

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian Kausal. Menurut Sekaran (2006) dalam Daniel (2013), penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh-mana variabel independent mempengaruhi variabel dependent. Penelitian ini termasuk dalam penelitian Kuantitatif Kausatif karena dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian Konsumen.

3.2 Variabel Penelitian

Menurut Sekaran (2006 : 115), “variable adalah apa pun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. “penelitian ini menggunakan dua jenis variable, yaitu variable bebas dan variable terikat.

3.2.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)

Merupakan variable stimulus atau yang mempengaruhi variable lain. Variable bebas merupakan variable yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.

Dalam penelitian ini variable bebasnya adalah sebagai berikut :

No	Konsep	Variabel	Definisi	Item
1	Digital Marketing	Media Sosial (X1)	Sebuah media daring,dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi,berbagi ,dan menciptakan isi blog , jejaring sosial , wiki,forum dan dunia virtual .	<p>(1) Foto atau Konten yang ditampilkan Hore Coffee di Media Sosial cukup menarik</p> <p>(2) Media Sosial Hore Coffee memungkinkan customer berinteraksi dengan penjual</p> <p>(3) Customer merasa senang dengan produk – produk Hore Coffee di media sosial</p>
		Hubungan Konsumen (X2)	Menjaga konsumen yang sudah ada dan membangun kerjasama yang saling menguntungkan dengan mereka adalah salah satu elemen penting dari kegiatan pemasaran digital.	<p>(1) Hore Coffee memberikan sebuah kemudahan dalam proses pembayaran (Kartu debit, Kartu kredit,Go pay, OVO)</p> <p>(2) Hore Coffee memberikan informasi yang tepat dan lengkap tentang produk yang dijual</p> <p>(3) Hore Coffe menerima kritik dan saran dari pelanggan dengan baik</p>

		Hubungan Masyarakat Online (X3)	Penggunaan saluran komunikasi online seperti press release, sindikasi artikel (RSS), dan blog untuk menciptakan persepsi positif atas merk dan untuk menempatkan perusahaan sebagai pihak yang berwenang di bagian tertentu.	<p>(1) Memiliki kesan positif dari pemberitaan perusahaan media Online.</p> <p>(2) Memiliki kesan positif dari ulasan pelanggan yang ditulis pada sebuah blog.</p> <p>(3) Hore Coffe memiliki Website yang memberikan informasi tentang perusahaan</p>
2	Kualitas Pelayanan	Tangibles (Bukti fisik) (X4)	<p>Bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.</p> <p>Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik</p>	<p>(1) Memiliki letak lokasi yang strategis</p> <p>(2) Kebersihan ruangan Hore Coffee Shop</p> <p>(3) Peralatan yang Berkualitas</p>
		Reliability (Keandalan) (X5)	Realibilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai	<p>(1) Kesesuaian pelaksanaan pelayanan sesuai seperti yang dijanjikan</p> <p>(2) Keandalan dalam meracik kopi oleh</p>

			yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.	karyawan Hore Coffee (3) Keahlian karyawan hore coffee dalam menangani keluhan
		Responsiveness (Daya Tanggap) (X6)	Daya tanggap yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.	(1) Para karyawan selalu bersedia meluangkan waktu untuk membantu konsumen (2) Para karyawan selalu tanggap dan tepat dalam menangani keluhan konsumen (3) Efisiensi waktu yang di berikan karyawan saat meracik kopi
		Assurance (Jaminan) (X7)	Jaminan yaitu pengetahuan,kesopanasantunan,dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.	(1) Karyawan Hore Coffee terlatih dan memiliki kemampuan dalam meracik kopi (2) Adanya jaminan kebersihan dari Hore Coffee atas Produk yang mereka suguhkan (3) Perasaan aman dan

				nyaman selama berhubungan dengan karyawan Hore Coffee
		Emphaty (Empati) (X8)	Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> (1) Keinginan Pelanggan sangat diperhatikan oleh pihak Hore Coffee (2) Pelayanan dari Hore Coffee yang sopan dan ramah (3) Komunikasi antara karyawan dengan Pelanggan terjalin baik
	Keputusan Pembelian (Y)			<ul style="list-style-type: none"> (1) Pelanggan membeli Produk karena mendapatkan informasi dari media sosial (2) Pelanggan membeli Produk di karenakan harga yang terjangkau (3) Pelanggan membeli produk karena lokasi yang strategis

Tabel 3.1 Konsep, Variabel, dan Item Penelitian

3.2.2 Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Merupakan variable yang memberikan reaksi respon jika dihubungkan dengan variable-variabel bebas. Variable terikat adalah variable yang variabelnya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variable bebas.

Dalam penelitian ini variable terikatnya adalah :

Y Keputusan Pembelian

- Informasi dari Media Sosial
- Harga yang terjangkau
- Lokasi yang Strategis

3.3 Populasi dan Penentuan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sebagai perangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti. Populasi dalam penelitian ini meliputi customer dari Hore Coffee.

3.3.2 Sampel

Sampel (*sample*) adalah sebagian dari populasi”, (Sekaran, 2006 : 123). Jadi, sampel merupakan bagian dari suatu populasi, sehingga dengan mempelajari sampel maka peneliti mampu menarik kesimpulan yang mewakili jawaban dari populasi. Semakin sampel mewakili populasi, semakin temuan penelitian dapat digeneralisasikan. Menurut **Gay & Diehl (1996 : 140-141) dalam Kuncoro (2009 : 126)**, “Untuk jenis penelitian kausal, dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antarvariabel.”

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling Menurut sugiyono (2009:85), accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data

Teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin .Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus ini pertama kali diperkenalkan oleh Slovin pada tahun 1960. Rumus slovin ini biasa digunakan dalam penelitian survey dimana biasanya jumlah sampel besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} \dots \dots \dots \text{RUMUS SLOVIN}$$

Keterangan:
N = besar populasi/jumlah populasi
n = jumlah sampel
e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Jumlah Populasi dari penelitian ini adalah 105 orang. Hasil tersebut didapat dari wawancara penulis kepada pemilik perusahaan atau objek yang di teliti, lalu mendapatkan kesimpulan bahwa jumlah pengunjung yang datang ke tempat objek yang di teliti, kami asumsikan berjumlah 15 orang tiap harinya. Sementara penelitian akan berlangsung selama 7 hari. Jika dikalkulasikan 15 orang/hari x 7 hari maka akan di temukan hasil 105 orang dalam 7 hari.

Penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus slovin. Derajat kepercayaan dari penelitian berada di angka 95%, maka tingkat kesalahan atau margin of error adalah 5%. Untuk menentukan batas minimal sampel yang memenuhi syarat, maka margin of error 5% tadi akan di masukkan ke dalam formula atau perhitungan rumus slovin.

Perhitungannya adalah :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$\text{Sehingga } n = 105 / (1 + (105 \times 0,05^2))$$

$$n = 105 / (1 + (105 \times 0,0025))$$

$$n = 105 / (1 + 0,2625)$$

$$n = 105 / 1,2625$$

$$n = 83,1749$$

Apabila di bulatkan maka besar sampel minimal dari 105 populasi pada margin of error 5% adalah sebesar 83 orang.

Jadi berdasarkan rumus slovin maka besar sampel dari penelitian ini adalah 83 orang dan jumlah tersebut di jadikan sebagai responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana. Sedangkan, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode kuesioner dan dokumentasi.

3.4.1 Kuesioner

“Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu,” (Sanusi, 2011 : 109). Jadi, dapat dikatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dengan kuesioner maka akan diperoleh informasi mengenai pendapat pribadi atau hal-hal yang diketahui responden yang berhubungan dengan penelitian.

Kuesioner terdiri atas 27 pernyataan yang mewakili 8 variabel bebas digital marketing dan Kualitas Pelayanan dan 1 variabel terikat Keputusan Pembelian dengan menggunakan Skala Likert interval 1 sampai 5. Menurut Sekaran (2006 : 31), “Skala Likert (*Likert Scale*) didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik.” Adapun Skala Likert umumnya menggunakan susunan lima angka penilaian, yaitu:

- a) Jawaban Sangat Setuju mendapat nilai 5
- b) Jawaban Setuju mendapat nilai 4
- c) Jawaban Netral mendapat nilai 3
- d) Jawaban Tidak Setuju mendapat nilai 2
- e) Jawaban Sangat Tidak Setuju mendapat nilai 1

3.4.2 Dokumentasi

Menurut Sanusi (2011 : 114), “Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Peneliti tinggal menyalinnya sesuai kebutuhan.” Melalui dokumentasi ini maka akan diperoleh data mengenai:

- 1) Gambaran Umum Hore Coffee
- 2) Visi dan Hore Coffee
- 3) Struktur Karyawan Hore Coffee

3.5 Uji Persyaratan Instrumen

Untuk mendapatkan data yang lengkap, maka alat instrument harus mempunyai persyaratan yang baik. Instrument yang baik dalam penelitian harus memenuhi dua syarat yaitu valid dan reliabel.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument Sugiyono, (2013: 177). Instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. Suatu instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel untuk mengukur tingkat validitas soal yang diteliti secara tepat.

Untuk mengukur validitas soal menggunakan rumus korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y
- X = Skor butir soal
- Y = Skor total
- N = Jumlah responden/sampel
- $\sum xy$ = Skor rata-rata dari X dan Y
- $\sum x$ = Jumlah skor item X
- $\sum Y$ = Jumlah skor total (item)

Kriteria pengujian jika harga rhitung >rtabel dengan taraf signifikansi 0,05 maka alat tersebut valid, begitu pula sebaliknya jika harga rhitung < rtabel maka alat ukur tersebut tidak valid (Arikunto, 2010: 79).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik Sudjarwo, (2009: 241). Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Penelitian ini menggunakan rumus alpha sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[\frac{n}{(n-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai Reliabilitas

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ_t^2 = Varians total

k = Jumlah item

Dengan kriteria pengujian jika harga rhitung > rtabel dengan taraf signifikansi 0.05, maka alat ukur tersebut dinyatakan reabel, dan sebaliknya apabila rhitung < rtabel, maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak reabel (Suharsimin Arikunto, 2010: 85), seperti tersebut dalam tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel: 3.2 Interpretasi Reliabilitas Instrumen

No.	Besaran Dalam Nilai	Kreteria
1.	$\frac{u}{m} 1,00$	Sangat Tinggi
2.	$\frac{b}{e} 0,79$	Tinggi
3.	$\frac{r}{r} 0,59$	Cukup
4.	$\frac{r}{r} 0,39$	Rendah
5.	Kurang dari 0,2	Sangat Rendah

Sumber : Arikunto, 2008:76

3.6 Uji Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data sampel dalam penelitian ini menggunakan *Skewness* dan *Kurtosis* dengan bantuan SPSS rumusnya sebagai berikut:

$$Z_{skew} = \frac{S-0}{\sqrt{\frac{6}{N}}}$$

$$Z_{kurt} = \frac{K-0}{\sqrt{\frac{24}{N}}}$$

Rumusan Hipotesis:

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi norma

Kriteria pengujian:

Tolak Ho apabila nilai Standarisasi Z *Skewness* dan *Kurtosis* > nilai kritis } 1,96 (nilai kritis untuk α 0,05) berarti nilai residual terstandarisasi distribusi sampel tidak normal.

Terima H_0 apabila nilai Standarisasi Z *Skewness* dan *Kurtosis* < nilai kritis } 1,96 (nilai kritis untuk α 0,05) berarti nilai residual terstandarisasi distribusi sampel normal (Suliyanto, 2011)

3.6.2 Uji Multikolinieritas

Penelitian ini untuk menguji Multikolinieritas peneliti menggunakan model *Partial Correlations*. Model ini adalah membandingkan antara nilai *R Square* dengan nilai koefisien korelasi parsial untuk semua independent variable yang diteliti dengan Rumus:

$$R_{y.x_1x_2} = \frac{r_{yx1} - r_{yx2} \cdot r_{x1x2}}{\sqrt{1 - r_{x1x2}^2} \cdot \sqrt{1 - r_{yx2}^2}}$$

Kriteria:

Apabila nilai *R Square* > *Correlations Partial* dari masing-masing variabel bebas, maka pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinear (Suliyanto, 2011 : 90)

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi Heterokedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah varians residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan.

Gejala Heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien korelasi *Rank Spearman* dari masing-masing Variabel bebas dengan dengan nilai Absolut Residualnya (ABRESID)

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Rumus *Rank Correlations*

ρ = koefisien korelasi Spearman Rank

b^2 = kuadrat dari selisih Rank X dengan Rank Y

6 = bilangan konstan

n = jumlah sampel

Adapun hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

H0 : Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.

H1 : Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya.

3.7 Pengujian Hipotesis

Mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga untuk mengukur keeratan hubungan antara X dan Y, maka digunakan analisis regresi. Uji hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan dengan dua cara, yaitu.

3.7.1 Regresi Linier Parsial

Pengujian hipotesis pertama dan kedua, penulis menggunakan rumus regresi linier sederhana yaitu.

$$\hat{Y} = a + b_x$$

Untuk mengetahui nilai a dan b dicari dengan rumus.

$$a = \hat{Y} - b_x$$

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

\hat{Y} = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen (X_1, X_2) (Sudjana, 2005: 315).

Selanjutnya untuk uji signifikansi digunakan uji t dengan rumus.

$$t_o = \frac{b}{sb}$$

kriteria pengujian adalah tolak H₀ dengan alternatif H_a diterima jika t_{hitung}

dengan taraf signifikansi 0,05 dan dk n-2 (Sugiyono, 2013: 184).

3.7.2 Regresi Linier Simultan

Regresi linier Simultan adalah suatu model untuk menganalisis pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), untuk menguji hipotesis ketiga variabel tersebut, digunakan model regresi linier multipel yaitu :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

a = Konstanta

$b_1 - b_3$ = Koefisien arah regresi

$X_1 - X_3$ = Variabel bebas

\hat{Y} = Variabel terikat

$$b_1 = \frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 Y)(\sum X_3 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2)(\sum X_3^2) - (\sum X_1 X_2 X_3)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_2 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_1 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

(Sugiono, 2012:204)

Dilanjutkan dengan uji signifikansi koefisien korelasi ganda (uji F) untuk melihat ada tidaknya pengaruh antara X1 dan X2 terhadap Y, dengan rumus.

$$F_{hitung} = \frac{JK_{reg}/k}{JK_{res}/(n-k-1)}$$

JK_{reg} dicari dengan rumus.

$$JK_{reg} = a_1 \sum X_{1i} Y_i + a_2 \sum X_{2i} Y_i + \dots + a_k \sum X_{ki} Y_i$$

$$JK_{res} = \sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2$$

Keterangan:

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi

JK_{res} = Jumlah kuadrat residu

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Kriteria pengujian hipotesis adalah tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan jika $F_{tabel} > F_{hitung}$ dan terima H_0 , dengan dk pembilang = K dan dk penyebut = $n - k - 1$ dengan $\alpha = 0,05$. Sebaliknya diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$.