

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada studi ini adalah penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan teknik penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka. Sugiyono (2019) mengemukakan, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini dianggap ilmiah karena memenuhi kaidah-kaidah ilmiah secara konkret atau empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memverifikasi hipotesis, mengidentifikasi tren, dan meramalkan hasil dengan memanfaatkan metode statistik.

3.2. Objek dan Waktu Penelitian

Objek penelitian adalah segala sesuatu yang dijadikan fokus utama penelitian untuk memperoleh wawasan atau solusi dari permasalahan yang timbul selama proses penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan objek penelitian yang berkaitan dengan konten sosial media marketing, kepercayaan, dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian catering makanan sehat pada pelanggan *Senjani Kitchen* Surabaya. Penelitian ini berlangsung selama tiga bulan, mulai dari Mei 2024 hingga Juli 2024. Periode ini meliputi tahapan persiapan, pengumpulan data, analisis data, dan juga penulisan serta penyusunan laporan hasil penelitian.

3.3. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel dalam penelitian yang berfungsi sebagai penyebab atau pengaruh terhadap variabel lainnya, variabel independen penelitian ini yaitu Konten Sosial Media Marketing (X1) dan Kepercayaan (X2). Variabel dependen merupakan variabel dalam penelitian yang berfungsi sebagai variabel hasil atau variabel yang di pengaruhi, variabel dependen pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Berikut penjelasan terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3. 1 Variabel Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Definsi	Indikator
1.	Konten Sosial Media Marketing (X1)	Strategi pemasaran yang efektif melibatkan pembuatan dan penyebaran konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik perhatian audiens yang ditargetkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten yang menarik & menghibur. 2. Interaksi antara pelanggan dan penjual. 3. Interaksi antara pelanggan dengan pelanggan lain. 4. Mempermudah dalam pencarian informasi produk. 5. Mempermudah dalam mengkomunikasikan informasi pada publik. 6. Tingkat Kepercayaan pada media sosial
2.	Kepercayaan (X2)	Suatu keyakinan atau sikap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejujuran penjual dalam berinteraksi.

No.	Variabel Penelitian	Definsi	Indikator
		seseorang terhadap sesuatu yang dapat diandalkan, baik, efektif atau benar.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Tanggung jawab penjual kepada pembeli. 3. Kepercayaan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik.
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Suatu Tindakan yang merujuk pada Tindakan akhir dalam proses belanja pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan membeli setelah pelanggan mendapatkan informasi suatu produk. 2. Memutuskan membeli suatu produk dengan merk yang disukai pelanggan. 3. Membeli karena keinginan, kualitas produk dan kebutuhan pelanggan. 4. Membeli suatu produk karena pelanggan mendapatkan rekomendasi dari orang lain. 5. Melakukan pembelian ulang (<i>repeat order</i>)

Sumber: Data Diolah, 2024

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1. Populasi Penelitian

Salah satu langkah dalam penelitian ini adalah menentukan target yang akan diamati berdasarkan luasnya populasi. Populasi adalah sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditentukan untuk memahami tentang lokasi yang mencakup objek tertentu yang memiliki jumlah dan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan *Senjani Kitchen* Surabaya yang berjumlah 583 orang.

3.4.2. Sampel Penelitian

Bagi Sugiyono (2019) sampel merupakan angka yang didapatkan dari populasi. Metode penelitian sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability Sampling* adalah Teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (P.Sinambela & Sinambela, 2022). Salah satu cara menghitung jumlah sampel yaitu dengan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Sampel

N : Populasi

e^2 : Batasan toleransi kesalahan 10%

Dari rumus diatas diperoleh hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{583}{1 + (583) \times (0,10)^2}$$

$$n = \frac{583}{6,83}$$

$$n = 85$$

Berdasarkan hasil kalkulasi yang telah dilakukan, penelitian ini mengambil sebanyak 85 responden dari pelanggan sebagai sampel untuk mewakili total populasi dan mendapatkan data yang tepat. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *probability sampling*.

3.5. Sumber Data

Dalam penelitian, penentuan sumber data sangat penting untuk dilakukan secara teliti dikarenakan sumber data harus memenuhi sejumlah kriteria agar data yang didapatkan valid dan relevan. Sumber data merupakan komponen penting yang mempengaruhi hasil penelitian. Dalam konteks penelitian, sumber data biasanya merujuk kepada responden, yaitu individu yang memberikan respons terhadap pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun oleh peneliti. Responden menjadi sumber informasi yang berharga bagi peneliti dalam proses pengumpulan data yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah penelitian. Oleh sebab itu, pemilihan sumber data atau responden yang tepat menjadi aspek penting dalam memastikan kualitas data yang akan digunakan dalam penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan instrument yang dipersiapkannya dan hasilnya diolah sendiri untuk dapat menjawab masalah penelitian yang diajukan (P.Sinambela & Sinambela, 2022). Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, dengan tujuan utama dari data primer adalah untuk menjawab berbagai pertanyaan penelitian yang perlu diklarifikasi secara langsung.
2. Data sekunder merupakan jenis data yang tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Data sekunder berasal dari sumber yang sudah ada seperti karya ilmiah, artikel, literatur yang dianggap berkaitan dengan penelitian yang sedang diteliti.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

3.6.1. Observasi

Observasi, juga dikenal sebagai pengamatan, merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan peninjauan langsung terhadap subjek penelitian di lingkungan aslinya (Apriyanti et al., 2019). Observasi dapat dilakukan secara terstruktur (dengan kriteria dan pedoman yang jelas) atau tidak terstruktur (lebih fleksibel dan alami).

3.6.2. Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner merupakan cara yang efisien untuk mengumpulkan data dari sejumlah besar responden dan dapat memberikan hasil yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Pada penelitian ini, setiap respons dari responden akan diberi nilai untuk memfasilitasi analisis data secara statistik. Oleh karena itu, respons dari responden akan dinilai dengan Skala Likert untuk mengukur berbagai variabel yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Skala Likert merupakan suatu metode pengukuran yang digunakan untuk menilai sikap, opini dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu peristiwa atau fenomena sosial (P.Sinambela & Sinambela, 2022). Penerapan Skala Likert dalam penelitian ini memfasilitasi peneliti untuk memberikan penilaian standar pada setiap respons dari responden. Penilaian tersebut selanjutnya dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Skor atau penilaian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) diberikan skor/nilai sebanyak 5
2. Setuju (S) diberikan skor/nilai sebanyak 4
3. Netral (N) diberikan skor/nilai sebanyak 3
4. Tidak Setuju (TS) diberikan skor/nilai sebanyak 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan skor/nilai sebanyak 1

3.6.3. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mempelajari dan menganalisis referensi atau sumber-sumber tertulis yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian. Referensi ini bisa berupa buku, jurnal, artikel, dokumen, dan sumber informasi lainnya.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan bagian terpenting dalam penelitian, melalui serangkaian langkah pengolahan, analisis, dan interpretasi data. Peneliti mampu menjawab pertanyaan yang diajukan dalam penelitian, melakukan verifikasi hipotesis serta menarik kesimpulan yang dapat dipercaya dan sah. Dalam penelitian ini, menggunakan Teknik analisis data numerik. Oleh karena itu, analisis data dalam penelitian ini didukung oleh aplikasi IBM SPSS 25.0 untuk Windows. Tujuan dari penggunaan teknik analisis data ini adalah untuk memastikan keberhasilan dalam pelaksanaan penelitian.

3.7.1. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Berdasarkan Sugiyono (2018), Uji Validitas merupakan proses penilaian kualitas data yang bertujuan untuk memverifikasi kevalidan data yang akan diteliti. Dalam kuesioner, uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa pertanyaan dalam kuesioner mampu mengumpulkan data yang relevan dan akurat untuk tujuan penelitian. Pengujian dalam penelitian ini, pengujian

dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka pertanyaan dianggap valid. Namun, jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel, maka pertanyaan tersebut dianggap tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan sejauh mana instrumen penelitian, seperti kuesioner atau tes, mampu menghasilkan hasil yang konsisten atau dapat diandalkan. Dalam konteks kuesioner, uji reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa pertanyaan dalam kuesioner mampu menghasilkan hasil yang sama atau serupa jika diulang dalam kondisi yang sama. Landasan dalam membuat keputusan pada uji reliabilitas adalah :

1. Apabila koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,60$ dikatakan reliabel.
2. Apabila *Cronbach Alpha* $< 0,60$ dikatakan tidak reliabel.

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan metode statistik yang digunakan untuk menilai apakah sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel berdistribusi normal atau tidak. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016). Uji normalitas sangat penting karena banyak teknik analisis statistik mengasumsikan bahwa data mengikuti distribusi normal. Sebagaimana diketahui, Uji T dan F beranggapan bahwa nilai residual

mengikuti distribusi normal. Sehingga uji normalitas dapat mempergunakan uji *kolmogorov-smirnov*. Dalam konteks ini, data dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah teknik statistiak yang digunakan untuk mengidentifikasi adanya korelasi tinggi antara dua atau lebih variabel independent dalam sebuah model regresi. Berdasarkan Ghozali (2018), tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Idealnya, model regresi tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dikatakan berhasil jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak melebihi 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antara variabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah varian dari residual dalam model regresi berubah sepanjang rentang variabel independen. Idealnya, setiap observasi dalam model regresi seharusnya memiliki varians residual yang sama. Untuk menganalisis asumsi heteroskedastisitas, kita dapat menggunakan uji *glejser*. Model regresi dianggap lulus uji heteroskedastisitas jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

3.8. Regresi Linear Berganda

Regresi linier merupakan teknik statistik yang digunakan untuk membangun model yang menggambarkan hubungan antara variabel dependen (Y) dan satu atau lebih variabel independen (X) (Wisnu Aziz et al., 2018). Regresi linier memiliki tujuan untuk menciptakan sebuah garis yang menggambarkan hubungan atau pola antara variabel, yang juga dapat digunakan untuk melakukan prediksi. Analisis regresi berganda pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Konten Sosial Media Marketing (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dalam penelitian ini, model persamaan untuk analisis regresi berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi Konten Sosial Media Marketing

β_2 : Koefisien regresi Kepercayaan

X_1 : Konten Sosial Media Marketing

X_2 : Kepercayaan

e : Estimasi error

3.9. Uji Hipotesa

3.9.1. Uji F

Ghozali (2009) mengutarakan bahwa uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini ,uji variabel independen (X) meliputi : Konten Sosial Media Marketing (X1) dan Kepercayaan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian (Y). H_0 akan diterima jika nilai F hitung $<$ F tabel dengan tingkat signifikan lebih dari 0,05. Sebaliknya , H_0 ditolak jika nilai F hitung $>$ F tabel dengan tingkat signifikan kurang dari 0,05.

3.9.2. Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial (Uji T) digunakan untuk memahami pengaruh dari masing-masing variabel bebas dan menerangkan variabel terikat (Ghozali,2018). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Uji Parsial untuk menganalisa pengaruh variabel independent yang terdiri : Konten Sosial Media Marketing (X1) dan Kepercayaan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian (Y). H_0 akan diterima jika nilai t hitung $<$ t tabel dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Sebaliknya, H_0 akan ditolak jika nilai t hitung $>$ t tabel dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05.

3.9.3. Uji Koefisiensi Determinan (r^2)

Koefisien determinasi (r^2) digunakan untuk menunjukkan sejauh mana variabel bebas atau independen mempengaruhi variabel terikat atau dependen (Ibid dalam Urrahma, 2022). Koefisien ini berfungsi sebagai alat untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y. Nilai r^2 berkisar antara 0 hingga 1; semakin mendekati 1, semakin kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, semakin mendekati 0, semakin lemah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.