

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah media kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan pendekatan statistik dalam pengumpulan dan analisis data yang didapatkan melalui pengukuran terhadap variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya.

Jenis riset dalam penelitian ini adalah kausal. Kausal atau penelitian eksplanatif bertujuan untuk menemukan hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel Sengen et al., (2021). Dalam penelitian kausal menjelaskan hubungan antara variabel (X dan Y) melalui pengujian hipotesa. Pengujian hipotesa ini dilakukan melalui media survey (metode sampel). Adapun metode survei tersebut akan menggunakan kuisisioner dalam pengumpulan datanya.

B. Tempat dan waktu penelitian

Penelitian menggunakan akun sosial media instagram milik toko *Hyporiginal* (@hyporiginal_) sebagai tempat penelitian dan waktu penelitian dimulai sejak bulan Mei 2023.

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Priyono (2016) Metode Penelitian adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai

suatu tujuan. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas. Dalam penelitian ini kriteria populasi penelitian ini adalah *followers* /pengikut akun Instagram (@hyporiginal_ dengan jumlah pengikut sebanyak 11.000 pengikut.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi Sugiyono, (2018:118). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah *followers* akun toko Hyporiginal yaitu sebesar 11.000 *followers*. Dalam penelitian ini peneliti mempersempit populasi yaitu jumlah *followers* sebesar 11.000 *followers* dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono, (2018). Adapun penelitian ini menggunakan rumus slovin karena dalam penarikan sampel jumlah harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

Rumus slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{n} = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; $e=0,1$

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai $e = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 11.000 *followers*, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebgai berikut:

$$n = \frac{11.000}{1 + 11.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{11.000}{111}$$

$n = 99,099$; disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang digunakan menjadi responden dalam penelitian disesuaikan menjadi sebanyak 100 orang

dari *followers* Instagram toko Hyporiginal, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik. Sampel yang diambil berdasarkan teknik probability sampling; simple random sampling, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi (*followers*) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri.

D. Sumber dan jenis data penelitian

1. Sumber data penelitian

Sumber data dapat dibagi menjadi sumber data primer dan sekunder. Sebagaimana ditunjukkan oleh (Sundayana, 2018:19) Sumber data primer berupa informasi dimana didapat secara langsung dari objek penelitian sedangkan sumber data sekunder menurut (Sugiyono, 2018) ialah informasi dimana didapat secara tidak langsung dari objek pemeriksaan. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2018) data primer ialah teknik pemilihan data dengan cara mempergunakan alat misalnya kuesioner untuk mengumpulkan jawaban dari para responden. dalam penelitian ini diperoleh dari kuisisioner yang disebarkan secara online kepada orang yang bertempat di Indonesia.

b. Sumber Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2018) data sekunder ialah teknik pemilihan data yang dapat dilaksanakan dengan didapatkan langsung dari sumber yang berkaitan dengan cara mengajukan berbagai pertanyaan dan mewawancarai pihak yang berkaitan.

c. Instrument Penelitian

Instrument penelitian merupakan sebuah alat ukur untuk mengukur data lapangan. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Kuisisioner

Kuisisioner menurut (Sujarweni, 2015:94) merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk mereka jawab. Istilah angket dan kuisisioner seringkali digunakan secara bergantian dan inilah instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian yang variabelnya bersifat abstrak (kuantitatif). Tujuan penyebaran kuisisioner adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden. Kuisisioner ini berisi daftar pernyataan yang pilihan jawabannya telah disediakan oleh penulis, sehingga responden hanya tinggal memilih jawaban yang sesuai. Kuisisioner akan dibagikan dengan bantuan survei online.

2. Jenis Data Penelitian

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis menggunakan teknik statistik. Menurut Sugiyono (2018:13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkret, data berupa angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

(Neuman, 2013) mengatakan bahwa, variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatif sehingga variabel penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (tergantung/terikat). Menurut Mustafa dalam (Wenas, 2018) mengatakan bahwa variabel bebas adalah suatu variabel yang variasi nilainya akan mempengaruhi nilai variabel lainnya. Sedangkan variabel terikat adalah suatu variabel yang variasi nilainya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variasi nilai variabel yang lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pemasaran melalui media Instagram (X). Sedangkan variabel terikat yang diukur adalah minat beli konsumen (Y). Penjelasan variabel tertera pada definisi konseptual.

2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen, kemudian yang dimaksud dengan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen Sugiyono (2019:68). Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Context, Communication, Collaboration, Connection* (X), sedangkan variabel dependennya adalah *Attention, Intention, Desire, dan Action* (Y).

Berikut definisi oprasional dan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur setiap variabel:

Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Instagram sebagai media pemasaran (X)	Alif Ryan Zulfikar dan Mikhriani (2017) mengatakan pemasaran media sosial adalah sistem yang memungkinkan pemasar untuk terlibat, berkolaborasi, berinteraksi dan memanfaatkan kecerdasan orang-orang yang berpartisipasi didalamnya untuk tujuan pemasaran.	1. <i>Context</i> 2. <i>Communication</i> 3. <i>Collaboration</i> 4. <i>Connection</i>	Likert 1-5
Minat beli konsumen (Y)	Menurut Bakti et al., (2020) minat beli konsumen adalah niat yang muncul dalam diri seseorang sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa	1. <i>Attention</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Desire</i> 4. <i>Action</i>	Likert 1-5

Sumber: dibuat oleh penulis tahun 2023

a. Skala pengukuran

Menurut (Neuman, 2013), skala pengukuran dalam penelitian digunakan untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah riset selanjutnya. Menurut (Sugiyono, 2018), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur (dalam penelitian ini adalah kuisioner) sehingga alat ukur tersebut dapat menghasilkan sebuah data.

Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2018:135) skala likert adalah metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi dan sikap seseorang tentang fenomena sosial. Skala Likert menggunakan ukuran ordinal, hanya dapat membuat ranking, akan tetapi tidak dapat diketahui berapa kali satu responden lebih baik atau buruk responden lainnya di dalam skala (Nazir, 2014:297). Penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin dengan skor dan pola jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Item instrument	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Sugiono 2018:135

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer melalui kuisisioner sebagai instrument penelitian. Menurut Sugiyono (2018) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Pada penelitian ini kuisisioner online dibuat dengan bantuan aplikasi docs.google.com. Kuisisioner hanya boleh diisi oleh orang yang menjadi followers Instagram @Hyporiginal_. Jika memang orang tersebut followers akun tersebut, maka peneliti akan meminta kesediaannya untuk mengisi kuisisioner secara online dan peneliti meminta kesediaannya untuk menyebarkan link kuisisioner kepada teman-temannya. Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan cara mencantumkan link yang berisi kuisisioner penelitian, lalu peneliti akan menghubungi teman dan kerabat peneliti dan khususnya followers akun Instagram @Hyporiginal_.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini pengujian validitas menggunakan rumus *product moment*. Rumus ini digunakan untuk melihat korelasi atau derajat kekuatan hubungan apakah variabel

tetentu tergantung pada variabel lainnya (Neuman, 2013). Rumus korelasi *product moment* adalah:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

N = jumlah responden

ΣX = jumlah skor item/instrument

ΣY = jumlah total skor jawaban

ΣX^2 = jumlah kuadrat skor item/instrument

ΣY^2 = jumlah kuadrat total skor jawaban

ΣXY = jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Menurut (Sugiono:2009) pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden dikarenakan agar hasil pengujian mendekati kurva normalinsreumen dikartakan valid yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, nilai r untuk n = 30 dengan tarif signifikan 10% adalah 0,374. Jadi apabila r lebih besar dari 0,374 dinyatakan valid dan sebaliknya apabila nilai r lebih kecil dari 0,374 dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono:2018:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji statistic dengan tehnik *Cronbach Alpha*. Menurut (Sugiyono:2018:244) Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan:

r_i = koefisien reliabilitas Alfa Cronbach.

K = jumlah item soal yang sah.

$\sum s_i^2$ = jumlah varians skor tiap item.

s_t^2 = varians total.

Jika koefisien reliabilitas Alfa Cronbach kurang dari 0,70 ($r_i < 0,70$), Tavakol & Dennick (2011) dalam (Yusup, 2018) menyarankan untuk merevisi atau menghilangkan item soal yang memiliki korelasi yang rendah.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas terhadap serangkaian data dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi secara normal atau tidak (Sugiyono, 2018). Dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian

normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS. Menurut Santoso (2012) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic 59 Significance), yaitu:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

2. Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini ingin menjelaskan analisis hubungan (*asosiatif*), maka rumus analisis yang penulis pakai adalah analisis regresi. Menurut Sugiyono, (2017) regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, penulis ingin menjelaskan pengaruh pemasaran melalui *media* sosial media Instagram *@Hyporiginal_* terhadap minat beli konsumen toko *Hyporiginal*. Penulis memperkirakan penyebab dari variabel Y (minat beli konsumen) dipengaruhi satu variabel yaitu sosial media, maka rumus regresi yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Dalam penelitian regresi linear sederhana terdiri dari satu variabel independen (X) (dalam penelitian ini socia media), dan satu variabel dependen (Y) (dalam penelitian ini minat beli konsumen).

Rumus regresi linear sederhana menurut Sugiyono (2018:188) sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y: Minat Beli Konsumen

X: Instragram Sebagai Media Pemasaran

a dan b: Konstanta

3. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016) koefisien determinasi dipakai menguji taraf kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 hingga 1. Pada penelitian ini, penghitungan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan atau kontribusi variabel independen, yakni Instagram sebagai media pemasaran, dalam menjelaskan variabel dependen, yakni minat beli konsumen. Penghitungan koefisien determinasi pada penelitian ini dihitung dengan bantuan program SPSS.