

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian berbeda dengan metode penelitian. Pendekatan penelitian berbicara tentang jenis informasi yang ingin dikumpulkan. Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Alasan menggunakan pendekatan kuantitatif ini karena penelitian kuantitatif cocok dipakai untuk topik ketika telah dilakukan eksplorasi sebelumnya. Serta untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai Pengaruh Desain Kemasan Produk Minuman Haus Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Fitur ShopeeFood di Kecamatan Bogor Timur.

Menurut Dr. Eriyanto di dalam buku *Metodologi Penelitian Komunikasi* menyebutkan bahwa pendekatan kuantitatif banyak dipakai dalam studi komunikasi, baik dengan objek individu ataupun teks (berita surat kabar, iklan, televisi, film, dan sebagainya). Ciri penelitian kuantitatif adalah deduktif, di mana penelitian dimulai dari teori atau konsep. Penelitian kuantitatif membutuhkan dukungan teori dan konsep yang kuat yang digunakan sebagai dasar dalam menyusun hipotesis dan instrument penelitian.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan angka atau bilangan yang sudah pasti sehingga dapat dirangkai dan juga memudahkan dalam membaca, serta mempermudah peneliti untuk membuat sebuah pemahaman (Sunyoto 2016:21). Dalam penelitian kuantitatif, permasalahan penelitian harus dicari jawabannya terlebih dahulu dari teori yang ada.

Penelitian ini menggambarkan desain kemasan produk minuman Haus untuk menumbuhkan minat beli konsumen. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Sukmadinata (2011) penelitian deskriptif adalah suatu metode yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. Metode ini menggunakan metode deduktif yang dimana metode ini dimulai dari teori yang diturunkan menjadi hipotesis, yang kemudian diuji dalam penelitian lapangan.

3.3 Unit Analisis

Menurut Abdullah (2015: 243), unit analisis data dalam penelitian ialah satuan-satuan tertentu yang dapat diperhitungkan sebagai subyek penelitian. Menurut Sugiyono (2016;298) menyatakan bahwa unit analisis adalah satuan yang di teliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau

sekelompok sebagai subjek penelitian. Unit analisis ini bisa berupa individu (orang), keluarga, kelompok (grup), organisasi dan sebagainya.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah semua anggota dari objek yang di teliti. Populasi adalah kumpulan unit yang akan diteliti ciri-ciri (karakteristik) nya, dan apabila populasinya terlalu luas, maka peneliti harus mengambil sampel (bagian dari populasi) itu untuk diteliti. Dengan demikian berarti populasi adalah keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti, dan pada populasi itulah nanti hasil penelitian diberlakukan, Abdullah (2015:226). Di dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi ialah seluruh konsumen PT. Inspirasi Bisnis Nusantara (Haus Indonesia) di Kecamatan Kota Bogor Timur, Kota Bogor. Berdasarkan data-data yang di diperoleh dari Store Haus di Kecamatan Kota Bogor Timur tercatat dalam waktu sehari sebanyak 10 orderan masuk melalui fitur Shopeefood. Terdapat kriteria dalam mengambil populasi ini diantaranya: 1. Berdomisili di Kecamatan Kota Bogor Timur, 2. Pengguna Shopeefood, 3. Mengetahui informasi mengenai produk minuman Haus. Jadi populasi yang ada dan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 populasi yang menggunakan fitur Shopeefood tersebut.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. 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. Arikunto dalam Riduwan (2014:8) mengatakan bahwa sampel adalah bagian wakil populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh atau sensus, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiono, 2014). Alasan menggunakan teknik sampling jenuh adalah karena jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 100 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.. Maka jumlah sampel yang akan diteliti berdasarkan data yang di dapat yaitu **70 sampel**.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pengambilan sampel bertujuan (*purposive sample*) tidak didasarkan atas strata, random, atau wilayah, tetapi didasarkan atas tujuan tertentu (Abdullah, 2018:242). Jadi, sampel yang diperoleh sebanyak kriteria dan banyaknya konsumen tersebut berbelanja “haus” di Shopeefood.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang harus dilakukan dalam menyusun penelitian untuk memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan yang akan diteliti. Data yang diperoleh nantinya dapat memberikan gambaran mengenai keadaan yang diperoleh dari data lapangan maupun jawaban dari responden yang ditentukan ketika penelitian. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

1. Data Primer

Menurut Husein Umar (2013), data primer dapat didefinisikan sebagai data yang diperoleh dari sumber pertama, baik yang berasal dari individu/perseorangan misalnya hasil dari wawancara, atau yang berasal dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini data primer yang diperoleh yaitu dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang ditentukan oleh peneliti dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) kepada masyarakat yang ada di Kecamatan Bogor Timur melalui *google form* yang sudah disediakan peneliti.

Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab dan tipe pertanyaan dalam angket dibagi

menjadi dua, yaitu: terbuka dan tertutup. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup. Peneliti membuat susunan angket dengan menyediakan beberapa pilihan, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang ada sebelumnya. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diterima oleh pengumpul data, bisa melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer (Sugioyono (2016)). Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain, data primer disajikan antara lain dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram (Abdullah 2015: 247). Dan biasanya data-data yang diperoleh dari *library research*, seperti jurnal ilmiah, buku-buku, artikel, dan yang lainnya.

Tabel 3.1
Data Sekunder

DATA	SUMBER
Desain Komunikasi Visual	1. Jurnal Sosio e-kons 2. Jurnal UNESA 3. Jurnal UPI 4. Buku Ajar Manajemen Label dan Kemasan 5. Jurnal Komunikasi PROFETIK
Platform	1. Artikel Supply Chain Indonesia 2. Jurnal Academia 3. Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika 4. JESYA (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)
Shopeefood	1. Jurnal Pemasaran Kompetitif 2. Internet: https://bigalpha.id/news/mengenal-bisnis-shopee-di-indonesia-dari-pesan-makanan-sampai-pembayaran 3. Internet: https://careers.shopee.co.id/about 4. Internet: https://help.shopee.co.id/portal/article/72285-Apa-itu-ShopeeFood%3F#:~:text=ShopeeFood%20adalah%20fitur%20terbaru%20dari,Shopee%20de ngan%20memilih%20ikon%20ShopeeFood.
Minat Beli	1. Jurnal Universitas Advent Indonesia 2. Jurnal Mahasiswa Manajaemen UNITA 3. Jurnal UNESA (Universitas Negeri Surabaya)

3.5 Metode Pengujian Data

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah untuk menyatakan sejauh mana data yang didapatkan melalui instrumen penelitian (dalam hal ini kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur (Abdullah,

2015:256). Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS. Jika nilai korelasi antara item dengan total item minimal 0,444 maka item tersebut dalam kuesioner dinyatakan valid sebagai alat pengumpulan data. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Nabilah, 2020). Berikut rumus korelasi *product moment* :

$$r_{hitung} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{hitung} : Koefisien validitas item yang dicari

n : Jumlah sampel

x : Skor yang diperoleh dari subyek dalam setiap item

y : Skor total yang diperoleh dari subyek seluruh item

$\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi x

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing x

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat pada masing-masing y

Jumlah item pernyataan pada variabel desain dan minat beli yaitu terdiri dari 26 item. Instrumen ini diujicobakan pada 20 responden. Dengan jumlah 20 responden tersebut, maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurve normal, dengan taraf signifikansi 5% dan ditetapkan r tabel sebesar 0.444. Uji validitas dalam

penelitian ini dilakukan dengan bantuan Ms.Excel dengan menggunakan rumus *Product Moment Person*.

Korelasi tersebut terstruktur dengan baik dan dapat dinyatakan valid jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kriteria Validitas

<i>Corrected Item Total Corelation</i>	Keterangan
$\geq 0,444$	Valid
$\leq 0,444$	Tidak Valid

1.5.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas instrumen dilakukan untuk menguji kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Menurut Abdullah (2015: 256), reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila digunakan berulang kali. Secara sederhana, uji reliabilitas adalah konsistensi dari sebuah hasil penelitian yang dapat digunakan dengan berbagai metode peneletian dengan kondisi yang berbeda-beda. Reliabilitas instrumen merupakan kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Teknik yang digunakan untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini adalah teknik Cronbach. Teknik ini digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 0 – 1, tetapi merupakan rentangan antara beberapa nilai, misalnya 0 – 10 atau 0 – 100, atau

bentuk skala 1 – 3, atau 1 – 5 atau 1 - 7 dan seterusnya dapat dilakukan koefisien alpha ($\hat{\alpha}$) dari Cronbach. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{II} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \cdot \left[1 - \frac{\sigma^2_b}{\sigma^2_t} \right]$$

Keterangan:

r_{II} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ^2 = varian total

Σ_{ob2} = jumlah varian butir

Kriteria untuk memenuhi Uji Reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Kriteria Reliabilitas

<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
$\geq 0,6$	Reliabel
$\leq 0,6$	Tidak Reliabel

Sumber: Ghozali, data diolah 2022

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Desain Komunikasi Visual (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,917	26

Hasil uji reliabilitas instrument pada variabel (X) Koefisien alpha adalah 0.917. Maka hasil dari uji coba reliabilitas menunjukkan reliabel karena 0.917 lebih besar dari 0,6 ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,862	15

Hasil uji reliabilitas instrument pada variabel (Y) koefisien alpha adalah 0,862. Maka hasil dari uji coba reliabilitas menunjukkan reliabel karena 0,862 lebih besar dari 0.6 ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kuantitatif merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden populasi atau sampel terkumpul (Sugiyono, 2018:147). Instrumen yang digunakan untuk mengukur kedua variabel dalam penelitian ini adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan skala Likert, skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2021). Dari setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai bobot nilai sebagai berikut:

Tabel 3.6 Skala Likert

Jawaban Responden	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2021.

Dalam menentukan kriteria penilaian berdasarkan WMS (Weight Mean Score) konversi dari bentuk ordinal menjadi data interval untuk analisis regresi yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyak Kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan perhitungan diatas, rentang skala dibuat sehingga dapat melihat dimana peringkat rata-rata responden untuk setiap item variabel dan sejauh mana variasinya. Dengan itu tingkat kategori jawaban ditentukan dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.7 Skala Penilaian

Interval Angka Penafsiran	Kriteria Penilaian
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

Sumber: Sugiyono, 2017

Menganalisis data dilakukan secara berlanjut, berulang dan berkesinambungan yang terdiri dari pengumpulan data, analisis data, reduksi data, penyajian data dan terakhir yaitu kesimpulan. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Metode analisis data yang akan digunakan adalah metode analisis deskriptif.. Analisis deskriptif menggunakan studi kasus maka akan dilakukan pengamatan observasi setelah itu akan dilakukan pengolahan data statistik dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Berdasarkan tujuan dari penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen (Muhartini, 2021). Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel tak bebas dengan variabel bebas tunggal. Rumus yang digunakan untuk analisis regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Koefisien konstanta

b = Koefisien regresi

X = Desain Kemasan Produk

3.6.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat presentase besarnya kontribusi (pengaruh) variabel X terhadap variabel Y (Pratomo, 2015). Koefisien determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016:95). Dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

R : Koefisien Korelasi

3.6.3 Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel

dependen (Y) menurut Sugiyono (2017:184). Adapun rumusan hipotesis sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = Korelasi

n = Banyaknya Sampel

t = Tingkat Signifikan (t hitung untuk dibandingkan dengan t tabel)

Sementara untuk mencari t tabel maka terlebih dahulu tentukan taraf signifikansi, misal ($\alpha = 0,05$), kemudian dicari t tabel dengan derajat kebebasan ($dk = n - 2$), dengan ketentuan sebagai berikut :

- a Jika t hitung < t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak signifikan.
- b Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya signifikan.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kecamatan Bogor Timur Kota Bogor. Dimana lokasi outlet yang diteliti berada di daerah Bogor Timur, serta dalam pelaksanaan penelitian ini ditujukan kepada para pengguna Shopeefood dan konsumen produk minuman Haus. Peneliti memilih lokasi tersebut karena di wilayah Bogor Timur hanya terdapat satu outlet saja diantara bagian Bogor lainnya. Sehingga peneliti akan lebih fokus untuk

permasalahan yang akan di teliti. Untuk waktu pelaksanaan penelitian ini, dimulai dari bulan Juli hingga bulan September tahun 2022.

3.8 Jadwal Penelitian

Tabel 3.8 Jadwal Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Estimasi Waktu Penelitian 2022/2023												
		Jun	Jul	Ags	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Pengajuan Judul	■												
2.	Pengajuan Proposal		■											
3.	Penulisan Bab II-III dan Pengumpulan Data			■	■									
4.	Kolokium				■									
5.	Pelaksanaan Penelitian					■	■							
6.	Pengolahan Data							■						
7.	Penyusunan Laporan								■	■				
8.	Seminar Hasil										■			
											■			

