

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Kuantitatif deskriptif sendiri digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup> Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang analisisnya menggunakan alat bantu statistik SPSS. Karena peneliti ingin menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel. Teknik tersebut digunakan guna mengetahui pengaruh media sosial instagram dan *brand image* terhadap minat beli konsumen di Café Omah Djawa Desa Kampungbaru Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Penelitian survei ini pada umumnya dilakukan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambil data. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 8.

<sup>2</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015) h. 100.

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.<sup>3</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Café Omah Djawa Desa Kampungbaru Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.<sup>4</sup> Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi pengunjung Café Omah Djawa setiap harinya tidak diketahui secara pasti.

Berikut ini adalah rumus Lemeshow:<sup>5</sup>

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

<sup>3</sup> Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2017) h. 109.

<sup>4</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. (Jakarta: Kencana. 2015), h. 192.

<sup>5</sup>, Presintia Citra Wibowo, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah", (Skripsi, Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah, Malang, 2019)

- $z$  = Nilai Standar = 1,96
- $p$  = Maksimal Estimasi = 50% = 0,5
- $d$  = alpha (0,1) atau *sampling error* = 10%

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden.

### C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan, bentuk instrument penelitian ini berkaitan dengan metode pengumpulan data, misalnya metode pengumpulan data wawancara instrumennya menggunakan pedoman wawancara, metode angket atau kuesioner instrumennya berupa angket atau kuesioner.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa poling, angket, ataupun menggunakan kuesioner.

---

<sup>6</sup> Sandu Siyoto, dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015) h. 78

Tabel 3.1 Tabel Validasi Instrumen

No	Variabel	Indikator	Butir Soal
1	Media Sosial Instagram (Variabel Bebas / XI)	Didasarkan pada pandangan Ekasari : <sup>7</sup> 1. Membangun hubungan dengan konsumen melalui media yang ada (Relationship) 2. Interaksi yang terjadi antara penjual dengan konsumen (Komunikasi) 3. Interaksi yang terjadi dengan konsumen setelah konsumen membeli produk (Interaksi Pasca Pembelian) 4. Dapat menyampaikan informasi dengan lengkap dan dapat menarik perhatian konsumen (Format informasi)	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8
2	Brand Image (Variabel Bebas /	Indikator <i>brand image</i> adalah : <sup>8</sup>	

<sup>7</sup> Novita Ekasari, "Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi", *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Vol. 16, No. 2 (2014), h: 81-102.

	X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesan professional</li> <li>2. Kesan modern</li> <li>3. Melayani semua segmen</li> <li>4. Perhatian kepada konsumen</li> </ol>	<p>9, 10</p> <p>11, 12</p> <p>13, 14</p> <p>15</p>
3	Minat Beli Konsumen (Variabel Terikat / Y)	<p>Menurut Abzari :<sup>9</sup></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsumen memiliki kecenderungan untuk membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan (Minat Transaksional)</li> <li>2. Konsumen merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain (Minat Refrensial)</li> <li>3. Konsumen memilih produk atau jasa yang ditawarkan diantara produk lain (Minat Preferensial)</li> <li>4. Konsumen mau mencari</li> </ol>	<p>16, 17</p> <p>18</p> <p>19</p> <p>20</p>

<sup>8</sup> Dita Amanah, "Pengaruh Promosi Dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent Di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan", *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol.3 No. 3, (November 2011), h. 221-233

<sup>9</sup> Mehdi Abzari, dkk., "Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company", *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 143, No. 71 (2014), h. 822-826.

		informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan (Minat eksploratif)	
--	--	---	--

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tujuan utama dari adanya penelitian untuk mendapatkan suatu data, tanpa adanya teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan.<sup>10</sup>

Dilihat dari segi cara atau teknik dan mekanisme pengumpulan data, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *observasi* (pengamatan), *interview* (wawancara), kuesioner, dokumentasi dan gabungan keempatnya. Sedangkan, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi (pengamatan), dan kuesioner/angket.<sup>11</sup>

#### E. Teknik Analisis Data

Menurut Sujarweni “Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah”.<sup>12</sup> Dalam

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 224.

<sup>11</sup> Suryani Dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, ( Jakarta: Kencana. 2015), h. 173.

<sup>12</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), h. 121.

penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh variabel bebas media sosial instagram ( $X_1$ ) dan *brand image* ( $X_2$ ) terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ), peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda.

Tahapan analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Menurut Ghozali dalam Sujarweni “Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.” Suatu kuesioner dikatakan sah atau tidak jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpha*) dengan nilai  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$  ( $n$  adalah jumlah sampel). Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ , maka kuesioner berkorelasi positif dan dinyatakan valid.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini, dikarenakan jumlah sampel berdasarkan yang ditentukan adalah 100 responden, maka nilai  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% sebagaimana terdapat dalam distribusi nilai  $r_{tabel}$  adalah **0,196**.

### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam Sujarweni, “Uji Reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.” Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban

---

<sup>13</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 157-158.

sesorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.<sup>14</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Sujarweni, Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik (memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten) jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari asumsi klasik (multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan auto korelasi).

Tahapan analisis pada model regresi linear berganda adalah persiapan tabulasi data penelitian, analisis regresi linear berganda dan uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi dengan SPSS), melihat dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan regresi linear berganda (uji t parsial dan uji F simultan), pembahasan dan pembuatan kesimpulan. Penjelasan secara rinci dari uji analisis di atas adalah sebagai berikut.<sup>15</sup>

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur apakah data yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak

---

<sup>14</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 158.

<sup>15</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 181.

normal, sehingga dalam pemilih statistic bisa dilakukan dengan tepat.<sup>16</sup>

Menurut Imam Ghozali, Model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.<sup>17</sup>

Pengujian normalitas juga bisa menggunakan teknik *kolmogorov smirnov*, pengambilan keputusan dalam pengujian ini dengan membandingkan skor *Sig* yang terdapat pada tabel hasil uji perhitungan *kolmogorov smirnov* dengan standar *eror 0,05*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Sig* lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai *Sig* lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi tidak normal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model *regresi linier* berganda atau tidak.<sup>18</sup> Model regresi yang baik tidak korelasi diantara variabel bebas (*independent variabel*). Gejala multikolinearitas pada suatu model regresi bisa dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai *tolerance*, apabila nilai

---

<sup>16</sup> Slamet Riyanto, dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020) h. 81

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2011), h. 161.

<sup>18</sup> Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS* (Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya, 2019), h. 56.

$tolerance \geq 0,10$  dan nilai  $VIF \leq 10$  maka bisa disimpulkan tidak ada *multikolinearitas* antara variabel bebas dalam *regresi*.<sup>19</sup>

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni “Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan keperiode pengamatan yang lain”. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*. *Regresi* tidak terjadi heteroskedastisitas jika: titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.<sup>20</sup>

#### d. Uji Auto Korelasi

Menurut Imam Ghozali tidak ada gejala autokorelasi jika nilai *durbin watson* terletak antara *du* sampai (*4-du*). Nilai *du* dicari pada distribusi nilai tabel *durbin watson* berdasar nilai *k* (jumlah variabel bebas) dan *N* (jumlah sampel) dengan signifikansi 5%.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 107.

<sup>20</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 159.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 111.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui kebenaran atau dugaan hipotesis,<sup>22</sup> apakah variabel *independen* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen* secara *parsial*. Dasar pengambilan keputusan uji t parsial ( Regresi linier berganda) berdasarkan nilai signifikansi adalah jika nilai sig. <0,05 maka artinya variabel independent (X) secara parsial / sendiri berpengaruh terhadap variabel (Y).<sup>23</sup>

Menurut wiratna sujarweni, jika pengambilan keputusan berdasarkan nilai hitung data tabel. Maka rumusnya adalah jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  , artinya variabel (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel (Y). Rumus yang digunakan dalam mencari  $t_{tabel}$  adalah :<sup>24</sup>

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

keterangan :

$\alpha$  = nilai signifikansi (0,05)

n = Jumlah sampel penelitian

k = Jumlah variabel bebas

---

<sup>22</sup> Surajiyo, Nasruddin, dan Herman Paleni, *Penelitian Sumber Daya manusia, Pengertian, teori, dan aplikasi Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows* (Yogyakarta : CV BUDI UTAMA, 2020), h. 77

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 101.

<sup>24</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 155.

## b. Uji F

Uji F atau uji *simultan* digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara dua variabel bebas atau lebih dengan variabel terikat.<sup>25</sup> Dasar pengambilan keputusan uji F Simultan (Regresi Linear Berganda) berdasarkan nilai signifikansi adalah jika nilai Sig. <0,05 maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel (Y).<sup>26</sup>

Jika pengambilan keputusan F Simultan berdasarkan nilai hitung dan tabel. Maka, jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  artinya variabel independent (X) berpengaruh terhadap variabel dependent (Y).

Rumus mencari  $F_{tabel}$  adalah:<sup>27</sup>

$$F_{tabel} = (k ; n-k)$$

Keterangan : k (jumlah variabel bebas), n (jumlah sampel)

## 5. Uji Koefisien Determinan

Koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (*goodness of fit*). Koefisiensi determinasi ini mengukur *prosentase* total varian variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen di dalam garis regresi. Nilai  $R^2$  mempunyai interval antara 0 sampai 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Semakin besar  $R^2$  (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi

<sup>25</sup> Surajiyo, Nasruddin, dan Herman Paleni, *Penelitian Sumber Daya manusia, Pengertian, teori, dan aplikasi Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows* (Yogyakarta : CV BUDI UTAMA, 2020), h. 77

<sup>26</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis*, 101.

<sup>27</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 155.

tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.<sup>28</sup>



---

<sup>28</sup> Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus Dan Pemecahannya* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004) h. 86.