

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini dapat dijelaskan bagaimana data yang diperoleh dan digunakan untuk menganalisis penelitian mengenai *social media marketing*, kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada Grill Men di Kota Metro yaitu dengan menggunakan *metode deskriptif* dan pendekatan *kuantitatif*, dimana dapat menjelaskan tentang cara data akan dikumpulkan, diolah dan di *analisis* untuk pembuktian dan pengujian dalam mencapainya suatu tujuan.

Model penelitian *deskriptif* merupakan model penelitian dengan membuat *deskripsi* atau gambaran secara *sistematis* dan *akurat* sesuai dengan fenomena yang akan diteliti dan model penelitian *kuantitatif* yang digunakan dengan mengambil *Sampel* dari populasi yang ada dan menggunakan *kuesioner* sebagai alat yang dapat mengumpulkan data. Dalam melakukan penelitian ini, metode yang dipilih adalah metode *survei*. Dimana setiap data akan dikumpulkan dari setiap *responden* melalui *kuesioner*.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa *variabel* yang terdiri dari *variabel independen* dan *variabel dependen*. *variabel independen* adalah *variabel* yang dianggap memiliki pengaruh dengan *variabel* yang lain, sedangkan *variabel dependen* adalah *variabel* yang dapat dipengaruhi oleh *variabel* lainnya. *Variabel-variabel* yang menjadi *objek* dalam penelitian ini, yaitu :

1. *Variabel dependen, variabel dependen* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian pada Grill Men di Kota Metro.
2. *Variabel independen, variabel independen* dalam penelitian ini adalah *social media marketing* dan kualitas pelayanan.

3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Menurut Amruddin (2022) data primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian atau responden, baik individu maupun kelompok. Data primer diperoleh dari jawaban pengisian kuesioner responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden. Responden dalam penelitian ini adalah calon konsumen pada Grill Men di Kota Metro.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2022), menyatakan bahwa: Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian dicari kesimpulkannya. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Grill Men Metro yang belum dapat di ketahui berapa populasi dan sampelnya.

3.3.2. Sampel

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2022), sampel merupakan sebuah bagian dari suatu populasi. Sampel yang baik adalah dapat mewakili populasi nya atau *representatif* (mewakili). Jumlah ukuran sampel tergantung dari seberapa besar ketelitian dan kesalahan yang diinginkan peneliti. Pada penelitian sosial, nilai maksimal derajat kesalahan adalah sebesar 5%. Hal penting dalam pengambilan sampel adalah bagaimana sampel tersebut *epresentatrif* atau dapat mewakili setiap anggota dalam populasi. Pada penelitian ini, dalam mengambil sampel menggunakan perhitungan perangkat lunak G Power (F, t, X, Z dan Uji Eksak). Perangkat ini dipakai karena jumlah sampel yang belum diketahui. Selain itu bertujuan untu menggambarkan ukuran sampel yang akan diambil.

Kriteria pengambilan sampel di ukur dari :

1. Demografi

- Warga Negara Indonesia.
- Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan.
- Usia : 17-22 tahun, 29-34 tahun, dan 23-28 tahun 36-50 tahun.

- Pekerjaan: Mahasiswa, PNS, Pegawai Swasta, Pelajar, dan Wiraswasta.
 - Alamat Tempat tinggal.
2. Pengalaman
 - Social Media.
 3. Sikap atau Pendapat
 - Penggunaan promo.
 - Pelayanan yang baik.
 - Keputusan pembelian.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan melalui dari formulir google kepada responden, yaitu calon konsumen Grill Men Metro. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

Skala interval					
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5
					Sangat Setuju

Sumber : Data Diolah 2023

3.5. Variabel Penelitian

3.5.1. Variabel Penelitian Independen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Social media marketing* dan kualitas pelayanan.

3.5.2. Variabel Penelitian Dependen

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah keputusan pembelian.

3.6. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Social media marketing</i> (X1)	1. Jejaring social 2. Optimasi mesin pencari 3. Hubungan masyarakat online	Menurut Wally & Koshy (didalam Murdiani et al., (2022)) mengatakan penggunaan <i>Social media marketing</i> seperti Instagram mendukung usaha kecil karena murah untuk periklanan dan pemasaran	1. Tulisan yang berkualitas 2. Foto yang menarik 3. Frekuensi keaktifan postingan	<i>Likert</i>
Kualitas pelayanan (X2)	1. Komunikasi 2. kepuasan pelanggan 3. Sumber daya manusia	Ginny et al., (2022) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah suatu sikap atau penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.	1. Daya tangkap 2. Jaminan berhubungan 3. Empati Kemampuan	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	1. kepuasan pelanggan 2. Pengaruh <i>External</i> 3. keputusan <i>Informasio nal</i>	Suri Amilia & M. Oloan Asmara Nst, (2017) yaitu: Keputusan Pembelian adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen saat menelusuri produk, memberi, memakai produk, menguji produk dan menghabiskan produk yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan dirinya.	1. <i>Identifikasi</i> Kebutuhan 2. Menggali informasi produk 3. Melakukan pembelian produk 4. Perilaku setelah membeli	<i>Likert</i>

Sumber : Data diolah, 2023

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode atau cara untuk menganalisis informasi atau data yang telah didapatkan melalui *Kuesioner*, hasil di lapangan, dan dokumentasi yang bertujuan untuk menemukan solusi permasalahan dalam sebuah penelitian dan mendapatkan suatu kesimpulan agar karakteristik data tersebut mudah dipahami oleh peneliti dan orang lain. Dalam hal ini permasalahan penelitian diselesaikan dengan menggunakan :

3.7.1. Uji Frekuensi

Menurut Prof. H. Iman Ghazali (2018), Oleh karena itu, data dengan jumlah yang besar cukup baik bila ditata atau di *Organisir* dengan meringkas data tersebut ke dalam bentuk kelompok data, dan dikategorikan dalam bentuk sebuah daftar sehingga dapat diketahui ciri-ciri nya dan di analisis sesuai dengan kepentingannya.

3.7.2. Statistik Deskriptif

Menurut Prof. H. Iman Ghazali (2018), bahwa “*Statistik Deskriptif* menggambarkan atau mendeskripsikan data yang terdiri dari nilai rata-rata (*mean*), *standar deviasi*, *varian*, *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (*kemencengan distribusi*).” Pengujian ini bertujuan untuk mempermudah dalam memahami terhadap *Variabel-Variabel* pada penelitian.

3.7.3. Uji Validitas

Menurut Prof. H. Iman Ghazali (2018), mengatakan bahwa: Uji *validitas* digunakan untuk mengukur sah atau *Valid* tidak nya pada suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dinilai *Valid* jika pernyataan didalam kuesioner dapat menerangkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji *Validitas* dilakukan dengan cara membandingkan nilai *r* hitung dengan tabel untuk taraf *Signifikasi* sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dengan *Degree Of Freedom* (df) = $n-3$. Penentuan *Valid* atau tidak *Valid* nya suatu *Instrumen* dapat di tentukan sebagai berikut:

- a. $r \text{ hitung} > r \text{ tabel} = \text{Valid}.$

b. $r \text{ hitung} < r \text{ tabel} = \text{tidak Valid.}$

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Rumus *Validitas*

Keterangan :

r = Koefisien korelasi (validitas),

n = banyak subjek dalam sampel.

X_i = Skor yang diperoleh subjek.

Y_i = Skor total yang diperoleh subjek.

ΣX_i = Jumlah skor dalam variabel X_i .

ΣY_i = Jumlah skor dalam variabel Y_i .

ΣX_i^2 = Jumlah kuadrat masing-masing skor X_i .

ΣY_i^2 = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y_i .

$\Sigma X_i Y_i$ = Jumlah skor perkalian $X_i Y_i$.

3.7.4. Uji Reliabilitas

Menurut Prof. H. Iman Ghazali (2018), mengatakan bahwa : Uji reliabilitas berguna untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau andal jika suatu jawaban pada pernyataan itu selalu konsisten. Penentuan reliabilitas menurut Prof. H. Iman Ghazali (2018), adalah dengan cara melihat nilai *Cronbach Alpha* yang nilainya harus lebih besar dari 0,07.

Rumus reliabilitas

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right)$$

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah reliabilitas instrument.

σt^2 = Varians total

Keterangan :

Ri = Koefisien reliabilitas instrumen.

k = Jumlah butir pertanyaan.

3.8. Analisis Regresi

3.8.1. Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis statistik dan analisis data dilakukan dengan menganalisis regresi berganda untuk menguji pengaruh *Social media marketing*, promosi, dan kualitas pelayanan. Operasi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji arah hubungan positif atau negatif antara variabel independen dengan variabel dependen dan untuk memprediksi apakah variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Data yang dipakai adalah rasio atau skala interval.

Nilai dari koefisien regresi menjadi dasar analisis, jika koefisien b bernilai positif menunjukkan hubungan searah antara variabel independen dengan variabel dependen berarti jika variabel dependen naik maka variabel independen akan naik begitupun sebaliknya. Sedangkan jika koefisienn b negatif menunjukkan hubungan berlawanan, berarti jika variabel dependen naik maka variabel independen akan turun begitu juga sebaliknya.

Menurut Prof. H. Iman Ghazali (2018), menyatakan bahwa: “Metode statistik digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat (metrik) dengan satu atau lebih variabel bebas (metrik) adalah regresi. Regresi sederhana (*simple regression*) untuk menguji pengaruh satu variabel bebas (metrik) terhadap satu variabel terikat (metrik), sedangkan untuk lebih dari satu variabel bebas (*metrik*) disebut regresi berganda (*multiple regressions*).”

Adapun model persamaan regresi linear berganda yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

Y : Variabel Dependen (Keputusan Pembelian).

α	: Konstanta.
X1	: Variabel Independen (<i>Social media marketing</i>).
X2	: Variabel Independen (Kualitas Pelayanan).
β (1,2,3)	: Koefisien regresi masing-masing X.
ϵ	: <i>Error</i> .

3.9. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam analisis regresi sederhana diasumsikan hanya satu variabel yang mempengaruhi suatu variabel, seangkan variabel lainnya yang juga mempengaruhi variabel tersebut dianggap konstan (tidak berubah). Kemampuan variabel independen dapat menjelaskan variasi (perubahan) nilai variabel independen dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi atau R². Menurut Prof. H. Iman Ghazali (2018), Uji Koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauh model dapat menerangkan variasi dari variabel yang independen.

sehingga tingkat koefisien determinasi tersebut dapat dilihat pada output tabel Model Summary pada SPSS. persentase pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh nilai R².

kemudian nilai persentase yang tersisa akan menunjukkan tingkat pengaruh variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian tersebut.

3.10. Uji Hipotesis

3.10.1. Uji Signifikasi Parsial (Uji statistik t)

Uji t digunakan untuk mengukur pengaruh satu variabel penjelasan atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Prof. H. Iman Ghazali (2018), bahwa: Uji t pada dasarnya untuk mengukur seberapa jauh masing-masing variabel independen berpengaruh secara *Signifikan* terhadap variabel dependen.

Adapun secara parsial pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t-test. Uji t dilakukan dengan membandingkan signifikasi t hitung dengan tabel dengan ketentuan perbandingan nilai t(tabel) dengan t(hitung), jika $t(\text{tabel}) > t(\text{hitung})$

maka tidak memiliki pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, dan jika $t(\text{tabel}) < t(\text{hitung})$ maka memiliki pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, dan juga menggunakan tingkat signifikansi dengan ketentuan:

1. Nilai signifikansi t lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh secara *Signifikan* antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05, maka H_0 diterima, yang berarti ada pengaruh secara *Signifikan* antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Rumus uji Hipotesis t

$$t = \beta_n / S\beta_n$$

Dimana :

t : mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan (df).

β_n : koefisien regresi masing-masing variabel.

$S\beta_n$: standar error masing-masing variabel.

3.10.2. Uji Signifikasi Simultan (Uji statistik F)

Pengujian berfungsi untuk mencari jawaban terdapat atau tidaknya pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Maka perlu dilakukan pengujian dengan uji F Kriteria Pengujian :

Apa bila nilai $F^{(\text{tabel})} < F^{(\text{hitung})}$ dan tingkat signifikansi < 0.05 berarti H_0 diterima, yang memiliki arti secara simultan ada pengaruh antara variabel independen *Social media marketing*, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Prof.H Iman Ghozali (2018), rumus untuk menguji F yaitu sebagai berikut:

Uji Signifikansi nilai F...

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Di mana :

R : koefisien korelasi ganda

k : banyaknya variabel independen

n : banyaknya anggota sampel

→ Konsultasikan dengan tabel F; dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = n – k -1.

→ Jika $F_h > F$ tabel, maka hipotesis alternatif diterima.