

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2022), yang mendefinisikan metode kuantitatif sebagai penelitian yang melibatkan angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Desain penelitian ini mencakup langkah-langkah perencanaan dan pelaksanaan untuk mengamati fenomena, memberikan gambaran, serta mengeksplorasi hubungan sebab-akibat terkait pengaruh *event marketing* terhadap minat kunjung di Duniawi *Coffee and Records* dengan *brand awereness* sebagai variabel mediasi.

3.2 Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau simbol. Data ini diperoleh dari penyebaran kuesioner elektronik (*google form*). Adapun sumber data dari penelitian ini yang digunakan adalah data data primer dan sekunder sebagai berikut:

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, yaitu orang atau objek yang diteliti. Data primer dapat diperoleh melalui observasi, wawancara, atau kuesioner.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui penggunaan kuesioner. Kuesioner tersebut merangkum pernyataan-pernyataan yang terkait dengan variabel penelitian.

3.2.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2022), data sekunder adalah jenis data yang tidak diperoleh langsung oleh pengumpul data, melainkan diperoleh secara tidak langsung melalui dokumen atau melalui perantara orang lain.

Dalam penelitian ini, informasi sekunder yang digunakan diperoleh dari buku, artikel, dan situs internet yang relevan dengan topik penelitian serta mencakup data-data yang diperlukan untuk penelitian tersebut.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2022) Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilaksanakan melalui pengamatan langsung terhadap gejala atau peristiwa yang terjadi pada objek penelitian. Tujuan dari observasi adalah untuk mengamati dan mendapatkan data serta informasi terkait dengan kegiatan-kegiatan yang menjadi fokus penelitian. Dalam konteks penelitian ini, objek yang diteliti adalah *Duniawi Coffee and Records*.

b. Dokumentasi

Sugiyono (2022) menyatakan bahwa dokumentasi merupakan metode yang dipergunakan untuk mengakses berbagai bentuk data dan informasi, seperti buku, arsip, dokumen, catatan angka, dan gambar, termasuk laporan dan keterangan yang dapat mendukung pelaksanaan penelitian. Dokumentasi menjadi alat untuk mengumpulkan data yang akan diolah dalam analisis. Dalam penelitian ini, sumber dokumentasi mencakup data pengunjung dan statistik jumlah kedai kopi di Kota Jambi.

c. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2022), kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penyampaian sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dan distribusinya dapat dilakukan langsung kepada responden, melalui pos, atau melalui internet. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah jenis tertutup, di mana responden akan memilih opsi jawaban yang telah disediakan.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah model Likert dengan skala pengukuran Ordinal untuk menganalisis pengaruh *event marketing* terhadap minat kunjungan melalui peran *brand awareness* sebagai mediasi di Duniawi *Coffee and Records*. Jawaban yang diberikan responden diberi nilai menggunakan model Likert. Skala Likert merupakan metode skala pengukuran yang meminta responden untuk memberikan penilaian terhadap sejajaran pernyataan mengenai suatu objek stimulus, menunjukkan sejauh mana mereka merasa terpengaruh atau tidak terpengaruh

Tabel 3.1
Skala Penilaian

Keterangan	Singkatan	Skor
Sangat Setuju	(SS)	4
Setuju	(S)	3
Tidak Setuju	(TS)	2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	1

Sumber : Sugiyono (2022)

Skala Likert digunakan sebagai alat pengukuran untuk menilai sikap, yang terstruktur dalam suatu kontinum linier. Penggunaan skala ini bertujuan untuk mengevaluasi sikap atau atribut khusus individu, dan hasil data yang diperoleh bersifat interval. Dalam Penelitian ini kuesioner disebarkan secara *online* atau penyebaran kuesioner elektronik melalui *google form*.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka, mempelajari literatur, rujukan, referensi, buku, dan pencarian melalui internet untuk memperoleh konsep, definisi, dan tulisan yang berkaitan dengan penelitian ini.

Sugiyono (2022) mengatakan bahwa penggunaan metode studi pustaka bertujuan untuk mencari data dan informasi dari berbagai sumber dokumen, baik berupa dokumen tertulis, gambar, foto, maupun dokumen elektronik, yang dapat memberikan dukungan pada proses penulisan. Menambahkan foto atau merujuk pada karya tulis akademik dan seni yang sudah ada dapat meningkatkan keandalan hasil penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022) Populasi adalah suatu domain umum yang mencakup objek atau subjek dengan kuantitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diinvestigasi, dan dari situ ditarik kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini, peneliti memiliki keleluasaan untuk menetapkan kriteria-kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian yang sedang dilakukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Jambi yang mengetahui tentang *event marketing* yang diadakan oleh Duniawi Coffee and Records maupun yang pernah mengunjungi *event* yang diadakan Duniawi Coffee and Records. Jumlah populasi ini diambil berdasarkan dari jumlah konsumen yang tidak diketahui jumlahnya atau tak terbatas. Maka dari itu peneliti mengambil populasi dari jumlah penduduk di Kota Jambi yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.2
Jumlah Penduduk Provinsi Jambi Per Desember 2023

No.	Nama Data	Jumlah Penduduk
1	Kota Jambi	637.510
2	Kab. Muaro Jambi	442.788
3	Kab. Merangin	387.630
4	Kab. Bungo	373.583
5	Kab. Tebo	362.946
6	Kab. Tanjung Jabung Barat	331.058
7	Kab. Batang Hari	309.828
8	Kab. Sarolangun	306.324
9	Kab. Kerinci	267.169
10	Kab. Tanjung Jabung Timur	240.223

Sumber : Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri (2023)

Berdasarkan tabel data dari Badan Pusat Statistik jumlah penduduk di Kota Jambi Adalah 637.510 jiwa.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022) sampel merupakan sebagian dari total jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, digunakan

teknik *non-probability sampling* karena jumlah anggota populasi tidak diketahui, dan purposive sampling dipilih sebagai metode penentuan sampel..

Purposive sampling adalah metode penentuan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan, dengan tujuan untuk memilih sampel yang dapat memberikan informasi yang diinginkan. Kriteria pertimbangan sampel yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat Kota Jambi
2. Mengetahui informasi tentang *event* atau pernah mengunjungi *event* yang diadakan atau disponsori oleh Duniawi *Coffee and Records*

Teknik penarikan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Karena jumlah populasi diketahui berdasarkan jumlah penduduk di wilayah objek penelitian. Maka jumlah sampel dapat di hitung dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana : n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Tingkat Kesalahan (10%)

Mengacu pada jumlah penduduk di Kota Jambi adalah sebanyak 637.510 jiwa (Dukcapil, 2024). Untuk penarikan jumlah sampel berdasarkan populasi yang ada, maka jumlah sampel untuk penelitian ini dengan nilai eror maksimal 10%. Selanjutnya perhitungan Slovin di perhitungkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{637.510}{1 + 637.510 \cdot (0,1)^2} = 99,98 \text{ Orang}$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin didapatkan jumlah perhitungan 99,98. Untuk mempermudah perhitungan maka jumlah sampel untuk penelitian ini dibulatkan menjadi 100 sampel

3.5 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah penjelasan dari konsep teoritis variabel, yang memungkinkan peneliti untuk mengamati dan menyelidiki variabel-variabel tersebut. Hal ini bertujuan agar penelitian ini memiliki karakteristik ilmiah atau memberikan nilai dalam konteks pengetahuan manusia. Menurut Sugiyono (2022) variabel penelitian adalah atribut dari objek atau kegiatan yang menunjukkan variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diinvestigasi, dan dari situ ditarik kesimpulan. Berbagai jenis variabel yang dapat diidentifikasi meliputi:

a. Variabel Eksogen/ Independen (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2022) variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya suatu fenomena. Variabel independen pada penelitian ini adalah *event marketing* dan dilambangkan dengan variabel X.

b. Variabel Mediator (*Intervening Variabel*)

Menurut Sugiyono (2022) variabel mediator adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), baik dengan memperkuat maupun memperlemah korelasinya. Variabel mediator dalam penelitian ini adalah *brand awareness* (kesadaran merek) dilambangkan variabel Z.

c. Variabel Endogen/ Dependen (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2022) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independen (X). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat kunjungan dengan dilambangkan dengan variabel Y.

Tabel 3.3
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Event Marketing</i> (X) (Hoyle, 2002)	1) <i>Entertainment</i>	1) Hiburan yang menarik 2) Hiburan yang memuaskan 3) Pengalaman yang berkesan	<i>Ordinal</i>
	2) <i>Excitement</i>	1) Perasaan antusias 2) Susana hati <i>audience</i> 3) menciptakan rasa ingin tahu yang tinggi	
	3) <i>Enterprise</i>	1) Tingkat inovasi	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Minat Kunjungan (Y) (Ferdinand, 2002)	1) Minat transaksional,	2) Tingkat keunikan 3) Tingkat daya tarik acara. 1) Keinginan ingin berkunjung langsung untuk berkunjung. 2) Keinginan memanfaatkan penawaran produk atau layanan dalam <i>event</i> .	<i>Ordinal</i>
	2) Minat refrensial	1) Merekomendasikan merek kepada orang lain. 2) Membagikan tentang merek ini. 3) Motivasi memperkenalkan merek ini kepada orang lain.	
	3) Minat preferensial	1) Kecenderungan untuk memilih merek 2) <i>Event</i> memberikan preferensi positif 3) Membentuk preferensi terhadap produk-produk spesifik.	
	4) Minat eksploratif	1) Minat untuk mencari informasi 2) Minat untuk mencari informasi lebih dalam 3) Motivasi untuk mengeksplorasi produk yang diminati	
Brand Awareness (Z) (Aaker, 2009)	1) Brand Recognition	1) Mengenali logo atau identitas visual merek 2) Dapat mengidentifikasi merek di antara merek sejenis 3) Tingkat kecepatan mengidentifikasi merek merek ketika melihatnya	<i>Ordinal</i>
	2) <i>Brand Recall</i>	1) Kemampuan mengingat nama merek 2) Memudahkan konsumen mengingat merek 3) Kemampuan untuk mengingat dan meresapi merek	
	3) Top of Mind	1) muncul pertama kali di benak pikiran ketika memikirkan <i>coffeeshop</i> . 2) <i>event</i> membuat merek menjadi pilihan pertama yang terlintas di pikiran saya 3) cepat menyebutkan merek merek ketika ditanya tentang event, kopi, dan musik	

Sumber: Data Diolah Peneliti (2024)

3.6 Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022) analisis statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk analisis data melalui penggambaran data yang dikumpulkan tanpa memerlukan kesimpulan yang berlaku pada umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif dilakukan untuk membangun tabel distribusi frekuensi dengan tujuan memastikan apakah tingkat nilai (skor) variabel yang diselidiki cocok dengan klasifikasi yang sangat rendah, rendah, cukup tinggi, tinggi, atau sangat tinggi. Untuk menentukan tingkat pencapaian mengenai variabel yang diteliti, dihitung melalui metode klasifikasi berdasarkan nilai dalam rentang skala, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{(\text{Nilai Terbesar} - \text{Nilai Terkecil})}{\text{Kelas Interval}}$$

Maka didapat bahwa:

$$RS = \frac{(4 - 1)}{4} = 0,75$$

Berdasarkan perhitungan di atas, telah ditentukan bahwa kategorisasi variabel disusun dengan cara berikut:

1,00 – 1,75 = Sangat Tidak Baik

1,76 – 2,50 = Tidak Baik

2,51 – 3,25 = Baik

3,26 – 4,00 = Sangat Baik

3.6.2 Smart PLS

Alat analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Smart Partial Least Squares* atau Smart PLS 4.0. *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi dalam penelitian yang menghubungkan teori dan data, khususnya mampu melakukan analisis jalur (*path*) dengan variabel laten. Penggunaan *Partial Least Squares* (PLS) sebagai alat analisis dianggap robust karena tidak tergantung pada banyak asumsi. Keunggulan lainnya adalah PLS tidak mensyaratkan distribusi normal *multivariate* (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval sampai ratio dapat digunakan pada model yang sama) dan tidak memerlukan sampel yang besar (Ghozali & Latan, 2015). Dalam Smart PLS, terdapat dua tahap evaluasi model pengukuran, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Penilaian terhadap kedua model ini bertujuan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas suatu

model. Sebuah konsep dan model penelitian harus melalui tahap pemurnian dalam model pengukuran sebelum dapat diuji dalam hubungan kausal dan relasional prediktif (Abdillah & Hartono, 2015).

3.6.3 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis *Outer Model*, atau model pengukuran merupakan bentuk evaluasi terhadap reliabilitas dan validitas variabel penelitian. Tahap ini melibatkan penilaian hubungan antara indikator dengan variabel laten untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan adalah valid dan reliabel, serta layak digunakan sebagai alat pengukuran. Uji reliabilitas berguna untuk mengevaluasi konsistensi jawaban responden terhadap setiap pertanyaan yang diajukan, sementara uji validitas digunakan untuk menilai kemampuan instrumen dalam mengukur konstruk yang seharusnya diukur. Berikut adalah bentuk analisis *outer model* menurut (Abdillah & Hartono, 2015).

a. Uji Validitas

Menurut Abdillah & Hartono (2015) Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur.

1) *Convergent Validity*

Menurut Ghazali & Latan (2015) *Convergent validity* ini bertujuan untuk menilai apakah setiap pertanyaan atau item mengukur dimensi variabel yang sama. Uji validitas konvergen pada indikator reflektif dianalisis berdasarkan *loading factor* untuk masing-masing indikator konstruk. Validitas konvergen dianggap terpenuhi jika setiap variabel menunjukkan nilai AVE di atas 0.5, dengan nilai *loading* untuk setiap item juga melebihi 0,5.

2) *Discriminant Validity*

Menurut Ghazali & Latan (2015) Uji validitas ini menjelaskan apakah dua variabel memiliki perbedaan yang cukup satu sama lain. Jika nilai korelasi antara variabel dan dirinya sendiri lebih besar dari semua nilai korelasi dengan variabel lain, maka uji validitas diskriminan dianggap

terpenuhi. Selain itu, metode lain untuk melakukan uji validitas diskriminan adalah melalui nilai *cross loading*, di mana setiap pernyataan variabel terhadap dirinya sendiri memiliki nilai *cross loading* yang lebih besar daripada nilai korelasi dengan pernyataan variabel lain.

b. Uji Reabilitas

Menurut Abdillah & Hartono (2015) uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi alat pengukuran dalam mengukur suatu konsep, atau untuk mengevaluasi konsistensi jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan atau item dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Uji reliabilitas dalam PLS dapat dilakukan dengan dua metode yakni *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

1) Composite Reliability

Digunakan untuk menilai apakah nilai aktual suatu konsep memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi, mengukur apakah nilai suatu variabel laten memiliki reliabilitas yang tinggi, dengan nilai *Composite Reliability* $> 0,40$.

2) Cronbach's Alpha

Digunakan untuk memperkuat hasil dari *Composite Reliability*, Jika nilai *cronbach's alpha* > 0.70 maka variabel dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik

3.6.4 Model Struktural (Inner Model)

Tahap kedua dalam evaluasi model adalah evaluasi model struktural (*inner model*). Abdillah & Hartono (2015) mengungkapkan bahwa dalam penelitian model struktural (*inner model*), menggunakan komponen standar evaluasi, yaitu nilai R-squared (R^2). Nilai R-squared digunakan untuk mengukur sejauh mana variasi variabel independen dapat menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Pada PLS, nilai R-squared menunjukkan sejauh mana varians konstruk yang dijelaskan oleh variabel independen. Semakin tinggi nilai R-squared, maka semakin baik *Prediction model* dan *research model*. Ghazali & Latan (2015) Ghazali & Latan (2015) mengungkapkan bahwa nilai R-Square 0.75; 0.50;

dan 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, *moderate*, dan lemah.

3.6.5 Pengujian Hipotesis

Menurut Abdillah & Hartono (2015) uji hipotesis bertujuan untuk menganalisa apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dilakukan dengan memeriksa nilai probabilitas dan t-statisticnya. Saat mengevaluasi signifikansi pengaruh antara variabel, pelaksanaan prosedur *bootstrapping* perlu dilakukan. Untuk nilai probabilitas, nilai *p-value* dengan *alpha* 5% adalah > 0.05 dan nilai t-tabel untuk *alpha* 5% adalah 1.98. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_1 diterima ketika nilai t-statistik $> t$ -tabel (1,98) dan nilai *p-value* $< 0,05$.