

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif. Pendekatan survei digunakan untuk mendapatkan data. Saat mengumpulkan data untuk suatu penelitian, peneliti sering kali beralih ke pendekatan analisis regresi karena pendekatan tersebut dianggap paling dapat diterapkan.

#### **3.2 Sumber Data**

Data primer menjadi dasar penelitian ini. Survei lapangan yang menggunakan semua teknik pengumpulan data asli sering kali menghasilkan data primer. Hasil survei yang menanyakan pendapat pelaku UMKM mengenai dampak kualitas produk terhadap keinginan membeli Banana Nugget Crispy Yuyun menjadi sumber data utama penelitian ini.

#### **3.3 Metode pengumpulan data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei untuk mengumpulkan data. Para peneliti menggunakan metode survei untuk mengkaji populasi skala besar dan lokal (Sugiyono, 2015), namun informasi yang dianalisis mewakili kejadian relatif, distribusi, dan korelasi antara faktor psikologis dan sosial. Terdakwa diberikan pertanyaan atau diminta memberikan pernyataan tertulis sebagai bagian dari proses pengumpulan data kuesioner. Survei Google Formulir dikirimkan kepada pelanggan yang telah membeli nugget pisang renyah Yuyun untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan skala Likert. Tingkat persetujuan yang direferensikan adalah salah satu dari banyak kemungkinan nilai pada skala mulai dari “sangat setuju” (SS) hingga “sangat tidak setuju” (STS). Anda dapat menemukan lima pilihan ini pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.1 skala likert**

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

### **3.4 Populasi Dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2001), populasi adalah suatu kategori luas dari benda-benda atau orang-orang yang memiliki ciri-ciri dan jumlah tertentu yang sama yang digunakan peneliti untuk membuat kesimpulan tentang hal-hal atau orang-orang tersebut. Semua data yang penting bagi kita dalam lingkup dan periode yang kita pilih merupakan populasi, kata Margono (2004). Menurut Arikunto (2002:108), seluruh populasi merupakan topik penelitian. Populasi penelitian ini adalah 10.300 pengguna Instagram yang mengikuti Banana nugget crispy yuyun pada bulan Oktober.

#### **3.4.2 Sampel**

Sebagaimana dikemukakan Arikunto (2002), sampel dimaksudkan sebagai representasi dari populasi yang diteliti. Sugiyono (2001) juga menyuarakan pandangan serupa. Menurutnya, sampel mencerminkan populasi baik dari segi jumlah maupun komposisinya.

Dengan menggunakan rumus Slovin, seseorang dapat menentukan jumlah sampel dari suatu populasi tertentu dengan cara berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel N = Jumlah populasi

N = jumlah populasi

e = Taraf nyata atau batas kesalahan

Karena sulit mendapatkan temuan yang sempurna dalam penelitian apa pun, penulis menggunakan tingkat kesalahan 10% untuk menentukan berapa banyak sampel yang harus dikumpulkan. Sampel yang lebih kecil diperlukan ketika tingkat kesalahannya tinggi. Perhitungan berikut dilakukan dengan menggunakan populasi 10.300 sebagai dasar:

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

$$n = \frac{10.300}{1 + (10.300 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{10.300}{1 + (10.300 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{10.300}{1+103}$$

$$n = \frac{10.300}{104}$$

$$n = 99.03$$

Maka : 99,03 dibulatkan menjadi 100 responden.

Yang menjadi sampel pada penelitian ini yaitu 100 followers dari akun @banagetcrispy\_yuyun.

### **3.5 Variabel dan oprerasional variabel**

Segala sesuatu yang peneliti pilih untuk diteliti guna mengumpulkan informasi dan menarik kesimpulan dalam hal ini sesuai dengan judul dan rumusan masalah disebut variabel penelitian. Variabel yang mempengaruhi judul, dampak konten Instagram dan TikTok terhadap minat beli pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta lokasi nugget pisang krispi Yuyun di Bandar Lampung semuanya diteliti dalam penelitian ini.

#### **3.5.1 Variabel independent**

Variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain adalah nama lain dari variabel tersebut. Suatu kondisi atau nilai yang bila timbul akan melahirkan kondisi atau nilai yang lain, itulah yang dimaksud oleh Soesilo (2019) yang menyatakan bahwa variabel bebas adalah suatu variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi sumber perubahan atau timbulnya variabel terikat.

#### **3.5.2 Variabel Dependent**

Menurut model struktural, perubahan pada satu variabel mungkin berdampak pada variabel lain, dan variabel lain ini disebut variabel terikat. Fokus penelitian beralih dari topik penelitian ke variabel terikat inilah yang menjadi perhatian utama mereka.

### **3.6 Definisi Operasional Variabel**

Operasional variabel adalah cara untuk mengukur atau mengamati konsep-konsep yang lebih abstrak dalam penelitian. Dalam konteks pengaruh konten instagram, dan tiktok, dan kualitas produk terhadap keputusan, berikut adalah definisi operasional variabelnya:

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi variabel	Definisi operasional	indikator	Alat ukur
1	X1 : Konten Instagram	Salah satu produk sampingan dari kemajuan teknologi di era internet adalah Instagram, sebuah platform jejaring sosial yang digunakan secara luas di kalangan pengguna modern. Jumlah pengguna Instagram yang terus meningkat menjadi buktinya. Instagram melaporkan peningkatan pengguna aktif bulanan menjadi 800 juta pada bulan April 2017, naik dari 700 juta pada tahun sebelumnya (Yusuf, 2017).	Konten instagram adalah konten yang tidak hanya terpaku pada foto namun juga dapat berupa vidio atau animasi yang bisa di unggah pada akun instagram . pada dasar nya, konten yang akan disajikan pada audiens harus di pertimbangkan terlebih dahulu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Foto</li> <li>2. Video</li> <li>3. Infografis</li> <li>4. Stories</li> <li>5. Kontes</li> <li>6. Konten influencer</li> <li>7. User generated content</li> </ol>	interval
2	X2 : Tiktok	Perangkat lunak online bernama TikTok memiliki kemampuan media sosial yang memungkinkan	tiktok adalah konten yang memberikan fitur untuk membuat dan membagikan video singkat , dimana	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Konten</li> <li>9. kreatifitas</li> </ol>	interval

		pengguna antara lain membuat dan berbagi film pendek (prosenjit & anwesan 2021).	seseorang harus kreatif saat membuat konten .		
3	Y : minat beli	Menurut definisi minat beli menurut Rizky dan Yasin (2014), calon pembeli mengembangkan keadaan ini ketika mereka mencari informasi produk secara luas dari berbagai sumber online dan media sebagai persiapan untuk mengambil keputusan pembelian. konvensional.	Minat beli adalah perasaan tertarik terhadap keinginan mengetahui produk dan mempertimbangkan untuk mencari informasi dan mengetahui produk lebih jauh sehingga konsumen melakukan pertimbangan untuk melakukan pembelian .	10. minat refrensial 11. minat eksploratif 12. minat transaksional - Minat prefrensial	inter val

### 3.7 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Lupiyoadi (2015) merupakan uji kelayakan suatu instrumen. Untuk menilai validitas instrumen, koefisien antara skor setiap item dan skor total dihitung pada tingkat signifikansi 0,05, yang setara dengan tingkat signifikansi 95%. Penilaian validitas suatu angket yang digunakan dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan validitas.

#### 1. Prosedur Pengujian :

Ho : Insturmen valid

Ha : Instuemen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila sig <0,05, maka instrument dinyatakan valid

Ha : Apabila sig >0,05 maka instrument dinyatakan tidak valid

### 3.7.2 Uji Reabilitas

Digunakan untuk menilai kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel. Penilaian reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan kuesioner yang telah mendapat status valid. Untuk melakukan perhitungan Alpha digunakan software SPSS IBM 26. Dalam menilai reliabilitas suatu instrumen, nilai Cronbach Alpha yang melebihi 0,6 menunjukkan reliabilitas (Ghozali, 2016).

### 3.8 Teknik dan alat analisis data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data, antara lain:

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu alat pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi dari individu atau kelompok melalui pertanyaan tertulis (Mardalis: 2008). Peneliti akan mengelola survei melalui formulir online yang tersedia melalui Google Formulir. Orang-orang yang mengikuti akun Instagram @banana nugget crunchy yuyun lah yang datanya digunakan untuk penelitian ini. Peneliti dapat berbicara dengan orang-orang yang mungkin tertarik untuk mengisi survei menggunakan fungsi Direct Message.

#### 2. Observasi

Bersama-sama, orang-orang terlibat dalam proses observasi, yang memerlukan observasi langsung. Penelitian seringkali memanfaatkan kegiatan observasi untuk mendokumentasikan proses yang terjadi. Penting untuk menciptakan sistem dan proses observasi yang sederhana dan cepat karena kegiatan observasi

merupakan bagian dari pelaksanaan tindakan. Itulah Iskandar (2012).

Berdasarkan respon survei, peneliti dapat menyimpulkan bahwa nugget pisang renyah Yuyun sangat populer di kalangan tamu.

### **3. Dokumentasi**

Partisipan penelitian bukanlah sasaran dokumentasi yang dimaksud, yaitu suatu metode pengumpulan data (Soehartono, 2008). Dokumen penelitian tidak harus berupa catatan formal; bisa dalam bentuk apa pun, termasuk namun tidak terbatas pada foto, data statistik, dan dokumen.

### **3.9 Metode Analisis Data**

Dalam teknis analisis data, variabel dan responden dikelompokkan, data ditabulasi menurut variabel dan seluruh responden, disajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, dan dilakukan perhitungan untuk menguji hipotesis (Muzakki & Hakim, 2020).

#### **3.9.1 Regresi Linier Berganda**

Dengan menggunakan SPSS 26, penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara pilihan pembelian aplikasi dan faktor kepercayaan, keamanan, dan kualitas layanan yang disebutkan di atas. Berikut adalah persamaan yang banyak digunakan untuk regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Tingkat Interaksi

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi parsial

X<sub>1</sub> = Variabel Persepsi Intensitas Postingan

X<sub>2</sub> = Variabel Persepsi Jenis Konten



### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

Untuk mengevaluasi hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini, dilakukan uji t untuk memastikan apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghazali, 2017). Untuk melakukan pengujian ini, Anda dapat membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau memeriksa kolom signifikansi setiap t-hitung secara terpisah. Lihat perhitungan SPSS dalam Coefisien Regression Full Model / Enter untuk mengetahui langkah-langkah dalam melakukan uji F atau uji t.

#### 1. Pengaruh konten instagram ( $X_1$ ) Terhadap minat beli (Y)

Ho: pengaruh konten instagram ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap minat beli (Y)

Ha: pengaruh konten instagram ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap minat beli (Y)

Kriteria Pengujian dilakukan dengan cara:

a. Jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka Ho ditolak.

Jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka Ho diterima.

b. Jika nilai sig  $<$  0,05 maka Ho ditolak.

Jika nilai sig  $>$  0,05 maka Ho diterima.

#### 2. Pengaruh konten tiktok ( $X_2$ ) Terhadap minat beli (Y)

Ho: konten tiktok ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap minat beli (Y)

Ha: konten tiktok ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap minat beli (Y)

Kriteria Pengujian dilakukan dengan cara:

a. Jika nilai t hitung  $>$  t tabel maka Ho ditolak.

Jika nilai t hitung  $<$  t tabel maka Ho diterima.

b. Jika nilai sig  $<$  0,05 maka Ho ditolak.

Jika nilai sig  $>$  0,05 maka Ho diterima

### 3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Tujuan uji F sebagaimana dikemukakan oleh Ghazali (2016) adalah untuk mengetahui apakah model yang diteliti sangat sesuai untuk menjelaskan fenomena yang diteliti, khususnya yang berkaitan dengan variabel-variabel pembentuk model tersebut.

#### **Konten instagram (X<sub>1</sub>) dan tiktok (X<sub>2</sub>) Berpengaruh Terhadap minat beli terhadap umkm banana nugget crispy yuyun(Y)**

Ho : konten instagram (X<sub>1</sub>), dan tiktok (X<sub>2</sub>)

tidak berpengaruh terhadap minat beli pada umkm banana nugget crispy yuyun (Y)

Ha : konten instagram (X<sub>1</sub>) dan tiktok (X<sub>2</sub>) berpengaruh Terhadap minat beli pada umkm banana nugget crispy yuyun (Y)

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Bila  $F_{hitung} > F_{tabel} (\alpha = 0,05)$  maka Ho ditolak dan Ha diterima.  
Artinya: konten instagram (X<sub>1</sub>) dan tiktok (X<sub>2</sub>) berpengaruh Terhadap minat beli pada umkm banana nugget crispy yuyun (Y)
- b. Bila  $F_{hitung} > F_{tabel} (\alpha = 0,05)$  maka Ho diterima dan Ha ditolak.  
Artinya: konten instagram (X<sub>1</sub>) dan tiktok (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh Terhadap minat beli terhadap umkm banana nugget crispy yuyun (Y)