Penelitian

1.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penelitian survey. Menurut Sugiyono (2016) pengertian metode kuantitatif adalah:

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti ada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Sugiyono (2019:65) menyatakan bahwa asosiatif kausal adalah rumusan masalah penelitian yang sifatnya menanyakan hubungan antara dua variable atau lebih. Asosiatif kausal dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat dari analisis daya tarik terhadap buying experience yang dimoderasi oleh selebgram. Dimana daya tarik sebagai variable X, buying experience Y, sedangkan selebgram sebagai variable Z.

1.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah wilayah yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Malangkecewara yang pernah melakukan pembelian pada kedai kopi Mera. Jumlah populasi yang dari kriteria tersebut adalah 241 orang.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel sangat penting bagi suatu penelitian yang mempunyai jumlah populasi besar dan mempunyai kemungkinan sulit untuk diteliti. Hal ini juga harus didukung dengan ketepatan dan keakuratan dalam pengambilan sampel. Sampel

tidak memiliki hal tersebut akan menghasilkan hasil yang tidak diharapkan atau dapat menghasilkan kesimpulan yang salah. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Teknik yang digunakan peneliti untuk penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampling yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018).

Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam sampel ini adalah memakai *purposive sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Malangkecwara yang pernah melakukan pembelian pada kedai kopi Mera. Pengambilan sampel ini menggunakan rumus slovin.

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

E = *margins of errors*, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang masih dapat di toleransi (0,10) sehingga diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dalam penelitian ini ditetapkan e adalah 10% sedangkan N adalah 241. Jadi minimal sampel yang diambil peneliti adalah :

$$n = \frac{241}{1 + 241 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{241}{1 + (241 \times 0,01)} = \frac{241}{1 + 2,41} = \frac{241}{3,41} = 70$$

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 70 orang responden yang pernah mengunjungi kedai kopi Mera Kayutangan Malang.

1.3 Variabel, Oprasional, dan Pengukuran

3.3.1 Variabel

Variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari orang, objek atau penelitian yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan tiga variable yaitu :

1. Variabel Independen

Variabel independent sering disebut sebagai variable stimulus, predictor, dan antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variable bebas. Variabel bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable independent (terikat) (Sugiyono,2019). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah (X) Daya tarik.

2. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2019) *Dependent Variable* sering disebut sebagai variable output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variable terikat. Variabel terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas. Variabel yang terikat digunakan dalam penelitian ini adalah Buying experience (Y).

3. Variabel Moderating

Menurut Sugiyono (2017) variable moderasi adalah variable yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variable independent dengan dipenden. Dalam penelitian ini variable moderasinya dalah Selebgram (Z)

3.3.2 Operasional

Definisi oprasional variable merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi untuk petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variable. Menurut Sugiyono (2019), definisi oprasional variable adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Oprasional Variabel dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No variable	Definisi	Indikator
1. Daya Tarik	Daya tarik produk merupakan segala sesuatu yang dapat	<ul style="list-style-type: none"> • Keunikan • Harga

	ditawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Tjiptono, 2019:43)	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat • Produk • Konten • Penampilan
2. Promosi	Menurut Laksamana (2019:129) promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> • Pesan promosi • Media promosi • Waktu promosi • Kesesuaian harga • Kemudahan mengakses • Berinovasi
3. Selebgram	Selebgram adalah seseorang yang memiliki pengikut yang dibilang cukup banyak dalam sosial media, atau seseorang yang terkenal seperti selebriti sehingga para pengguna sosial media pun menjadi pengikutnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Menarik • Tutur bicara yang baik • Dapat dipercaya • Keahlian • Popularitas • Ciri khas/keunikan
4. Konten marketing	Menurut (meilyana,2017) konten marketing adalah sesuatu yang diciptakan atau dibagikan dalam bentuk artikel dan sosial media yang	<ul style="list-style-type: none"> • Relevansi • Akurasi • Bernilai positif • Mudah dipahami • Mudah ditemukan

	memiliki nilai relevan untuk menarik pelanggan dan mendorong untuk bertindak tanpa harus melakukan penjualan secara terus menerus.	<ul style="list-style-type: none"> • Konsisten
--	--	---

3.3.3 Pengukuran

Skala pengukuran variable yang diteliti dalam penelitian menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017) skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena soisal.

Skala likert terdapat tingkat pengukuran, yaitu titik 1 sampai dengan titik 5 yang artinya tingkat pengukuran setiap item pernyataan di kuesioner. Jawaban pada setiap item kuesioner mempunyai nilai dimana 1 dikatakan nilai sangat tidak setuju, nilai 2 dikatakan nilai tidak setuju, nilai 3 dikatakan nilai cukup setuju, nilai 4 dikatakan nilai setuju, dan nilai 5 dikatakan sangat setuju.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pertanyaan	Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat kurang Setuju	1

1.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018), teknik pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi

berperanserta, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner online.

3.4.1 Analisis Data

Analisis data ialah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel mempengaruhi variabel lain. Metode yang dipakai oleh peneliti dalam menganalisis data adalah dengan menggunakan metode statistic

3.4.1.1 Deskripsi Analisis

Statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum tentang karakteristik masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum dan maximum. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono and Lestari, 2021:147)

Analisis ini digunakan dalam menggambarkan demografi responden untuk mengetahui jumlah responden yang akan dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan, yaitu berdasarkan karakteristik demografi meliputi usia, jenis kelamin, status pekerjaan dan berdasarkan karakteristik responden meliputi seri xpander yang digunakan. Dimana deskripsi responden tersebut akan ditampilkan dalam bentuk diagram dan tabel beserta dengan uraian.

Untuk menilai variabel X dan variabel Y, maka analisis yang digunakan berdasarkan rata-rata (mean) dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata ini didapat dengan menjumlahkan dari keseluruhan dalam setiap variabel, kemudian dibagi dalam jumlah responden.

3.4.2 Pengujian instrumen Penelitian

3.4.2.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2019:52) uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner

tersebut. Uji validitas dilakukan dengan indicator r hitung $> r$ table dengan nilai signifikansi 0,05 maka dengan ini instrument dinyatakan valid (Darma 2021:8)

3.4.2.2 Uji reliabilitas

Menurut Ghazali (2013:47) Uji reabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika alpha cronbarch dari uji reabilitas melebihi tingkat signifikansi yang ditetapkan antara 0,5 hingga 0,7 maka disimpulkan bahwa instrument tersebut dianggap realibel. Sebaliknya, apabila nilai cronbarch lebih rendah dari tingkat signifikansi tersebut, maka instrument tersebut dianggap tidak reliabel (Darma 2021:17).

1.5 Metode Analisis Data

(Sugiyono 2019) Analisis data adalah proses mencari dan Menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasi data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.5.1 Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah data yang terdapat di penelitian ini terbebas dari uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan dengan cara uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedstisitas.

3.5.1.1 Uji normalitas

Menurut Ghazali (2016:154) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Menurut Ghazali (2016:53) mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor pertanyaan dengan total skor atau variable. Hasil uji distribusi normalitas menggunakan metode kolmogrov-smirnov dapat menunjukkan

apakah data berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi yang di peroleh dari uji lebih besar dari 0,05 dapat dianggap bahwa data cenderung berdistribusi secara normal.

3.5.1.2 Uji multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103) Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen)). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independent. Jika dalam suatu model regresi terdapat korelasi yang kuat atau sempurna antara variable bebas maka model regresi tersebut dianggap mengalami gejala multikolineritas. Jika nilai VIF berada di bawah 10 dan nilai toleransi melebihi 0.10 maka tidak ada indikasi atau gejala masalah dalam konteks ini.

3.5.1.3 Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) Uji heterokedastisitas bertujuan untuk meng'uji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskeditas menggunakan korelasi rank spearman dengan rumus nilai signifikansin > t table, maka H0 diterima dan H0 ditolak.

3.5.2 Linier berganda

Menurut Sujarweni (2015:160) Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh motivasi, selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang di ajukan dalam penelitian. Rumus linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Customer Buying Decision

a : Konstanta/Intercept

b₁, b₂: Koefisien Regresi Variabel bebas

X₁ : Daya tarik

X₂ : Promosi

3.5.3 Uji hipotesis

3.5.3.1 Uji t (parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variable bebas Daya tarik (X1), Promosi (X2), berpengaruh secara individual terhadap variable terikat yaitu Buying experience (Y). Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$ dalam pengambilan keputusan pada penelitian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai pada table distribusi t atau dengan memeriksa nilai probabilitasnya. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t table, maka hipotesis H_0 diterima sementara hipotesis H_a ditolak.

3.5.3.2 Uji koefisien determinasi (r^2)

Menurut Ghazali (2016:95) koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variable independent terhadap variable dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variable yang digunakan.

3.5.3.3 Analisis Regresi Moderasi

Menurut Sugiyono (2010:39) variable moderasi yaitu variable dapat mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variable dependen dengan variable independent. Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (Ghozali, 2013:229) dengan rumus persamaanya sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta M + \beta(X_1 * M) + \beta(X_2 * M) + e$$

Keterangan:

Y : Customer Buying Experience

a : Nilai Konstanta

β : Arah Koefisien Regresi

X : Variabel Bebas

M : Variabel Moderasi

$X * M$: Interaksi Antara Variabel Bebas dengan Variabel Moderasi

e : Error Term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian