

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif bersifat kausal, menurut Sugiono (2019:65) metode asosiatif yaitu suatu rumusan masalah dalam penelitian yang bersifat menganalisis dua variabel atau lebih dimana setiap hubungannya bersifat sebab dan akibat.

Pada penelitian ini menganalisis pengaruh dari variabel independent yaitu digital marketing dan produk inovasi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian di restoran Teras Dara and Lounge. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, berupa data angka-angka untuk menganalisa hubungan dari setiap variabel.

B. Variabel dan Pengukuran

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang ditentukan oleh seorang peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi tentangnya dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019:67).

1. Variabel Dependen (terikat)

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel dependen (terikat) yaitu, variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel independen (bebas). Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

2. Variabel Independen (bebas)

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab munculnya perubahan variabel dependen (terikat). Variabel independent yang digunakan pada penelitian ini yaitu Digital Marketing (X1) dan Produk Inovasi (X2).

3. Operasional Variabel

Variabel-variabel yang sudah dijelaskan kemudian akan dikembangkan menjadi beberapa indikator, yang selanjutnya indikator-indikator tersebut dikembangkan menjadi beberapa item pernyataan dalam kuesioner.

Variabel penelitian dapat diukur pada skala ukuran yang umum digunakan. Skala yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah skala likert. Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai variabel-variabel penelitian.

Tabel 4
Operasional Variabel

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Skala
1	Digital Marketing (X1) Chaffey dan Chadwick (2016:11), merupakan aplikasi dari internet yang	Website	Kemudahan mendapatkan informasi melalui website	DM 1	Likert
			Kemudahan mendapatkan informasi mengenai variasi	DM 2	Likert

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Skala
	berhubungan dengan teknologi digital marketing dimana didalamnya berhubungan dnegan komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran.		menu,event,dan promo		
		Jejaring sosial	Informasi mengenai restoran teras dara melalui Instagram sangat membantu untuk konsumen yang ingin berkunjung	DM 3	Likert
			Menggunakan media sosial whatsapp dan Instagram dalam membangun hubungan dengan konsumen sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	DM 4	Likert
		Manajemen hubungan pelanggan	Menawarkan langsung kepada konsumen mengenai produk recommended	DM 5	Likert
			Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang di harapkan konsumen	DM 6	Likert
		Hubungan masyarakat online	Memilih kontak langsung melalui whatsapp untuk melakukan reservasi pembelian	DM 7	Likert
			memposting informasi mengenai promosi yang ditawarkan restoran teras dara di media sosial pada waktu tertentu kepada pelanggan.	DM 8	Likert
		Optimasi mesin pencari	Mesin pencari memudahkan konsumen menuju halaman profil teras dara	DM 9	Likert
			Informasi lengkap mengenai teras dara mudah ditemui	DM 10	Likert

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Skala
2	Produk Inovasi (X2) Menurut Myers & Marquis (dalam Kotler, 2016:454), Produk inovasi merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Serta cara untuk menciptakan produk baru yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.	Jenis Produk	Banyak varian Menu yang ditawarkan	PI 1	Likert
			Produk menu yang ditawarkan sesuai dengan harga	PI 2	Likert
		Kualitas produk	Kombinasi warna serta rasa sangat membantu dalam selera makan konsumen.	PI 3	Likert
			Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan sesuai dengan harga yang diberikan	PI 4	Likert
		Gaya dan desain produk	Desain produk yang unik	PI 5	Likert
			Desain produk serta desain interior mempengaruhi keputusan pembelian konsumen	PI 6	Likert
3	Keputusan Pembelian (Y) Menurut Kotler dan Gary Amstrong (2016:177) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana	Pilihan produk/jasa	Varian menu makanan yang terjangkau	KP 1	Likert
			Konsumen tertarik untuk membeli produk makanan di teras dara karena banyak pilihan menu yang ditawarkan	KP 2	Likert
		Pilihan penyalur/Akses yang mudah	Memilih restoran teras dara karena aksesnya mudah didapatkan	KP 3	Likert
			Memilih restoran teras dara karena tertarik dengan menu makanannya dan dapat memesan melalui online dengan mudah	KP 4	Likert
		Waktu pembelian	Waktu dan tempat restoran teras dara mudah untuk dikunjungi	KP 5	Likert

No	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Skala
	barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.		Jam operasional yang sesuai memudahkan konsumen untuk membeli makanan di teras dara	KP 6	Likert
		Review pembeli	Memberikan review atau rating mengenai tempat dan makanan yang disajikan melalui media digital (Instagram)	KP 7	Likert
			Konsumen mau merekomendasikan restoran teras dara kepada teman, keluarga ataupun orang lain	KP 8	Likert

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari suatu subyek maupun obyek yang memiliki nilai dan sifat tertentu yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019:126). Pada penelitian ini populasinya berasal dari para pelanggan yang melakukan kunjungan ke Teras Dara Restaurant and Lounge dengan jumlah populasi tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari sifat serta jumlah dalam suatu populasi (Sugiyono, 2019:127). Teknik yang digunakan untuk mengambil sampel pada penelitian ini menggunakan nonprobability sampling yaitu purposive sampling. Purposive sampling teknik pengambilan sampel

berdasarkan pertimbangan kriteria tertentu (Sugiyono,2019:133). kriteria yang diambil yaitu orang yang pernah berkunjung ke Restoran Teras Dara and Lounge atau orang yang melakukan pemesanan secara langsung atau online melalui whatsapp dan Instagram.

Penetapan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus lameshow karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Maka dari itu ukuran sampel diperhitungan dengan rumus Lameshow :

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

z = berapa galad baku jarak dua arah, umumnya 95% atau 1,96

p = proporsi populasi yang tidak diketahui jumlahnya (0,5)

d = menunjukkan jarak pada kedua arah 5%

kemudian dimasukan kedalam rumus maka perhitungan sampel menjadi sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(1 - 0,5)}{(0,05)^2}$$

n = 384,16 orang, dibulatkan menjadi 384 orang

jadi, sampel berukuran 384 (responden) akan diperlukan agar dicapai tingkat kepercayaan 95%, dalam pendugaan proporsi populasi konsumen yang pernah berkunjung atau melakukan pemesanan secara langsung maupun melalui online.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data yang akan diteliti untuk bisa mendapatkan hasil data yang valid dan juga sesuai dengan kenyataan Sugiyono (2017). Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk kemudian dijawab (Sugiyono 2019:199). Penulis menyebarkan kuesioner kepada sumber data mengenai pertanyaan seputar digital marketing, produk inovasi, dan keputusan pembelian kepada pelanggan Teras Dara and Lounge. Untuk skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*, seperti berikut:

Tabel 5
Skala Likert

Skor	5	4	3	2	1
Kategori Jawaban	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Ragu-Ragu (RG)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber : Sugiyono (2019:147)

2. Wawancara

Wawancara proses pengumpulan data untuk melanjutkan proses penelitian. Wawancara yang dilakukan dengan bertemu langsung dengan responden yang sesuai dengan sumber data melalui tanya jawab dengan peneliti. Dalam proses wawancara ini dilakukan secara tidak terstruktur dengan pelanggan yang pada saat itu datang ke restaurant teras dara, pertanyaan yang diajukan seputaran inovasi produk menu restoran dan

proses digital marketing seperti penawaran yang ditawarkan oleh teras dara yaitu pemesanan via online ataupun reservasi tempat yang dilakukan secara online

3. Observasi

Menurut (Sugiyono 2019:203) observasi suatu proses yang kompleks, susunan proses dari berbagai proses psikologis dan biologis. Melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian (Restoran Teras Dara and Lounge) dengan mencatat secara sistematis mengenai gejala yang tampak pada objek penelitian.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen memiliki kedudukan yang penting dalam penelitian karena instrumen berperan dalam proses pengumpulan data serta keberhasilan dan kelancara dalam menyusun penelitian. Instrumen penelitian menurut Arikunto (2013:193) yaitu alat bantu yang digunakan peneliti dalam hal membantu kegiatan dalam penelitiannya sehingga menjadi sistematis.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa data primer dan data sekunder. Untuk data primer yaitu menggunakan kuesioner sebagai alat bantu dalam mendapatkan data penelitian. Seluruh populasi dalam kuesioner dilakukan pengisian secara langsung oleh masing-masing responden. Dan untuk data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa data yang diperoleh dari Restaurant Teras Dara and Lounge yaitu data mengenai keputusan

pembelian, produk inovasi menu restoran serta akses digital marketing. Dalam pengukuran penelitian ini menggunakan skala likert dalam menyusun kuesioner, yaitu dengan memberikan skor 5-1 yaitu: (5) SS: Sangat setuju, (4) S: Setuju, (3) RG: Ragu-Ragu, (2) TS: Tidak setuju, (1) STS: Sangat tidak setuju. Skor jawaban dari pernyataan positif berkisar 5 sampai 1. Skor jawaban dari pernyataan negatif berkisar 1 sampai 5. Jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan-pernyataan merupakan persepsi kejadian yang dialaminya.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda untuk melihat sejauh mana perubahan pengaruh nilai variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pengolahan data IBM SPSS Versi 25 sebagai alat bantu proses penelitian. Berikut teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas yaitu sejauh mana kecermatan dan ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsinya dalam mengukur yang seharusnya diukur (Wahyudi 2020:2).

Uji validitas ukuran untuk sebuah kuesioner yang berisikan butir pertanyaan untuk mengukur suatu hal dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan memiliki keterkaitan yang tinggi. Ukuran keterkaitan

butir pertanyaan umumnya dicerminkan oleh korelasi jawaban antar pertanyaan, apabila korelasi rendah maka mendapatkan hasil tidak valid.

Uji validitas dengan signifikansi 5% (0,05) dengan membandingkan r-hitung dan r-tabel. Setiap butir pertanyaan dikatakan valid apabila r-hitung \geq r-tabel keduanya diuji dengan signifikansi 0,05. Berikut rumus dari product moment yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi antara variabel X juga Y

n = jumlah responden

$\sum X$ = jumlah skor variabel X

$\sum Y$ = jumlah skor variabel Y

b) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih (Wahyudi 2020:4).

Uji reliabilitas menggunakan uji statistik Alpha Cronbach (α). Apabila nilai koefisien reliabilitas Alpha Cronbach $< 0,60$ maka kuesioner tersebut tidak reliabel sedangkan jika nilai Alpha Cronbach

mendekati angka 1 atau nilainya $\geq 0,60$ maka kuesioner tersebut reliabel. Berikut ini adalah rumus Alpha Cronbach:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas yang dicari

k = Banyaknya butir pertanyaan yang diuji

S_b^2 = Jumlah varians skor setiap butir

S_t^2 = Varians total

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat yang harus dipenuhi serta bertujuan untuk menguji kelayakan dari model regresi apakah terdapat masalah-masalah asumsi klasik atau tidak, dimana dapat diuji melalui tiga jenis pengujian yaitu normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut penjabarannya:

a) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal, sehingga hasil perhitungan statistik dapat digeneralisasi pada populasinya. Pengujian normalitas dengan teknik Kolmogorof Smirnov dengan kriteria pengujiannya yaitu: Jika nilai Signifikansi yang dihasilkan \geq

0,05 berarti data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai Signifikansi yang dihasilkan $\leq 0,05$ berarti data tidak berdistribusi normal.

b) Uji Linieritas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015:323), uji linieritas menentukan apakah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Uji linieritas dapat dilakukan dengan menggunakan uji linieritas. Kriteria yang berlaku jika Sig. Dalam linearitas $< 0,05$, maka terdapat hubungan linier.

c) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas dalam model regresi. Dengan melihat tolerance value (nilai toleransi) atau nilai Varian Infation Factor (VIF) peneliti dapat melihat adanya gejala multikolonieritas atau tidak. Apabila nilai VIF yang dihasilkan $\leq 10,00$ dan nilai tolerance value $\geq 0,10$ maka dapat dinyatakan tidak terdapat multikolonearitas dalam penelitian tersebut.

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas atau disebut Homokedastisitas (Ghozali,2016:134). Cara untuk mendeteksi ada atau tidak danya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik scatterplot. Dengan cara melihat:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu statistik yang dipakai untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan maupun menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk generalisasi, (Sugiyono, 2019 : 206). Adapun penilaian terhadap variabel diukur menggunakan skala likert dengan 5 skor yaitu 5,4,3,2,dan 1, kemudian penilaian kriteria dengan menggunakan rumus rentang kriteria yaitu:

$$RK = \frac{m - n}{K}$$

Dimana:

RK = Rentang Kriteria

m = Bobot Skala Terbesar

n = Bobot Skala Terkecil

K = Jumlah Kategori Jawaban Pada Skala Likert

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh nilai rentang kriteria dengan perhitungan sebagai berikut:

$$RK = \frac{(5 - 1)}{5} = 0,8$$

sehingga di peroleh batasan penilaian yang terlihat pada tabel 6:

Tabel 6
Nilai Interval

Nilai interval	Pernyataan
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 - 2,60	Tidak Baik
2,61 - 3,40	Kurang Baik
3,41 - 4,20	Baik
4,21 - 5,00	Sangat Baik

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, apabila dua atau lebih variabel independent dalam suatu persamaan regresi (Sugiyono 2019:167). Rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$KP = a + \beta_1 DM + \beta_2 PI + e$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian (Y)

- a = Konstanta
- DM = Digital Marketing (X1)
- PI = Produk Inovasi (X2)
- β_1/β_2 = Koefisien regresi atau angka arah (variabel bebas)
- e = tingkat kesalahan (error)

5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh atau tidaknya antar variabel independen (digital marketing dan produk inovasi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan guna untuk menguji bagaimana pengaruh dari variabel independent (X) secara masing-masing atau terpisah terhadap variabel dependen (Y), yang mana hasil dari uji t ini dapat diambil keputusan dengan dua cara yaitu dengan melihat pada kolom signifikansi dari masing-masing t hitung pada aplikasi IBM SPSS Statistics 25 for windows atau dengan membandingkan antara t hitung dan t tabel dengan kriteria analisis sebagai berikut:

- 1) Nilai t pada kolom t di *output* merupakan t *hitung*. Bila nilai t *hitung* > t *tabel* maka variabel independen (X) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), dan sebaliknya.

2) Sig, merupakan taraf signifikansi. Apabila nilai Sig < taraf signifikansi yang digunakannya 0,05 atau 5% maka variabel independen (X) dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), dan sebaliknya apabila Sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap varibael dependen.

a) Uji simultan (F)

Uji F dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh dari variabel independen (X) secara Bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) yaitu dengan melihat perbandingan antara *F hitung* dengan *F tabel* atau bisa dengan melihat perbandingan antara Sig dengan taraf signifikansi. Kriteria analisisnya sebagai berikut:

- 1) Nilai F pada kolom F tersebut merupakan F hitung. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel independen (X) dinyatakan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y), dan begitupun sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
- 2) Taraf signifikansi atau Sig, apabila Sig < taraf signifikansi yang digunakannya 5% atau 0,05 maka variabel independen (X) dinyatakan berpengaruh signifikan secara bersama-sama

terhadap variabel dependen (Y), dan begitupun sebaliknya apabila Sig > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

6. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi (r) merupakan sebuah nilai yang dipergunakan untuk mengukur derajat keeratan hubungan antara dua variabel, atau koefisien yang mengukur kuat tidaknya hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Koefisien korelasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus koefisien korelasi Pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Nilai koefisien korelasi r berkisar antara -1 dan 1 $\rightarrow (-1 \leq r \leq 1)$

Keterangan:

r = koefisien korelasi Pearson product moment

n = jumlah Responden

X = nilai variabel X

Y = nilai variabel Y

Tabel 7
Interval Korelasi

Interval Koefisien	Interpretasi
0,00 - 0,19	Sangat Rendah
0,20 - 0,39	Rendah
0,40 - 0,59	Sedang
0,60 - 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Beberapa kriteria berkaitan dengan koefisien korelasi:

- 1) Jika angka Koefisien Korelasi 0, maka kedua variabel tidak mempunyai hubungan.
- 2) Jika angka Koefisien Korelasi mendekati 1, maka kedua variabel mempunyai hubungan semakin kuat.
- 3) Jika angka Koefisien Korelasi mendekati 0, maka kedua variabel mempunyai hubungan semakin Lemah.

7. Koefisien Determinasi (R²)

koefisien determinasi, artinya penyebab variasi perubahan pada variabel dependen Y yang diakibatkan dari variabel independen X, yaitu sebesar kuadrat koefisien korelasinya. Koefisien determinasi ini menjelaskan besarnya pengaruh atau kontribusi nilai suatu variabel (variabel X) terhadap naik/turunnya (variasi) nilai variabel lainnya (variabel Y), dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi (%)

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi Berganda

Nilai koefisien penentu r^2 ini terletak antara 0 dan +1

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a) Jika nilai mendekati nol (0), berarti variabel independen (X) memberikan pengaruh yang lemah terhadap variabel dependen (Y).
- b) Jika nilai mendekati satu (1), berarti variabel independen (X) memiliki kemampuan memberikan pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen (Y).