

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dimana penelitian dilakukan pada FlipFlop Coffee di Bandar Lampung. Menurut sugiyono (2016) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Penelitian menggunakan metode *asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan untuk mencari hubungan sebab- akibat.

#### **3.2 Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data primer adalah data yang diberikan langsung kepada pengumpul data selama melakukan penelitian dilapangan yaitu berupa data dalam bentuk jawaban yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden yaitu pengunjung FlipFlop Coffee.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode survey. Survey merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan cara turun langsung ke lapangan untuk melakukan penelitian dengan maksud memperoleh data – data yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut diperoleh dengan teknik kuesioner, yaitu peneliti membuat daftar pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden yaitu pengunjung FlipFlop Coffee di Bandar Lampung yang dijadikan sampel dalam penelitian.

#### **3.4 Skala Pengukuran**

Menurut Sugiyono (2010:93), 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. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert adalah teknik skala non-komparatif dan unidimensional yaitu hanya mengukur sifat tunggal. Rensis Likert mengasumsikan sikap dapat diukur dan intensitas suatu pengalaman adalah linear yaitu duduk di sebuah kontinum dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Responden diminta untuk memberikan tanggapan dengan skala ini terhadap setiap pertanyaan dengan memilih satu dari lima jawaban yang tersedia berdasarkan perasaan mereka menggunakan skala ordinal.

Pemberian skor pada skala ini dari angka 1 sampai dengan 5 dengan perincian sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) diberi nilai = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Cukup Setuju (CS) = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

### **3.5 Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1 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, 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung FlipFlop Coffee di Bandar Lampung.

#### **3.5.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel diambil menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Cara untuk memilih atau menyeleksi disebut sampling. Satuan sampling adalah sesuatu yang akan dijadikan kesatuan yang akan dipilih. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian besar dari populasi yang dianggap mewakili populasi karena memiliki karakter atau ciri yang sama. Sampel dalam penelitian ini adalah tidak diketahui.

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- a. Pengunjung FlipFlop Coffee
- b. Pernah mencari informasi tentang FlipFlop Coffee di Instagram

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Z-Score* adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{z\alpha/2}{E} \right]^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

z = Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean

E = Kesalahan maksimal yang mungkin dialami

A = Tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ) artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel adalah :

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{z_{0,05/2}}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [384,16] = 96 \text{ responden di bulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 sampel.

### 3.6 Variabel Penelitian

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

#### 3.6.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono,2016). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kelompok *Platform Assitance*(X1), *Concern for The Others*(X2), *Expressing Possitive Feeling*(X3), dan *Helping The Company*(X4).

#### 3.6.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2016). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberikan penjelasan atau keterangan tentang variabel – variabel operasional sehingga dapat diamati dan diukur. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Konsep</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Platform Assistance</i> (X1)	<i>Platform assistance</i> merupakan kepercayaan konsumen terhadap platform yang digunakan. (Thurau, 2004)	Kepercayaan konsumen dalam menggunakan Instagram sebagai media berinteraksi dan media pemasaran FlipFlop Coffee secara elektronik yang mudah digunakan (Thurau, 2004)	1. Kemudahan 2. Media Interaktif (Setiyaningtiyas dan Ali (2015))	Interval
<i>Concern for The Others</i> (X2)	Merupakan keinginan tulus memberikan rekomendasi kepada konsumen lain	Kepedulian merekomendasikan suatu produk dengan menceritakan pengalaman yang baik (Thurau, 2004)	1. Informasi 2. Rekomendasi (Setiyaningtiyas dan Ali (2015))	Interval

	(Thurau, 2004).			
<i>Expressing Positive Feeling</i> (X3)	Merupakan keinginan konsumen berbagi pengalaman konsumsi mereka untuk meningkatkan citra diri sebagai pembeli yang cerdas (Thurau, 2004).	Rekomendasi dari pengalaman dan perasaan positif konsumen FlipFlop Coffee yang puas kepada calon konsumen lainnya. (Thurau, 2004)	1. Perasaan positif 2. Pengalaman Positif (Setiyaningtiyas dan Ali (2015))	Interval
<i>Helping The Company</i> (X4)	Motif ini muncul hasil dari kepuasan konsumen terhadap produk dan memunculkan keinginan untuk membantu perusahaan yang bersangkutan (Thurau, 2004).	Melalui konsumen yang puas dengan tindakan merekomendasikan pengalaman yang positif dapat membantu FlipFlop Coffee dalam pemasaran. (Thurau, 2004)	1. Kesiediaan Membantu 2. Kesadaran umpan balik (Setiyaningtiyas dan Ali (2015))	Interval
Keputusan Pembelian	keputusan pembelian	Keputusan konsumen dalam melakukan	1. Daya tarik 2. Harga 3. Lokasi 4. Fasilitas	Interval

(Y)	adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya (Peter & Olson, 2017)	pembelian di FlipFlop Coffee(Thurau, 2004)	5. Pilihan Produk (Setiyaningtiyas dan Ali (2015))	
-----	--	--	--	--

### 3.8 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016) validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Sesuatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuisisioner yang langsung diberikan pengunjung FlipFlop Coffee di Bandar Lampung. Dalam Penelitian ini, uji validitas di lakukan dengan menggunakan validitas *pearson product moment* dengan menggunakan Progam SPSS (*Statistical Program and Service Solution 25*).

#### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016), Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, fungsi dari uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan kuesioner (angket). Untuk mengukur tingkat reliabilitas kuesioner digunakan rumus Cronbach Alpha 0,05 untuk menginterpretasikan dengan menggunakan tabel interpretasi r, untuk menyimpulkan alat bantu yang digunakan cukup realibel menurut sugiyono (2016).

**Tabel 3.2 Interpretasi Nilai R**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 - 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 - 0,7999	Tinggi
0,4000 - 0,5999	Cukup
0,2000 - 0,3999	Rendah
0,0000 - 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2016)

Prosedur Penyajian :

Ho : Data Reliabel

Ha : Data Tidak Reliabel

1. Ho : apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ Tabel}$  maka instrumen reliabel  
Ha : apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ Tabel}$  maka instrumen tidak reliabel
2. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution 25*).

Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r hitung dan r Tabel dan probabilitas (sig) dengan r Tabel maka dapat di simpulkan instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau sebaliknya.

### 3.9 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah menggunakan data sampel yang diambil dari sejumlah populasi terlebih dahulu perlu diuji kenormalitasan sampel tersebut dengan tujuan apakah jumlah sampel tersebut sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1.  $H_0$  : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.  
 $H_a$  : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.
2. Apabila  $(Sig) > 0,05$  maka  $H_0$  diterima (Normal).  
Apabila  $(Sig) < 0,05$  maka  $H_a$  ditolak (Tidak Normal).
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 25*).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas  $(sig) > 0,05$  atau sebaliknya maka variabel X homogen atau tidak homogen.

#### 3.9.2 Uji Linearitas

Uji ini untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak

Prosedur pengujian :

1.  $H_0$  : Model regresi berbentuk linear  
 $H_a$ : Model regresi berbentuk linear
2. Jika probabilitas  $(sig) > 0,05$  (Alpha) maka  $H_0$  diterima  
Jika probabilitas  $(sig) < 0,05$  (Alpha) maka  $H_0$  ditolak
3. Pengujian linearitas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution Seri 25*)

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan nilai kedua probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linear.

### 3.9.3 Uji Multikolinier

Uji Multikolinier digunakan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) yang lain. Dalam analisis regresi berganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen yang diduga mempengaruhi variabel tergantungnya. Pendugaan tersebut dapat dipertanggungjawabkan apabila tidak terjadi adanya hubungan yang linear diantara variabel – variabel independen.

Prosedur pengujian :

- a. Jika nilai  $VIF \geq 10$  maka ada gejala multikolinier  
Jika nilai  $VIF \leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinier
- b. Jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  maka ada gejala multikolinier  
Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  maka tidak ada gejala multikolinier
- c. Pengujian multikolinear dilakukan melalui program SPSS 25

## 3.10 Metode Analisis Data

Sugiyono (2016), analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk meneliti yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

### 3.10.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen yaitu *Platform Assistance*(X1), *Concern for The Others*(X2), *Expressing Possitive Feeling*(X3), dan *Helping The Company*(X4). Variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y), maka dalam dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yaitu digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

Keterangan

Y= Variabel dependen (keputusan pembelian FlipFlop Coffee)

a= Konstanta (nilai Y apabila X=0)

b= Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1= Variabel independen (*Platform Asistance*)

X2= Variabel independen (*Concern for The Others*)

X3= Variabel independen (*Expressing Possitive Feeling*)

X4= Variabel independen (*Helping The Company*)

### 3.11 Pengujian Hipotesis

#### 3.11.1 Uji t

##### 1. Pengaruh *Platform Asistance* (X1) terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee

Ho = *Platform Asistance* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee

Ha = *Platform Asistance* berpengaruh terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- 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 *Concern for The Others* (X2) terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee**

$H_0$  = *Concern for The Others* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee

$H_a$  = *Concern for The Others* berpengaruh terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  
Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- b. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  
Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

**3. Pengaruh *Expressing Possitive Feeling* (X3) terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee**

$H_0$  = *Expressing Possitive Feeling* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee

$H_a$  = *Expressing Possitive Feeling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  
Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- b. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  
Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

**4. Pengaruh *Helping The Company* (X4) terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee**

$H_0$  = *Helping The Company* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee

$H_a$  = *Helping The Company* berpengaruh terhadap keputusan pembelian FlipFlop Coffee

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  
Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- b. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  
Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

### 3.11.2 Uji f

**1. Pengaruh antara *Platform Assitance*(X1), *Concern for The Others*(X2), *Expressing Possitive Feeling*(X3), dan *Helping The Company*(X4), terhadap keputusan pembelian (Y)**

$H_0$  = *Platform Assitance*, *Concern for The Others*, *Expressing Possitive Feeling*, dan *Helping The Company* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee

$H_a$  = *Platform Assitance*, *Concern for The Others*, *Expressing Possitive Feeling*, dan *Helping The Company* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  
Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- b. Jika nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  
Jika nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima