BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini di kategorika penelitian lapangan (*field research)* yaitu penelitian yang dilakukan dikancah atau medan terjadinya gejala (M. Iqbal, H. 2002:11). Dan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif (Sugiyono, 2016:7) merupakan metode dengan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Serta penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menentukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di Kota Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara, Provinsi Kalimantan Selatan.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989), adalah orang, tempat, benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran. Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah para responden atau pengikut akun Instagram @Oketo_barbeque yang berjumlah 100 responden.

Sedangkan objek penelitian adalah suatu hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989), dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Oketo_barbeque.

D. Populasi dan Sampel

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. (Sugiyono, 2016:80)

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengikut *(followers)* akun Instagram @Oketo_barbeque, yang mana akun instagram oketo barbeque menjadi objek penelitian.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar mewakili. (Sugiyono, 2016:81)

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling. Non probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2016:85)

Sampel pada penelitian ini adalah para pengikut *(followers)* akun Instagram @Oketo_barbeque yang pernah membeli produk di Oketo barbeque, dengan memperhatikan kriteria-kriteria, yaitu:

a. Konsumen Pernah membeli produk kuliner di akun Instagram @Oketo_barbeque minimal satu kali.
b. Konsumen yang telah melihat promo yang ditawarkan di akun Instagram @Oketo_barbeque.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil dari jumlah populasi pengikut di *Instagram* sebesar 5000 pengikut akun Instagram @Oketo_barbeque (pada saat berlangsungnya penelitian). Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N\,de^2} = \frac{5000}{1 + 5000\,(0{,}01)^2} = 99{,}9 = 100$$

keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

de^2 = tingkat kesalahan (10%)

Berdasarkan perhitungan sampel diatas, maka dapat diketahui bahwasanya jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang responden pada pengikut Instagram @Oketo_barbeque.

E. Data dan Sumber Data

Data primer merupakan data yang didapat secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016:137). Data yang didapat berasal dari hasil pengisian angket atau kuesioner responden. Dalam penelitian ini sumber data primer adalah hasil pengisian angket dari responden pada pengikut Instagram @Oketo_barbeque.

Sumber sekunder adalah sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misanya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2013:137). Sumber lain dari data sekunder bisa didapat melalui buku, majalah, jurnal, maupun penelitian lainnya yang dapat memberikan informasi untuk dijadikan salah satu referensi dalam sebuah

penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder didapat dari buku-buku yang berkaitan dengan kualitas produk, inovasi, promosi, serta keputusan pembelian dalam hal ekonomi. Selain buku, penulis juga mendapatkan data sekunder melalui internet, jurnal penelitian, serta skripsi yang berhubungan dengan variabel yang sedang diteliti.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dari penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2016:142)

G. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016: 38)

Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen *(Independent variabel)*

   Variabel independen sering juga disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent* atau dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). (Sugiyono, 2016: 39). Dalam penelitian ini variabel kualitas produk, inovasi, serta promosi dijadikan sebagai variabel independen.

2. Variabel Dependen *(dependent Variable)*

   Variabel dependen sering juga disebut variabel *output, kriteria, konsekuen* dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2016: 38).

Dalam penenlitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian yang ditujukan untuk usaha Oketo barbeque.

H. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. (Sugiyono, 2016: 91)

Dalam penelitian ini skala pengukuran menggunakan Skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. (Sugiyono, 2016: 92)

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata. Dan untuk analisis kuantitatif, maka jawaban itu akan diberi skor antara lain:

1. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5
2. Setuju/sering/positif diberi skor 4
3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
4. Tidak setuju/hamper tidak pernah/negative diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1

Adapun indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala Pemikiran

Kualitas Produk (X1)	1. Cita rasa 2. Penyajian 3. Penilaian Kehalalan	Skala Likert
Inovasi Produk (X2)	1. Variasi Menu 2. Pelengkap 3. Penilaian Terhadap Variasi Menu	Skala Likert
Promosi (X3)	1. Media Promosi 2. Penampilan Tema 3. Kepercayaan	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	1. Kepercayaan 2. Kebutuhan 3. Keinginan	Skala Likert

(Sumber Data: Data diolah 2020)

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang "tidak berbeda" antara data yang dilaporkan dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. (Hardani dkk., 2020:198)

Uji signifikansi pada penelitian ini dengan memperhatikan nilai hasil pengkorelasian antara skor pertanyaan dengan skor

totalnya, sebuah pertanyaan dianggap valid apabila r hitung > r tabel dengan taraf signifikan 5% (α = 5%).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sering disamakan dengan consistency, stability, atau dependability, yang prinsipnya menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. (‘Ulum, 2016:6)

Dalam penelitian ini digunakan uji reabilitas dengan melalui uji internal consistency dengan teknik Alpha Cronbach. Suatu instrument dikatakan reliabel jika koefisien reabilitas r_{11}> 0,6.

3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakan, apakah data berdistribusi normal atau tidak. Tingkat kenormalan data sangat penting, karena dengan data yang berdistribusi normal, maka data tersebut dapat mewakili populasi.

Dalam SPSS metode uji normalitas yang sering digunakan adalah uji Liliefors dan uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Dalam penelitian ini metode uji normalitas yang digunakan yaitu uji One Sample Kolmogorov Smirnov dengan pedoman yang digunakan untuk mengetahui normalitas data yakni:

- Jika nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) > 0,05, maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal. (Priyanto, 2012:34)

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen dengan tepat. (Janie, 2012:19)

Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Dan hasilnya sulit didapatkan pengaruh antara independen dan dependen variabel. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.(Priyatno, 2012:56)

Adapun cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisistas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. (Priyatno, 2021:62)

Ada dua cara pendeteksian ada tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan metode grafik dan metode statistik. Metode grafik biasanya dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Sedangkan metode statistic dapat dilakukan dengan Uji Park, Uji Glejser, Uji White, Uji Spearman’s Rank Correlation, Uji Goldfeld Quandt dan Uji Breusch-pagan-Godfrey. (Janie, 2012:24)

4. Regresi linier berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Selain itu analisis ini juga digunakan untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan, dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. (priyatno, 2012:116)

Regresi berganda merupakan perluasan dari regresi sederhana dengan menambahkan jumlah variabel bebas. Adapun persamaan dari regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \ldots + b_nX_{n+e}$$

Dimana:

Y	= keputusan pembelian
a	= nilai konstanta
X_1	= kualitas produk
X_2	= inovasi produk
X_3	= promosi
Xn	= variabel bebas ke-n
b_1, b_2, b_3	= koefisien regresi
e	= variabel pengganggu (error)

J. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah dugaan sementara terhadap permasalahan yang telah diteliti. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Uji t (Uji Signifikansi Parsial)

   Uji parsial berguna untuk memenuhi ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang mempunyai tingkat signifikan sebesar 5% dengan tingkat

kepercayaan 95%. Apabila nilai t atau probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa ada terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi lebih besar 0,05, maka dapat dikatakan tidak ada pengaruh yang signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan ketentuan:

a. Jika tingkat signifikan < 5%, maka hipotesis diterima
b. Jika tingkat signifikan > 5%, maka hipotesis ditolak

Atau dengan ketentuan lain yaitu:

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima
b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel,}$ maka hipotesis ditolak

2. Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Menurut (Ghozali, 2001:88) Uji f ditujukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel-variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

Apabila nilai signifikan < 0,05, maka variabel independen (variabel X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel Y). Dan jika nilai signifikan > 0,05, maka variabel independen (variabel X) secara bersama-sama tidak berpengaruh pada variabel dependen (variabel Y). Adapun ketentuan lain dalam penentuanya yaitu jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel independen (variabel X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (variabel Y), dan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel independen (variabel X) tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (variabel Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan yang berpengaruh atau tidak yang ditunjukkan dengan adanya perubahan variabel bebas (kualitas produk, inovasi

produk, promosi) akan diikuti oleh variabel terikat (keputusan pembelian) pada proporsi yang sama. Nilai keofisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Jika variabel R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependent sangat terbatas. Namun jika nilai R^2 mendekati 1 berarti variabel-variabel independent memberikan banyak informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependent.