

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasil data tersebut. Demikian pula pada kesimpulan penelitian, peneliti dapat memuat gambar, table, grafik, atau tampilan lainnya. Untuk dapat melakukan pengukuran setiap fenomena sosial dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 11)

Metode kuantitatif juga disebut sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data dan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017, hlm. 7-8).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian survei. Dimana pengertian dari survei sendiri adalah metode riset yang menggunakan

kuesioner sebagai salah satu alat untuk penggalan data pada suatu populasi dengan mengambil sejumlah sampel atau responden untuk memperoleh informasi terkaital yang ingin diteliti (Sugiyono, 1998).

Adapun dalam penelitian ini penulis memberikan analisis statistik dari variabel akun Instagram Sobatbantas sebagai media promosi untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut keputusan pembelian produk kuliner di Banjarmasin, dan hasil analisis statistik tersebut akan dijabarkan dengan bentuk kalimat yang mudah dipahami.

## **B. Lokasi Penelitian**

Kota Banjarmasin menjadi lokasi penelitian ini, dengan sasaran utama yaitu pengguna Instagram yang menjadi pengikut akun Instagram Sobatbantas. Penulis melakukan penelitian di Kota Banjarmasin dikarenakan Kota ini memiliki banyak tempat wisata kuliner yang menjadi target pemilik akun Sobatbantas sebagai tempat pembuatan konten untuk mempromosikan wisata kuliner di Kota Banjarmasin. Selain itu, pengikut akun Sobatbantas juga kebanyakannya berasal dari Kota Banjarmasin.

## **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2014, hlm. 80)

Populasi yang dijadikan peneliti dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut (*followers*) akun Instagram Sobatbantas yang berjumlah 75.100 akun.

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. (Siyoto & Sodik, 2015, hlm. 64)

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam suatu penelitian, jika populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu yang tersedia. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari sebagian populasi tersebut. (Sugiyono, 2014, hlm. 80)

Dalam penelitian ini diketahui bahwa jumlah populasi pengikut (*followers*) akun Instagram Sobatbantas sangat lah banyak. Dalam hal ini penulis menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin, (M. Ma'ruf Abdullah, 2015, hlm. 237)

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$\alpha$  = Toleransi ketidakteelitian dalam persen (10%)

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{75.100}{1 + 75.100 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{75.100}{752}$$

$$n = 99,86$$

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden pada pengikut (*followers*) akun Instagram Sobatbantas.

#### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek**

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Di dalam subjek penelitian akan terdapat objek penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram Sobatbantas.

##### **2. Objek**

Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Sifat keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas yang bisa berupa

perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra, simpati-antipati, keadaan batin, dan bisa juga berupa proses. Objek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin.

## **E. Data dan Sumber Data**

### **1. Data**

Data adalah sekumpulan informasi yang biasanya berbentuk bilangan yang dihasilkan dari pengukuran atau perhitungan. (M. Ma'ruf Abdullah, 2015, hlm. 244)

Data diperoleh melalui suatu kegiatan yang disebut pengumpulan data. Pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai satu proses untuk mendapatkan data dari subjek atau responden dengan menggunakan metode tertentu (Ulber Silalahi, 2015, hlm.421).

### **2. Sumber Data**

Sumber data merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah responden yang mengikuti akun Instagram Sobatbantas.

### **3. Jenis Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau

pengisian kuesioner (M. Ma'ruf Abdullah, 2015, hlm. 246). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada responden pengikut (*followers*) akun Instagram Sobatbantass.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, internet, dan seterusnya (Sekaran, 2011: 173)

Data sekunder yang terkait dalam penelitian ini diperoleh dari referensi buku tentang manajemen pemasaran, pemasaran syariah, komunikasi bisnis, perilaku konsumen, metodologi penelitian, internet serta jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **F. Metode Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara**

Wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data penelitian yang dilakukan secara langsung atau tatap muka. Dengan kata lain wawancara merupakan kegiatan tanya jawab antara pewawancara dan narasumber untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan penelitian (M. Ma'ruf Abdullah, 2015, hlm. 250).

## 2. Angket / Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons terhadap daftar pertanyaan tersebut (M. Ma'ruf Abdullah, 2015, hlm. 248).

Kuesioner ini digunakan untuk memperoleh informasi dari responden terhadap variabel promosi akun Instagram Banjarmasin terhadap keputusan pembelian produk kuliner di Banjarmasin. Adapun kuesioner ini dibuat dari google form dan diukur dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomenal sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan.

Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan, dengan skala penilaian sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Skala Penilaian

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak setuju (STS)	1

### **3. Dokumentasi**

Data yang dikumpulkan dalam metode ini adalah dengan mencari informasi yang berkaitan dengan profil akun Instagram Sobatbantas melalui situs aplikasi Instagram.

### **G. Variabel Penelitian**

Variabel adalah karakteristik individu atau objek yang dapat mempunyai nilai, skor, ukuran yang berbeda untuk individu atau objek yang berbeda. Variabel yang digunakan dalam penelitian biasanya terdiri dari 2 variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. (M. Ma'ruf Abdullah, 2015, hlm. 192).

#### **1. Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel tergantung atau dengan kata lain variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi akun Instagram Sobatbantas yang disimbolkan dengan X

#### **2. Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. (M. Ma'ruf Abdullah, 2015, hlm. 192).



Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian, yang disimbolkan dengan Y.

## H. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu butir pertanyaan. Skala butir pertanyaan disebut valid, jika melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur yang seharusnya diukur. Jika skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti, sebab tidak mengukur apa yang seharusnya dilakukan (Sunyoto, 2012, hlm. 55).

Dalam penelitian ini, uji validitas dapat diukur menggunakan SPSS 23. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Dengan kriteria pengambilan keputusan membandingkan nilai R tabel dengan nilai R hitung dan membandingkan nilai Sig.(2-tailed) dengan probabilitas 0,05 sebagai berikut :

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan harga nilai taraf signifikansi  $< 0,05$  serta Pearson Correlation bernilai positif, maka indikator yang digunakan dianggap valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan harga nilai taraf signifikansi  $> 0,05$  serta Pearson Correlation bernilai negatif, maka indikator yang digunakan dianggap tidak valid.

## 2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan berulang kali untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten dan stabil dari responden. (Ulber Silalahi, 2015, hlm. 462). Reliabilitas juga dapat dikatakan indeks yang menunjukkan sebagai uji tingkat kepercayaan atau kehandalan suatu instrumen penelitian. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas atau uji konsistensi suatu item pertanyaan dengan membandingkan antara nilai *cronbach's alpha* dan taraf keyakinan (*coefficients of confidence* = CC) dengan ketentuan sebagai berikut: (Sunyoto, 2012, hlm. 36).

- a. Jika nilai Croanbach Alpha  $> 0,6$  maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten
- b. Jika nilai Croanbach Alpha  $< 0,6$  maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

### I. Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Uji ini juga dilakukan untuk mengetahui data yang diolah dinyatakan konsisten, berdistribusi normal dan efisien, dengan demikian

data tersebut perlu dilakukannya serangkaian pengujian uji asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk dapat menguji apakah data variabel bebas (dependen) dan variabel terikat (independen) pada persamaan regresi yang dihasilkan telah berdistribusi secara normal atau tidak normal. Jika data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali, maka model persamaan regresi tersebut dapat dikatakan baik. (Sunyoto, 2012, hlm.119). Dalam penelitian ini, uji normalitas yang dilakukan menggunakan uji dengan alat statistik SPSS 23 yaitu uji Kolomogrov-Sminov. Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk uji adalah sebagai berikut:

- 1) Data berdistribusi normal, jika signifikansi  $> 0,05$
- 2) Data tidak berdistribusi normal, jika signifikansi  $< 0,05$

(Sunyoto, 2012, hlm.121)

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi/hubungan yang sempurna antara variabel bebas/independen atau tidak dalam model regresi. Dalam uji ini akan diukur tingkat keeratan hubungan atau pengaruh antar variabel bebas dimana dalam penelitian ini (Promosi akun Instagram

Sobatbantas sebagai  $X_1$ ) melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ).  
(Sunyoto, 2012, hlm.131)

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan pada nilai Tolerance dan nilai VIF, sebagai berikut :

- 1) Jika nilai tolerance  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi
- 2) Jika nilai tolerance  $< 0,10$  maka terjadi multikolinieritas dalam model regresi
- 3) Jika nilai VIF  $<$  dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi
- 4) Jika nilai VIF  $>$  dari 10,00 maka terjadi multikolinieritas dalam model regresi (Sunyoto, 2012, hlm.134)

Data penelitian di uji multikolinieritas dengan menggunakan alat uji statistik SPSS 23.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui sama atau tidak varians dari residual dan observasi yang satu dengan observasi yang lain. Disebut terjadi Homoskedastisitas jika residualnya mempunyai varians yang sama. Dan sebaliknya, jika variansnya tidak sama atau berbeda maka disebut terjadi Heteroskedastisitas. (Sunyoto, 2012, hlm. 135)

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini ada 2 cara yaitu dengan melihat pola scatterplot dan menggunakan uji Spearman Rho dengan bantuan alat uji SPSS 23. Kriteria keputusan yang diambil jika melihat pola gambar scatterplot adalah jika titik menyebar di atas, dibawah dan disekitar angka 0 dan titik titik tidak mengumpul hanya di atas dan bawah saja serta titik tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk uji spearman rho adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig.2-tailed  $> 0,05$  maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas
- 2) Jika nilai Sig.2-tailed  $< 0,05$  maka terjadi gejala heterokedastisitas

## **2. Metode Analisis Regresi Linier**

Analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengukuran pengaruh ini melibatkan satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun analisis regresi linear sederhana menggunakan rumus  $Y = a + bX$ . Nilai a adalah konstanta dan nilai b adalah koefisien regresi untuk variabel X (Sunyoto, 2012, hlm. 83).

Variabel independen yang akan dianalisis yaitu promosi akun Instagram Sobatbantas terhadap keputusan pembelian. Adapun rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$X_1$  = Promosi akun Instagram Sobatbantas

$\varepsilon$  = Variabel error (diluar penelitian)

Dalam menentukan persamaan linear tersebut penulis dibantu dengan Microsoft Excel untuk mengolah dan mengelompokkan data para responden, kemudian data tersebut dianalisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat statistik SPSS.

### 3. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel atau dua variabel. Dalam penelitian ini mengukur hipotesis dapat dilakukan dengan uji t.

#### a. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana kontribusi variabel bebas (X) dalam model regresi

mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya (Y). Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai R-square (R<sup>2</sup>). Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun, jika nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) semakin kecil, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas.

Pada metode koefisien determinasi, kita dapat mengetahui seberapa besar pengaruh Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansinya. Significance level yang ditetapkan adalah 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Adapun penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel :

- 1) Jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka variabel X (bebas) berpengaruh terhadap Y (variabel terikat)

- 2) Jika nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka variabel  $X$  (bebas) tidak berpengaruh terhadap  $Y$  (variabel terikat)

Berdasarkan nilai signifikan hasil output SPSS :

- 1) Jika nilai signifikan  $>$  0.05, maka  $H_1$  diterima
- 2) Jika nilai signifikan  $<$  0.05, maka  $H_1$  ditolak