

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2023:46), menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif berfokus pada pengukuran variabel dan pengujian hipotesis dengan analisis data yang berbentuk angka. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti yaitu Variabel Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran pada *Coffee Shop* (X1), Variabel Media Sosial, Platform *E-Commerce*, dan Pembayaran Digital (X2) dan Pola Konsumtif Generasi Z (Y).

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Selanjutnya, data tersebut dianalisis menggunakan teknik statistik, antara lain uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai hubungan dan pengaruh antar variabel, sehingga dapat menjadi dasar dalam memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha *coffee shop* maupun pihak terkait dalam memahami perilaku konsumtif generasi Z di era digital saat ini.

#### **B. Variabel dan Pengukurannya**

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan atau pengukuran dalam suatu penelitian dan dapat mengalami

perubahan atau memiliki nilai variasi. Menurut Sugiyono (2017:64), variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan, yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian memiliki kegunaan yaitu untuk menyiapkan metode analisis dan pengolahan data penelitian, merancang alat dan metode pengumpulan serta mengembangkan hipotesis penelitian. Menurut Sugiyono (2017), variabel yang baik adalah variabel yang memiliki definisi operasional yang jelas, dapat diukur dan relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

### 1. Variabel Independen atau Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2019) variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen atau variabel bebas pada penilitan ini adalah Pengenaan Pajak Restoran pada *Coffee Shop* sebagai variabel X<sub>1</sub> serta Media Sosial, Platform *E-commerce* dan Pembayaran Digital sebagai variabel X<sub>2</sub>.

### 2. Variabel Dependental

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen atau variabel terikat pada penilitan ini adalah Pola Konsumtif Generasi Z sebagai variabel Y.

### C. Operasional Variabel

Menurut Suhardi (2023) menjelaskan bahwa operasional variabel adalah penjelasan tentang bagaimana suatu variabel akan diukur dalam sebuah penelitian. Tujuannya adalah untuk menunjukkan cara pengukuran atau pengoperasionalan suatu konsep, sehingga konsep tersebut dapat diteliti atau diukur secara empiris. Operasional variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

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

No.	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1.	Pola Konsumtif Generasi Z (Y)	Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk membeli sesuatu secara tidak rasional, didorong oleh dorongan emosional dan pengaruh lingkungan seperti media sosial. (Utami, 2018)	1. Kecenderungan belanja impulsif 2. Pengaruh media sosial dan <i>influencer</i> dalam keputusan pembelian 3. Preferensi belanja <i>online</i> dan pengalaman berbelanja 4. Literasi keuangan dan pengendalian diri	1. Nursanti et al. (2022) 2. Hermawan (2022) 3. Fitriyani dan Dewi (2023) 4. Luh Kemala et al. (2025)
2.	Pengenaan Pajak	Pajak Restoran adalah pajak	1. Kenaikan pengeluaran	Puspita H. (2025)

	Restoran pada <i>Coffee Shop</i> (X1)	atas pelayanan yang disediakan oleh restoran, yang meliputi penyediaan makanan dan/atau minuman yang dikonsumsi di tempat pelayanan maupun dibawa pulang. (Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009). <i>Coffee shop</i> merupakan salah satu yang dikenakan pengenaan Pajak Restoran yang dapat mempengaruhi pola konsumsi.	untuk konsumsi produk kopi pada <i>coffee shop</i> 2. Frekuensi dan lokasi <i>coffee shop</i> 3. Preferensi terhadap pengalaman dan estetika	
3.	Era Digital (X2)	Era digital merupakan periode di mana teknologi digital, seperti	1. Pengaruh media sosial dan <i>influencer</i>	1. Ferrina et al. (2024) 2. Paulino et al. (2025)

		<p>internet dan kecerdasan buatan, mengubah cara individu dan organisasi berinteraksi, bekerja dan berkomunikasi. (Almasari Aksenta, 2023)</p>	<p>2. Peran promosi <i>online</i> dan diskon 3. Penggunaan pembayaran digital</p>	
--	--	--	---	--

## D. Populasi dan Sampel

### 1) Populasi

Menurut (Nur Fadilah Amin et al., 2023) populasi adalah keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Populasi dapat berupa individu, kelompok, peristiwa atau benda yang relevan dengan tujuan penelitian. Populasi menjadi dasar penting dalam menentukan sampel yaitu bagian kecil dari populasi yang diambil untuk dianalisis lebih mendalam. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh konsumen dari kalangan Generasi Z yang berusia antara 13 hingga 28 tahun dan melakukan pembelian di *coffee shop* yang dikenai Pajak Restoran di wilayah Kota Bogor. Serta tiga tempat *coffee shop* yaitu Agreya *Coffee*, Warung Kopi Nako dan Hafa *Coffee & House* yang akan menjadi tempat untuk objek penelitian.

## 2) Sampel

Menurut (Asrulla et al., 2023) sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi. Sampel harus dipilih dengan metode yang tepat agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara akurat terhadap populasi yang lebih luas. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dari kalangan Generasi Z yang berusia 13 hingga 28 tahun yang secara aktif mengunjungi dan melakukan pembelian di *coffee shop* yang dikenai Pajak Restoran di wilayah Kota Bogor serta tiga orang generasi Z sebagai narasumber untuk diwawancara. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*, yaitu berdasarkan kriteria tertentu seperti usia, kebiasaan konsumsi di *coffee shop* serta penggunaan media sosial dan platform digital.

## E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan kuesioner yang ditujukan bagi generasi Z. Metode studi pustaka dilakukan dengan cara mengkaji, mengamati, mempelajari dan menganalisis seperti buku, jurnal serta sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi data primer dan data sekunder, berikut adalah beberapa sumber data yang relevan:

**1) Sumber Data Primer:**

Menyebarluaskan kuesioner untuk mengumpulkan data numerik terkait dengan persepsi generasi Z tentang pajak restoran pada harga *coffee shop* dan pengaruhnya terhadap pola konsumsi. Kuesioner ini disebarluaskan kepada pengunjung *coffee shop* secara langsung dengan menggunakan skala likert untuk mengukur tingkat kesetujuan responden terhadap berbagai pernyataan.

**2) Sumber Data Sekunder:****a) Literatur Akademik:**

1. Buku: Membaca buku yang membahas teori yang berkaitan dengan pajak, pengenaan pajak restoran atau serta perilaku konsumen.
2. Skripsi: Mengkaji skripsi sebelumnya yang membahas topik terkait untuk memahami pendekatan yang telah digunakan dan hasil yang telah dicapai.
3. Artikel Jurnal: Mengkaji artikel jurnal yang membahas ekonomi konsumsi dan pajak, pengaruh pajak terhadap pola belanja konsumen dan karakteristik serta kebiasaan konsumsi generasi Z.
4. Studi Kasus dan Riset Terdahulu: Mengkaji studi kasus dan penelitian terdahulu yang relevan untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang pengaruh pajak restoran *coffee shop* terhadap pola konsumtif generasi Z.

## F. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini instrumen pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner untuk mendapatkan informasi yang akurat. Berikut adalah panduan untuk merancang dan menggunakan instrumen kuesioner dalam konteks ini:

➤ Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis dan ditujukan kepada responden untuk dijawab baik secara langsung, melalui pos ataupun secara daring (*online*). Menurut Sugiyono (2019:199) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Penggunaan kuesioner dalam penelitian berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan data secara sistematis dari responden, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penggunaan kuesioner dalam dapat memudahkan dalam pengumpulan data dalam jumlah besar, karena kuesioner memungkinkan peneliti untuk menjangkau banyak responden dalam waktu yang relatif singkat dan dengan biaya yang lebih efisien. Kuesioner dapat memudahkan peneliti untuk menganalisis data secara kuantitatif. Skala likert adalah salah satu jenis skala pengukuran yang umum digunakan dalam kuesioner untuk mengukur sikap, persepsi atau tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan. Skala ini dikembangkan oleh *Rensis Likert* dan

biasanya berbentuk pernyataan yang diikuti oleh beberapa pilihan jawaban yang mencerminkan tingkat setuju atau tidak setuju responden. Penggunaan kuesioner memungkinkan penghematan waktu dan biaya terutama dalam bentuk *online* yang dapat disebarluaskan dengan cepat dan efisien bahkan kepada responden yang berada di lokasi geografis yang berbeda.

#### **G. Teknik Analisis data**

Menurut Lina Alfiyani (2023:131-132) mendefinisikan analisis data sebagai proses pengorganisasian sekumpulan data dalam pola, kategori dan unit deskripsi dasar. Analisis data adalah proses transformasi data tanpa makna menjadi data yang bermakna dan menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian. Analisis data bertujuan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau tren dalam data yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab tujuan penelitian. Data diolah dan dianalisa menggunakan teknik pengolahan data untuk menghasilkan suatu kesimpulan atas masalah yang diteliti.

Pada penelitian ini untuk jawaban setiap instrumen kuesioner menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2016:132), skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk penelitian kuantitatif, maka jawaban dari setiap instrumen dapat diberi skor sebagai berikut menurut Sugiyono (2016:132):

**Tabel 3.2**  
**Bobot Nilai Skala Likert**

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016:132)

Data yang terkumpul dari kuesioner selanjutnya diolah. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu menggunakan *software* SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*) versi 26. SPSS adalah perangkat lunak atau *software* statistik yang digunakan untuk menganalisis data numerik dalam penelitian. Menurut Deden Mutakin (2023), SPSS dijelaskan sebagai perangkat lunak yang digunakan untuk menganalisis data kuantitatif. SPSS pertama kali dikembangkan pada tahun 1968 oleh Norman H. Nie, Dale H. Bent dan C. Hadlai Hull. Pada tahun 2009, SPSS diakuisisi oleh IBM dan telah berkembang menjadi alat analisis statistik yang komprehensif dan fleksibel dan digunakan oleh peneliti, analisis data dan professional di berbagai sektor.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diolah menggunakan SPSS versi 26 dengan menggunakan uji-uji sebagai berikut:

1) Uji Validitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen atau alat ukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas bertujuan memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen tersebut valid dan dapat dipercaya.

Menurut Sekaran dan Bougie (2020) menjelaskan bahwa uji validitas dapat dilakukan dengan berbagai metode, seperti validitas isi (*content validity*), validitas konstruk (*Construct Validity*), dan uji korelasi, yang dapat dilakukan untuk memastikan keakuratan dan relevansi data yang diperoleh.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah prosedur untuk mengukur konsistensi atau keandalan suatu instrumen penelitian. Menurut Riadi (2021) menyatakan bahwa reliabilitas adalah keakuratan dan ketepatan dari suatu alat ukur dalam suatu prosedur pengukuran. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen atau alat pengumpulan data dapat menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil jika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama sehingga data penelitian yang dikumpulkan dapat dipercaya.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan jenis uji statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data dalam suatu sampel berasal dari distribusi normal atau tidak. Uji ini penting karena banyak teknik statistik, seperti analisis regresi atau uji t, mengasumsikan bahwa data terdistribusi normal. Menurut Kuncoro (2020) menjelaskan bahwa beberapa uji normalitas yang umum digunakan adalah uji *Shapiro-Wilk*, *Kolmogorov-Smirnov*, dan *Anderson-Darling*. Jika hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal, maka peneliti dapat mempertimbangkan penggunaan metode statistik non-parametrik atau melakukan transformasi data untuk memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Ghozali (2020) menjelaskan bahwa uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan uji statistic non-parametrik Kolmogorov- Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi dari pengujian Kolmogorov- Smirnov lebih besar dari 0,05 berarti data normal.

b. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas merupakan uji dalam regresi linier yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear yang kuat (*kolinearitas*) antar variabel independen atau variabel bebas dalam model penelitian. Multikolinearitas yang tinggi dapat menghasilkan koefisien regresi yang tidak stabil atau sulit

diinterpretasikan dan mengurangi keandalan model. Salah satu cara yang digunakan untuk menguji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Menurut Ghazali (2020) menjelaskan bahwa jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih dari 10, maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah multikolinearitas yang perlu ditangani, seperti menghapus variabel yang berkorelasi tinggi atau menggabungkan variabel tersebut.

c. Uji Heterokedastisitas

Dalam regresi linier, salah satu uji asumsi klasik yaitu uji heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian (*variance*) dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2020) menjelaskan bahwa model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan salah satu uji asumsi klasik yang dilakukan dalam analisis regresi untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antara nilai residual pada suatu periode dengan nilai residual pada periode sebelumnya. Autokorelasi umumnya terjadi pada data runtun waktu (*time series*). Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan

menggunakan uji *Durbin-Watson (DW test)*. Nilai statistik *Durbin-Watson* berkisar antara 0 hingga 4, dengan ketentuan bahwa nilai mendekati 2 menunjukkan tidak terdapat autokorelasi, nilai di bawah 2 mengindikasikan adanya autokorelasi positif dan nilai di atas 2 menunjukkan adanya autokorelasi negatif. Jika ditemukan adanya autokorelasi, maka perlu dilakukan perbaikan terhadap model agar hasil analisis yang diperoleh lebih akurat dan dapat diandalkan.

### 3) Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan salah satu metode statistika yang digunakan untuk membuat keputusan atau kesimpulan mengenai suatu populasi berdasarkan data sampel yang diperoleh. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) mendefinisikan uji hipotesis sebagai metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada cukup bukti dalam sampel data untuk menerima atau menolak hipotesis tertentu tentang populasi. Uji ini bertujuan untuk menguji kebenaran suatu klaim atau dugaan mengenai parameter populasi dengan menggunakan sampel sebagai representasinya.

#### a) Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi merupakan metode analisis yang tepat ketika penelitian melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas, (Ghozali, 2011).

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Pengenaan Pajak Restoran pada *Coffee Shop* (X1) serta Media Sosial, Platform *E-commerce* dan Pembayaran Digital (X2). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y: Pola Konsumtif Generasi Z

a: intercept (konstanta)

b1: Koefisien regresi untuk X1

b2: Koefisien regresi untuk X2

X1: Pengenaan Pajak Restoran pada *Coffee Shop*

X2: Media Sosial, Platform *E-Commerce* dan Pembayaran Digital

e: Nilai residu

b) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*R*<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai Adjusted *R*<sup>2</sup> untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas yaitu Pengenaan Pajak Restoran pada *Coffee Shop* (X1) serta Media Sosial, Platform *E-commerce* dan Pembayaran Digital (X2). Nilai Adjusted *R*<sup>2</sup> mempunyai interval antara 0 dan 1, jika nilai Adjusted *R*<sup>2</sup> bernilai besar

(mendeteksi 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

c) Uji t digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua kelompok atau sampel.

- Uji t satu sampel digunakan untuk menguji apakah rata-rata suatu sampel berbeda secara signifikan dari suatu nilai tertentu.
- Uji t dua sampel independen digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan rata-rata antara dua kelompok yang independen.

d) Uji F digunakan untuk membandingkan variansi antara dua atau lebih kelompok. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara variansi dari dua atau lebih sampel atau kelompok. Uji F digunakan untuk membandingkan variansi antara dua atau lebih kelompok. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara variansi dari dua atau lebih sampel atau kelompok. Uji F sering digunakan dalam analisis varians (ANOVA), yang dapat menguji perbedaan rata-rata antar lebih dari dua kelompok.

Dalam uji F, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- Hipotesis Nol ( $H_0$ ): Hipotesis yang menyatakan tidak ada perbedaan atau tidak ada efek yang signifikan. Biasanya, hipotesis nol merupakan klaim yang ingin diuji.

- Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ): Hipotesis yang menyatakan adanya perbedaan atau efek yang signifikan. Hipotesis alternatif merupakan hipotesis yang ingin dibuktikan kebenarannya.

#### **H. Jadwal Penelitian**

Jadwal penelitian merupakan rencana kerja selama penelitian dibuat.

Penelitian ini memiliki rencana kerja seperti berikut:

## Tabel 3.3 Jadwal Penelitian