

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. OBJEK DAN LOKASI PENELITIAN

3.1.1. Objek

Dalam melakukan penelitian ini objek yang digunakan yaitu tingkat keputusan pembelian konsumen Starbucks di Kota Semarang.

3.1.2. Lokasi

Dalam melakukan penelitian ini lokasi penelitiannya yaitu Starbucks di Kota Semarang. Seperti yang telah dijabarkan pada latar belakang penelitian hal tersebut dikarenakan Kota Semarang merupakan salah satu lokasi *Top Brand Award* dalam mengambil responden untuk surveinya. Sebagai salah satu lokasi yang disurvei oleh *Top Brand Award* maka pemilihan lokasi ini akan mendukung penelitian, dikarenakan penelitian ini didasarkan oleh persentase *TBI*.

3.2. POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING

3.2.1. Populasi dan Jumlah Populasi

Sugiyono (2007) menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam melakukan penelitian ini populasinya yaitu seluruh konsumen Starbucks di Kota Semarang. Sedangkan karena tidak terdapat data yang pasti terkait jumlah konsumen Starbucks di Kota Semarang maka dapat disimpulkan bahwa populasi dari penelitian ini jumlahnya tidak diketahui.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Misalnya karena

keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili (Sugiyono, 2007). Berdasarkan Cooper dan Emory dalam Kurniasari (2018:27) dituliskan bahwa formula dasar dalam menentukan ukuran sampel untuk populasi yang tidak terdefiniskan secara pasti jumlahnya sampel ditentukan secara langsung sebesar 100 responden. Penelitian ini menggunakan sampel langsung sebanyak 100. Hal tersebut dikarenakan jumlah pembeli produk Starbucks di Kota Semarang tidak dapat didefinisikan secara pasti jumlahnya. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar – benar representatif atau mewakili.

3.2.3. Teknik Sampling

Sampel diambil menggunakan teknik *non-probability* sampling menggunakan *purposive sampling*. Penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, yaitu orang-orang tertentu yang cocok sebagai sumber data melalui kriteria sampel yang diteliti (Sugiyono, 2007). Adapun kriteria untuk menjadi responden, yaitu :

1. Pengguna *social media* Instagram yang telah mengetahui akun Starbucks
2. Konsumen yang berdomisili di Semarang

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data primer dan sekunder. Data primer yang digunakan berupa tanggapan responden terhadap variabel independen yaitu *social media marketing*, *green promotion* dan *e-WOM* serta variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian sedangkan data sekunder yang digunakan berupa data pendukung penelitian yang berupa buku, jurnal, serta situs dan sumber

lain. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu responden yang merupakan konsumen Starbucks di Kota Semarang.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, peneliti membagikan kuesioner kepada para responden. Kuesioner terdiri dari 6 bagian yaitu identitas responden, pertanyaan umum, serta pernyataan variabel *social media marketing*, variabel *green promotion*, variabel *electronic word-of-mouth* serta variabel keputusan pembelian.

Kuesioner dibagikan kepada responden dalam bentuk *google form* serta untuk penyebarannya memanfaatkan akun Instagram peneliti. Memiliki 12,9% pengikut yang berasal dari Kota Semarang serta rentang usia pengikut sebagai berikut: 13-17 tahun sebesar 0,6%, 18-24 tahun sebesar 62,5%, 25-34 tahun sebesar 28,7%, 35-44 tahun sebesar 4,7%, 45-54 tahun sebesar 1,6%, 55-64 tahun sebesar 0,5% dan 65 tahun keatas sebesar 0,9% dari jumlah total 4.456 pengikut di Instagram maka peneliti memanfaatkan fitur Instagram *Story* untuk menyebarkan *google form* yang digunakan sebagai kuesioner dalam penelitian ini. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yaitu suatu pertanyaan yang menunjukkan nilai tingkat kesetujuan atau tidak setuju. Skala likert juga dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial, maka skala ini sangat populer di kalangan peneliti karena penerapannya mudah dan sederhana (Ghozali, 2018).

Skala Likert adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut (Ghozali, 2018) :

Sangat Tidak Setuju	→ 1
Tidak Setuju	→ 2
Netral	→ 3
Setuju	→ 4
Sangat Setuju	→ 5

3.3.3. Uji Validitas

Untuk mengukur validitas kuesioner dan seberapa akurat alat ukur berbasis konseptual untuk gejala dan peristiwa yang diukur maka memerlukan pengujian validitas. Kuesioner berguna jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang diukur oleh kuesioner. Uji validitas akan dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dinyatakan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dinyatakan tidak valid

Berikut merupakan hasil pengujian validitas untuk tiap item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3.1
Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian

VARIABEL	ITEM	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
<i>Social Media Marketing</i> (X1)	X1.1	0,912	0,165	VALID
	X1.2	0,911		
<i>Green Promotion</i> (X2)	X2.1	0,947		
	X2.2	0,938		
<i>Electronic Word-of-Mouth</i> (X3)	X3.1	0,911		
	X3.2	0,897		
	X3.3	0,848		
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,737		
	Y.2	0,800		
	Y.3	0,806		

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa semua pernyataan pada kuesioner di penelitian ini memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner di penelitian ini valid.

3.3.4. Uji Reliabilitas

Pengujian Cronbach Alpha dilakukan sebagai uji reliabilitas. Instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel dengan melihat r tabel serta nilai alfa-nya. Dalam arti bahwa pengukuran yang digunakan akurat jika Cronbach's alpha $>$ r tabel atau keandalan struktur variabel dikatakan baik atau dapat diterima ketika nilai alpha Cronbach melebihi 0,600. Uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS

Tabel 3.2
Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian

VARIABEL	CRONBACH ALPHA	KETERANGAN
<i>Social Media Marketing (X1)</i>	0,797	RELIABEL
<i>Green Promotion (X2)</i>	0,873	
<i>Electronic Word-of-Mouth (X3)</i>	0,858	
Keputusan Pembelian (Y)	0,681	

Sumber: Data primer diolah, 2022

Diketahui berdasarkan tabel tersebut bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,600. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan di dalam penelitian ini reliabel.

3.4. ANALISIS DATA

3.4.1. Alat Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi memiliki fungsi untuk meramalkan besarnya nilai variabel dependen dengan satu atau lebih variabel yang didahului dengan

melakukan uji korelasi terlebih dahulu berdasarkan Martono dalam Mileva (2018:82). Menurut Algifari dalam Mileva (2018:83) analisis regresi berganda terjadi ketika dalam suatu persamaan regresi terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Semakin banyak variabel independen yang terlibat dalam suatu persamaan regresi maka penentuan nilai statistik akan semakin rumit hingga diperoleh persamaan regresi estimasi.

Teknik Analisis Data menggunakan analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *Social Media Marketing*, *Green Promotion*, dan *e-WOM* terhadap Keputusan Pembelian dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan

- Y** = Variabel terikat
- a** = Konstanta
- X₁, X₂, X₃** = Variabel bebas
- b₁, b₂, b₃** = Koefisien regresi variabel bebas (derajat kemiringan regresi)
- e** = Kesalahan pengganggu (*disturbance term*), artinya nilai – nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan Ghazali (2018) esensinya koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dapat dikatakan amat terbatas

apabila nilai R^2 nya rendah. Sebaliknya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen apabila nilai R^2 -nya mendekati satu.

Meskipun demikian, koefisien determinasi memiliki kelemahan dalam penggunaannya yakni bias terhadap jumlah variabel yang dimasukkan kedalam model. Karena kelemahan tersebut maka banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 saat melakukan evaluasi mengenai model regresi mana yang terbaik. Nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2018).

3.4.2. Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F bertujuan untuk melihat apakah semua variabel independen (variabel bebas) yang secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat). Ketentuan yang dijadikan pengambilan kesimpulan dalam uji simultan adalah apabila nilai F hitung $>$ nilai F tabel, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Cara melakukan uji adalah dengan melihat jumlah *degree of freedom (df)* dan derajat kepercayaan sebesar 5% maka H_0 dinyatakan ditolak dan bila nilai t lebih besar dari 2. Dengan kata lain H_a yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Kemudian membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hitung $>$ dari t tabel maka H_a diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel independen.