

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan kaitan antara suatu variabel dengan variabel lainnya. Oleh karena itu penelitian ini memerlukan setidaknya dua variabel yang akan dianalisis hubungannya (Abubakar, 2021). Metode asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara variabel harga, fasilitas, media sosial dan keputusan pembelian baik itu secara terpisah atau bersama-sama.

Adapun pendekatan kuantitatif dipilih karena berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengumpulan data berupa instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2021). Melalui pendekatan ini, data yang diperoleh dapat dianalisis secara objektif dan akurat, serta memungkinkan generalisasi temuan terhadap populasi yang lebih luas berdasarkan sampel yang diambil. Pendekatan ini juga menjaga objektivitas peneliti terhadap objek penelitian melalui prosedur yang terstandarisasi, guna memastikan validitas dan reliabilitas data yang diperoleh.

3.2 Objek Penelitian

Menurut Abubakar (2021), objek penelitian atau variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi perhatian peneliti. Dalam penelitian ini, objek yang dikaji adalah konsumen Kopi Nako cabang Alam Sutera, dengan fokus pada pengaruh variabel harga, fasilitas, dan media sosial terhadap keputusan pembelian. Kopi Nako Alam Sutera dipilih karena karakteristik wilayahnya yang unik sebagai kawasan hunian dan komersial premium di Tangerang Selatan, dengan konsumen yang berasal dari berbagai segmen seperti mahasiswa, karyawan, dan keluarga urban. Selain itu, cabang ini menunjukkan pola penjualan yang sangat fluktuatif dan kompetitif dibandingkan cabang lain, serta menghadapi persaingan ketat dari berbagai kedai kopi ternama. Oleh karena itu, Kopi Nako Alam Sutera menjadi

lokasi yang relevan secara empiris untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam industri kopi modern.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021), populasi adalah sekumpulan objek atau subjek dalam suatu wilayah generalisasi yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai fokus kajian untuk dianalisis serta dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti mencakup seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di Kopi Nako Alam Sutera. Responden yang menjadi target utama dalam pengisian kuesioner adalah individu yang memiliki akun media sosial TikTok atau Instagram.

3.3.2 Sampel

- Sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang dipilih untuk diteliti dengan tujuan memperoleh data yang representatif dan dapat digeneralisasikan, sehingga hasil penelitian dapat digunakan untuk membuat kesimpulan mengenai populasi yang lebih luas (Creswell & Creswell, 2022). Dalam penelitian ini, digunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu:

1. Pelanggan Kopi Nako Alam Sutera yang melakukan kunjungan dan pembelian makanan/minuman dalam 3 bulan terakhir.
2. Memiliki media sosial seperti TikTok maupun Instagram.

Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar merepresentasikan populasi yang telah ditentukan (Creswell & Creswell, 2022). Dalam menentukan ukuran sampel, Sugiyono (2021) menyatakan bahwa tidak ada aturan baku yang secara khusus mengatur jumlah sampel berdasarkan jumlah indikator dalam penelitian. Namun demikian, terdapat pedoman praktis yang umum digunakan, salah satunya adalah anjuran dari Hair et al., (2022) yang menyarankan untuk menggunakan antara 5 hingga 10 responden untuk setiap indikator yang digunakan. Berdasarkan pedoman tersebut, dengan total 21 indikator dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah 21×10 , yaitu sebanyak 210 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, data dapat diartikan sebagai informasi yang dikumpulkan melalui berbagai metode penelitian, seperti observasi, wawancara, kuesioner, serta teknik lainnya. Suhardi & M. Hidayat (2023) menyatakan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian, menguji hipotesis, atau memperdalam pemahaman terhadap suatu fenomena tertentu. Oleh karena itu, pemilihan metode pengumpulan data harus disesuaikan dengan jenis penelitian yang dilakukan serta kebutuhan informasi yang ingin diperoleh.

Menurut Creswell (2022), data dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui teknik seperti kuesioner, wawancara, dan observasi. Sementara itu, data sekunder berasal dari sumber yang telah tersedia sebelumnya dan dapat digunakan untuk mendukung serta memperkaya hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer, yang dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Nako Alam Sutera yang telah melakukan pembelian dalam kurun waktu satu bulan terakhir.

Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis secara sistematis dan objektif untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian. Untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap variabel yang diteliti, penelitian ini menerapkan skala Likert, yaitu suatu alat ukur ordinal yang sering digunakan untuk mengevaluasi sikap, opini, atau persepsi responden terhadap suatu fenomena (Creswell & Creswell, 2022).

3.5 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2021), definisi operasional merupakan bentuk penjabaran suatu variabel dengan memberikan makna berdasarkan aktivitas atau prosedur yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi ini berfungsi untuk menjelaskan bagaimana suatu variabel dapat diukur secara sistematis dan

objektif dalam penelitian. Pada penelitian ini, terdapat 4 (empat) variabel yang diteliti yang mana definisi operasionalnya dijelaskan sebagai berikut :

3.5.1 Harga (X1)

Harga adalah nilai tukar (umumnya dalam bentuk uang) yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa. (Kotler & Armstrong, 2021).

3.5.2 Fasilitas (X2)

Fasilitas adalah sarana fisik yang disediakan perusahaan untuk mendukung kenyamanan dan pengalaman konsumen dalam menggunakan produk atau layanan (Tjiptono, 2022).

3.5.3 Media Sosial (X3)

Media sosial adalah platform digital yang digunakan perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen, mempromosikan produk, dan memengaruhi keputusan pembelian (Arianto, 2024).

3.5.4 Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan serangkaian tahapan yang dilalui konsumen dalam memilih, membeli, dan mengevaluasi produk atau jasa berdasarkan pertimbangan berbagai faktor (Kotler et al., 2021).

Tabel 3. 1 *Instrumen Penelitian*

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
Harga (Kotler & Armstrong, 2021)	Keterjangkauan Harga	1. Saya merasa harga produk di Kopi Nako Alam Sutera sesuai dengan kemampuan finansial saya.
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	2. Saya menilai harga produk di Kopi Nako sepadan dengan kualitas kopi dan makanan yang ditawarkan.
	Daya Saing Harga	3. Menurut saya, harga kopi di Kopi Nako lebih kompetitif dibandingkan dengan kedai kopi lain di sekitar Alam Sutera.
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	4. Saya merasa harga yang saya bayarkan sebanding dengan manfaat yang saya peroleh dari produk di Kopi Nako.
	Perencanaan Spasial	1. Saya merasa tata ruang Kopi Nako tersusun dengan baik dan

Fasilitas (Tjiptono, 2022)		memberikan kenyamanan kepada pengunjung.
	Perencanaan Ruang	2. Saya menganggap desain interior dan eksterior Kopi Nako menarik serta mendukung suasana santai maupun aktivitas bekerja.
	Perlengkapan dan Perabotan	3. Saya merasa kursi dan meja yang tersedia di Kopi Nako nyaman digunakan dalam waktu yang lama.
	Tata Cahaya	4. Saya menilai pencahayaan di Kopi Nako cukup terang dan mampu menciptakan suasana yang menyenangkan.
	Pesan Visual	5. Saya merasa elemen visual pada desain interior Kopi Nako memperkaya pengalaman saya sebagai pelanggan.
	Elemen Pendukung	6. Saya menilai fasilitas tambahan seperti Wi-Fi, stop kontak, dan area parkir di Kopi Nako mendukung kenyamanan pengunjung.
	Jangkauan (<i>Reach</i>)	1. Saya mengetahui keberadaan Kopi Nako dari media sosial seperti Instagram atau TikTok.
	Keterlibatan (<i>Engagement</i>)	2. Saya merasa tertarik dengan cara Kopi Nako berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial.
	Tingkat Konversi (<i>Conversion Rate</i>)	3. Saya memutuskan untuk berkunjung ke Kopi Nako berdasarkan informasi yang saya peroleh dari media sosial
	Media Sosial (Arianto, 2024)	Rasio Klik (<i>Click-Through Rate/CTR</i>)
Pertumbuhan Pengikut (<i>Follower Growth Rate</i>)		5. Saya mengikuti akun resmi Kopi Nako di media sosial.
Sentimen Audiens (<i>Audience Sentiment</i>)		6. Saya terpengaruh oleh komentar atau ulasan pelanggan di media sosial dalam membentuk persepsi terhadap Kopi Nako.
Tujuan Pembelian Produk		1. Saya memiliki alasan yang jelas ketika memilih untuk membeli produk di Kopi Nako
Keputusan Pembelian	Proses Informasi dan Pemilihan Merek	2. Saya memilih produk Kopi Nako berdasarkan informasi yang saya dapatkan.

Kotler & Armstrong (2021)	Kemantapan Terhadap Produk	3. Saya merasa yakin dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh Kopi Nako
	Rekomendasi Kepada Orang Lain	4. Saya akan merekomendasikan produk dari Kopi Nako kepada teman atau keluarga
	Pembelian Ulang	5. Saya ingin mengunjungi kembali Kopi Nako di masa mendatang karena pengalaman yang menyenangkan

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2021), analisis data merupakan suatu prosedur sistematis yang dilakukan setelah data terkumpul. Tahapan ini mencakup pengelompokan data berdasarkan variabel dan karakteristik responden, pengorganisasian data dalam bentuk tabulasi, pemaparan hasil setiap variabel, serta penerapan perhitungan statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis. Pada penelitian kuantitatif, metode analisis yang digunakan berbasis statistika. Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa analisis statistik terbagi menjadi dua kategori, yakni statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif berfungsi untuk mengolah dan memvisualisasikan data penelitian secara jelas, misalnya melalui tabel, grafik, dan ukuran statistik pokok, tanpa melakukan generalisasi ke populasi. Adapun statistik inferensial digunakan untuk mengkaji data sampel guna membuat inferensi yang dapat digeneralisasikan ke seluruh populasi.

Penelitian ini menerapkan teknik analisis data yang meliputi statistik deskriptif dan statistik inferensial, dengan metode utama berupa regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan teknik statistik yang menganalisis hubungan linier antara beberapa variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap satu variabel dependen (Y). Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan koefisien regresi (β) yang menggambarkan tingkat pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, serta menguji signifikansi statistik dari hubungan tersebut (Hair et al., 2022). Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 25 guna memastikan ketepatan dan kemudahan dalam menafsirkan hasil.

3.7 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2021), statistik deskriptif merupakan salah satu metode statistik yang berfungsi untuk mengolah serta menampilkan data sesuai dengan kondisi sebenarnya, tanpa bermaksud melakukan generalisasi atau penarikan kesimpulan terhadap populasi secara luas. Teknik ini bertujuan untuk memberikan ilustrasi atau gambaran menyeluruh terhadap data yang telah diperoleh, melalui penyajian dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, serta perhitungan nilai-nilai statistik seperti *mean*, *median*, *modus*, standar deviasi, dan persentase.

3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan prosedur yang digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur suatu variabel dengan akurat (). Menurut Ghazali (2021), uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah kuesioner sebagai alat ukur penelitian telah memenuhi kriteria keabsahan. Suatu kuesioner dianggap valid jika setiap pernyataan atau pertanyaannya benar-benar mengukur aspek yang sesuai dengan indikator variabel yang diteliti. Jika terdapat pernyataan yang tidak valid, maka perlu dilakukan revisi atau penggantian agar instrumen tetap sesuai dengan tujuan penelitian.

Lebih lanjut, Ghazali (2021) menjelaskan bahwa uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel berdasarkan derajat kebebasan (df) = $n - 2$, di mana n merujuk pada jumlah sampel. Kriteria yang digunakan untuk menilai validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dianggap valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen dianggap tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten dalam mengukur indikator dari suatu variabel (Ghozali, 2021). Sebuah instrumen seperti kuesioner dinyatakan reliabel apabila tanggapan responden terhadap pertanyaan yang sama menunjukkan kestabilan dan konsistensi meskipun dilakukan dalam waktu yang berbeda. Sebaliknya, jika jawaban responden cenderung berubah-ubah atau tidak

menunjukkan pola yang konsisten, maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel dan hasil datanya tidak layak untuk dijadikan dasar dalam analisis penelitian.

Penilaian reliabilitas dilakukan berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, maka pernyataan dianggap reliabel.
2. Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6$, maka pernyataan dianggap tidak reliabel.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prosedur penting sebelum melakukan analisis regresi linier berganda menggunakan metode *Ordinary Least Squares* (OLS). Tujuan utama uji ini adalah untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dapat menghasilkan estimasi yang tepat, tidak bias, dan konsisten. Selain itu, uji ini berfungsi untuk memvalidasi model regresi yang digunakan dalam penelitian. Proses uji asumsi klasik melibatkan beberapa tahapan, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Meskipun dalam analisis regresi umumnya juga dilakukan uji autokorelasi, penelitian ini tidak menyertakan uji tersebut karena data yang digunakan bersifat *cross-sectional*, sehingga uji autokorelasi tidak diperlukan (Ghozali., 2021). Melalui uji asumsi klasik ini, diharapkan hasil analisis regresi memenuhi persyaratan dasar dan dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat serta dapat diandalkan dalam pengambilan keputusan.

3.9.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021), uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Salah satu metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas adalah *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* yang dapat dilengkapi dengan metode *Monte Carlo* guna menguji distribusi residual. Kriteria yang digunakan dalam uji normalitas adalah:

1. Jika nilai *Monte Carlo Sig.* pada *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$, maka data dianggap berdistribusi normal.
2. Jika nilai *Monte Carlo Sig.* pada *Kolmogorov-Smirnov* $< 0,05$, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali (2021), uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan bahwa tidak terjadi hubungan korelasi yang sangat tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Jika terjadi korelasi yang sangat tinggi, maka model regresi dianggap kurang baik karena mengindikasikan adanya multikolinearitas. Multikolinearitas diuji dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $VIF > 10$ atau $Tolerance < 0,1$, maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
2. Jika $VIF < 10$ atau $Tolerance > 0,1$, maka model regresi tidak mengalami multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Purnomo (2019), uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidak konsistenan varians residual dalam model regresi. Heteroskedastisitas terjadi jika varians residual berbeda-beda antar observasi dalam model regresi, sedangkan homoskedastisitas menunjukkan bahwa varians residual seragam antar observasi. Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah Uji Koefisien Korelasi *Spearman/Rank Spearman*. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas.
3. Pada grafik scatter plot, jika titik-titik tersebar secara acak tanpa pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Hasil dari analisis ini dapat menunjukkan hubungan yang positif signifikan, positif tidak signifikan, negatif signifikan, atau negatif tidak signifikan. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan :

Y	= Keputusan Pembelian
α	= Konstanta
β_1	= Koefisien Untuk Harga
X1	= Variabel Harga
β_2	= Koefisien Untuk Fasilitas
X2	= Variabel Fasilitas
β_3	= Koefisien Untuk Media Sosial
X3	= Variabel Media Sosial
e	= Error

3.11 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah salah satu tahap dalam analisis statistik untuk menguji kebenaran suatu pernyataan atau asumsi mengenai parameter populasi berdasarkan data sampel yang telah dikumpulkan. Uji hipotesis ini biasanya dilakukan dengan menggunakan berbagai uji statistik seperti uji t (uji parsial), uji F (uji simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2), yang bertujuan untuk menentukan apakah variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Menurut Ghozali (2021), uji hipotesis dilakukan untuk memverifikasi kebenaran suatu pernyataan mengenai populasi berdasarkan data sampel. Uji ini melibatkan perbandingan antara nilai yang dihitung dari data (misalnya, nilai t hitung atau F hitung) dengan nilai yang diharapkan atau nilai kritis yang berasal dari distribusi yang sesuai (misalnya, t tabel atau F tabel). Jika nilai yang dihitung lebih besar atau lebih kecil dari nilai kritis sesuai dengan ketentuan tertentu, maka hipotesis nol (H_0) atau hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima atau ditolak.

3.11.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021) Uji koefisien determinasi (R^2) adalah bagian dari serangkaian uji hipotesis yang bertujuan untuk menilai sejauh mana faktor-faktor independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan dan memprediksi variabel dependen. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin kuat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

3.11.2 Uji Simultan (Uji F)

Ghozali (2021) Uji F digunakan untuk mengukur pengaruh simultan atau bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel. Nilai F hitung diperoleh melalui ANOVA dalam output SPSS, sementara F tabel dihitung menggunakan rumus $F_{tabel} = n - k - 1$ pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Uji F memiliki hipotesis sebagai berikut:

H₀ : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ tidak ada pengaruh simultan antara Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Ketersediaan Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H_a : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$ ada pengaruh simultan antara Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Ketersediaan Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Kriteria keputusan:

- Ho ditolak dan Ha diterima jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel.
- Ho diterima dan Ha ditolak jika nilai F hitung lebih kecil dari F tabel.

3.11.3 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2021) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Nilai t hitung diperoleh dari Tabel Koefisien dalam output SPSS, sementara t tabel dihitung dengan rumus $t_{tabel} = (\alpha/2; n-k)$ pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Hipotesis yang diuji adalah:

- Ho: Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Ha: Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria keputusan:

- Ho diterima dan Ha ditolak jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- Ho ditolak dan Ha diterima jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.