

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

3.1.1 Lokasi

Penelitian dilakukan di Ayam Express Balangan pada tahun 2026. Lokasi Penelitian: Ayam Express Balangan, Kabupaten Balangan, Kalimantan Selatan.

3.1.2 Waktu Penelitian: April – Juni 2026

Penelitian dilakukan secara langsung di lokasi usaha serta melalui media online (Instagram Ayam Express).

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena data yang dikumpulkan berupa angka-angka pada kuesioner berjenis kuantitatif yang pengukurannya dilakukan statistik dan data melalui perhitungan yang dilakukan secara ilmiah dengan mengajukan pertanyaan dan meminta orang untuk menjawab setara.

Menurut (Sugiyono, 2017), metode pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif berupa angka-angka atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.3 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Deskriptif* yaitu untuk menggambarkan, menjelaskan, atau melaporkan keadaan bagaimana strategi promosi digital melalui Instagram yang dilakukan oleh Ayam Express Balangan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiono (2016) populasi adalah wilayah *generalisasi* yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *followers* yang mengikuti akun media sosial Ayam Campus express Balangan sebanyak 2.111 Responden dari tahun 2023-2026. Populasi yang digunakan pada penelitian ini dari bulan Juni-Desember 2025.

3.3.2 Sampel

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019), jika jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (*unknown population*), penentuan jumlah sampel tidak bisa menggunakan teknik probabilitas biasa. Sugiyono menyarankan pendekatan lain untuk menentukan sampel yang layak. Menurut Sugiyono (2019:127) 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.

Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya.

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. *Purposive sampling* digunakan karena seringkali terdapat banyak batasan yang menghalangi peneliti mengambil sampel secara random (acak), maka dengan menggunakan *purposive sampling* diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah masyarakat Balangan dan pernah melakukan pembelian di Ayam Express Balangan.

Roscoe dalam Sugiyono (2019:143) memberi saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate, misalnya korelasi atau regresi ganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20-35. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti (*unknown population*), maka penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Cochran. Rumus Cochran digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimum pada penelitian dengan populasi yang tidak diketahui, dengan pertimbangan tingkat kepercayaan (*confidence level*), proporsi populasi dan tingkat kesalahan (*margin of error*). Penggunaan rumus ini bertujuan agar sampel yang diperoleh dapat mewakili populasi secara representatif sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

Rumus Cochran :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = Nilai z pada tingkat kepercayaan tertentu (95%=1,96)

p = proporsi populasi yang diperkirakan memiliki karakteristik tertentu (0,5).

q = 1-p (0,5)

e = tingkat kesalahan (*margin of error*)

Berdasarkan perhitungan menggunakan menggunakan rumus Cochran dengan pertimbangan keterbatasan waktu, biaya, serta

kemudahan memperoleh responden sesuai kriteria penelitian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 45 responden.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel Penelitian merupakan batasan definisi dari serangkaian yang digunakan dalam penulisan penelitian, dengan maksud menghindari kemungkinan adanya makna ganda, sekaligus mendefinisikan variable-variabel sampai dengan kemungkinan pengukuran dan cara pengukurannya (Hamid 2007:32).

Tabel 3.1

Desain Operasional Variabel Indikator dalam penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator
1	Promosi Promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk Pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. (kotler 2016)	1. Jangkauan Promosi 2. Kuantitas Update Media 3. Kualitas Pesan
2	Keputusan Pembelian Promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk Pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. (kotler 2016)	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Penyaluran 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran

Sumber: Data diolah 2026

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiono(2013),Instrumen adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.Sedamgkan menurut Purwanto (2018),Instrumen Penelitian pada dasarnya alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian.

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan nya lebih mudah dan hasilnya lebih baik,dalam arti lebih cermat,lengkap,dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.Pada Penelitian ini,peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner.

Dalam penyusunan Instrumen,setelah sebelumnya ditetapkan instrument,langkah berikutnya adalah membuat kisi-kisi atau layout instrument.Kisi-kisi berisi lingkup pertanyaan,jenis pertanyaan,banyak pertanyaan,dan waktu yang dibutuhkan.kisi-kisi mengscu pada variabel dan kemudian dapat dijabarkan seperti sub variabel kemudian Indikator.berdasarkan kisi-kisi tersebut lalu dapat disusun item atau pertanyaan sesuai dengan jenis instrument dan jumlah yang diungkapkan dalam kisi-kisi.

Tabel 3.2

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan	Butir/Item
1	Promosi(X) Kotler,P,Keller, ,K.L.,2016	Jangkauan Promosi	1.Saya sering melihat promosi Ayam Express di Insatgram 2.Informasi Promosi Produk mudah di jangkau orang banyak	2
		Kuantitas Update Media	1.Ayam Express aktif dalam membagikan promosi di instagram 2.Saya Sering melihat postingan baru dari produk ini	2
		Kualitas Pesan	1.Pesan yangdisampaikan sesuai dengan produk yang ditawarkan 2.Pesan Produk ini menarik perhatian saya.	2
2	Keputusan Pembelian (Y) Kotler,Philip Dan Gary Amstrong,2016	Pemilihan Produk	Saya Memilih Ayam Express sesuai dengan kebutuhan saya	1
		Pemilihan Merek	Saya Percaya pada kualitas merek Ayam Express	1
		Pemilihan Penyaluran	Sistem Pemesanan Ayam Express(langsung/Online) mudah digunakan	1
		Waktu Pembelian	Saya membeli Ayam Express pada waktu sesuai kebutuhan saya	1
		Jumlah Pembelian	Saya Membeli Ayam Express dalam jumlah sesuai kebutuhan saya	1
		Metode Pembelian	Sistem pembayaran Ayam Express cepat dan praktis	1
Jumlah Pertanyaan				12

Sumber: data diolah 2026

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data merupakan suatu proses atau tata cara yang dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan, baik itu di dalam ataupun diluar organisasi. Menurut Sugiono 2019, teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dari penelitian.

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan :

3.6.1 Observasi

Observasi yaitu penulis mengadakan pengamatan secara langsung dilapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan sebenarnya terhadap yang diteliti, adapun yang menjadi pengamatan langsung oleh peneliti adalah Pengaruh Strategi Promosi Digital Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Express Balangan.

3.6.2 Kuesioner/Angket

Kuesioner /Angket yaitu pengumpulan data penelitian pada kondisi tertentu kemungkinan tidak memerlukan kehadiran peneliti. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi, kuesioner/angket dalam penelitian kuantitatif. Dokumentasi yaitu data yang berisi literature ataupun

pengambilan dokumen yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

3.8 Teknik Penentuan Skor

Untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka peneliti membutuhkan teknik penentuan skor. Teknik penentuan skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2018:152), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial. Dalam skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala Likert, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan alternatif sebagai berikut:

Tabel 3.3

Teknik penentuan skor dengan skala likert

No	Kategori	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah 2026

3.9 Uji Validitas dan Reabilitas

Data dianalisis menggunakan Uji Validitas dan reabilitas :

3.8.1 Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji

kebenaran kuesioner. Validitas merupakan alat untuk menunjukkan derajat ketetapan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan.

Menurut (Sugiyono, 2019) validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrument yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya. Pernyataan dinyatakan valid apabila :

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tidak valid.

Dimana

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum^2 x \sum^2 y}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

X = Deviasi rata-rata X

Y = Deviasi rata-rata variabel Y

Syarat suatu instrument dikatakan valid bila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan ($\alpha = 0, 5$) maka instrument dikatakan valid, dan Jika nilai dari $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan di dalam penelitian.

3.8.2 Reliabilitas

Reliabel artinya instrumen dalam penelitian konsisten atau menghasilkan data yang sama saat digunakan untuk mengukur

obyek yang sama berulang kali. Pada penelitian ini reliabilitas akan diuji dengan menggunakan model pengujian *Cronbach Alpha*. Rainsch (2004:167) dalam buku *Alat-Alat Pengujian Hipotesis* Murniati dkk (2013) mengklasifikasikan kriteria reliabilitas suatu instrumen sebagai berikut:

$$r1 = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left\{ 1 - \frac{\sum b^2}{t^2} \right\}$$

Dimana:

r = Reabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum b^2$ = Jumlah varian butir

t^2 = Varians total

Syarat suatu instrument dikatakan reliabel adalah bila (*Cronbach's Alpha*) lebih besar dari pada 0,6 ($r_{\{n\}} > 0,6$) Jika $r_{\{n\}}$ lebih kecil sama dengan dari 0,6 ($r_{\{n\}} < 0,6$) maka instrument tersebut ditolak dan tidak dapat digunakan di dalam penelitian. normal dan jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal (Machali, 2017:85).

3.8.3 Analisis regresi linier sederhana

Analisis regrasi linier sederhana digunakan untuk megetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen (Sugiyono, 2017:260).

Analisis kuantitatif dengan metode statistik yang digunakan adalah analisis linier sederhana. Analisis linier sederhana adalah

suatu analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Metode analisis regresi linier sederhana ini dilakukan dengan bantuan program SPSS yang merupakan salah satu paket program komputer yang digunakan dalam mengelola data statistik.

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y:

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

X = Strategi promosi digital

a = konstanta

b = koefisien regresi

3.8.4 Uji (t)

Selain mengikuti uji normalitas dengan analisis grafik, disarankan untuk menguji dengan statistic. Uji statistik yang digunakan yaitu One Sampel Kolmogorov Smirnov. Dasar untuk melihat hasil uji normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov yaitu apabila hasil signifikansi dibawah 0,05, menunjukkan bahwa data yang diuji dalam penelitian tersebut tidak normal. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas Promosi Media Sosial Instagram (X) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y), maka dilakukan penelitian terhadap hipotesis yang diajukan dengan dilakukan pengujian secara parsial menggunakan uji T.

Menurut (Ghozali I. , 2018), pengujian ini digunakan untuk

menentukan apakah dua sampel tidak berpengaruh dengan membandingkan perbedaan antara nilai dua nilai rata-rata dengan standar error dan perbedaan rata-rata dua sampel.

Menurut (Sugiyono, 2019) dalam jurnal (Oktaviani, 2022) ,ujiT dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikan α 5%. Uji T dengan rumus sebagai berikut :

Digunakan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap Y, $t_{hitung} > t_{tabel} \rightarrow$ berpengaruh $t_{hitung} < t_{tabel} \rightarrow$ tidak berpengaruh.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi atau yang disimbolkan dengan (R^2) dipergunakan untuk mengetahui sampai seberapa besar presentase variasi dalam variabel bebas pada model yang dapat diterangkan oleh variabel terikat. Menurut (Ghozali, 2016) menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin tinggi maka dapat disimpulkan model penelitian yang diajukan semakin baik. Sebaliknya, jika nilai R^2 semakin rendah berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai variabel yang mendekati satu berarti terikat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

Koefisien determinasi (R^2) dinyatakan dalam presentase. Nilai R^2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi (R -Square) pada penelitian ini untuk mengetahui besarnya nilai

promosi media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai koefisien determinasi menurut Sugiyono (2015:250) dalam (Mulyani, 2019), yaitu KD : Koefisien Determinasi r_{xy} : Nilai korelasi variabel bebas dan variabel terikat Koefisien determinasi (Adjusted R Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adjusted R Square tersebut dibandingkan dengan tabel hubungan kekuatan koefisien versi (De Vaus, 2019), Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y.

