

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Terdapat dua jenis metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Neuman (2014, p. 137) dalam melakukan penelitian kuantitatif, pengukuran dilakukan dalam sebuah urutan yang mengalir, yaitu yang pertama konseptualisasi, kedua operasionalisasi, dan diikuti dengan penerapan operasional yang digunakan dalam mengukur data yang telah dikumpulkan.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivisme yang artinya adalah paradigma yang memandang sebuah realitas, gejala, atau fenomena yang dapat dikelompokkan, relatif tetap, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2017, p. 8). Biasanya paradigma ini digunakan kepada populasi atau sampel tertentu yang representatif.

Sifat penelitian yang digunakan pun adalah eksplanatif. Penelitian eksplanatif dilakukan untuk mendapatkan penjelasan mengenai alasan suatu peristiwa dapat terjadi (Priyono, 2016, p. 38). Tujuan eksplanatif ini yaitu dengan menghasilkan pola hubungan sebab akibat yang berasal dari penggabungan pola-pola yang berbeda. Hal itu sesuai pada tujuan dari penelitian ini yang mencoba untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh antara terpaan media sosial Instagram terhadap *brand image*. Sehingga penelitian kuantitatif yang bersifat eksplanatif dapat digunakan untuk melihat hasil akhir

mengenai gambaran hubungan antara terpaan media sosial Instagram terhadap *brand image* restoran Saigon Delight.

## **3.2 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Survei adalah metode yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian untuk mengumpulkan data yang berisikan beberapa pertanyaan atau pernyataan struktur (Priyono, 2016, p. 43).

Penelitian metode survei ini nantinya dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada beberapa sampel penelitian yang telah ditentukan untuk menemukan jawaban apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu terpaan media (X) dan variabel terikat yaitu *brand image* (Y).

## **3.3 Populasi dan Sampel**

### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan objek secara keseluruhan yang akan diteliti (Syahrums & Salim, 2012, p. 113). Populasi bisa dalam berbagai bentuk yang mana memiliki beragam sifat yang dapat diamati dan diukur. Populasi dalam sebuah penelitian biasanya dapat tercermin di dalam judul, termasuk geografis dan objek. Menurut Priyono (2016, p. 104) menambahkan bahwa populasi memiliki batasan-batasan yang mengandung populasi target dan populasi survei. Populasi target adalah batasan yang direncanakan oleh peneliti dalam rancangan penelitian sedangkan populasi survei merupakan batasan populasi yang ditemukan di lapangan, hal yang ditemukan bisa saja berbeda dengan batasan target yang telah dibuat.

Target populasi dari penelitian ini adalah menggunakan media sosial Instagram, menurut laporan dari NapoleonCat yang merupakan salah satu perusahaan analis Sosial Media Marketing mengatakan bahwa hingga bulan November 2019, jumlah pengguna bulanan Instagram di Indonesia telah mencapai 61.610.000 (Tekno Kompas, 2019, para. 1).

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (Syahrums & Salim, 2012, p. 114). Sampel mewakili populasi yang sudah dibuat dengan ketentuan-ketentuan tertentu. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang mendasarkan setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama (Priyono, 2016, p. 107).

Metode *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik yang digunakan dengan menentukan syarat atau pertimbangan khusus terhadap sampel (Priyono, 2016, p. 118). Kriteria yang ditetapkan pada penelitian ini yaitu pernah berkunjung ke restoran Saigon Delight, dan pernah membaca pemberitaan keracunan makanan restoran Saigon Delight di media sosial Instagram.

Rumus Slovin merupakan cara yang dilakukan untuk perhitungan sampel dalam penelitian ini, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : jumlah sampel minimal

N : jumlah populasi

e : *nilai margin of error*

$$n = 61.610.000 / 1 + (61.610.000 (0.05)^2)$$

$$n = 61.610.000 / 1 + 154.025$$

$$n = 61.610.000 / 154.026$$

$$n = 399.9 \text{ dibulatkan menjadi } 400$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, jumlah sampel penelitian adalah sebesar 399,99 responden yang dibulatkan ke atas menjadi 400 responden.

### **3.4 Operasionalisasi Konsep**

#### **3.4.1 Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian, yaitu:

##### **3.4.1.1 Variabel Bebas**

Variabel bebas atau biasa disebut dengan *independent variable* memiliki pengertian, menurut Priyono (2016, p. 58) variabel bebas dapat diartikan sebagai variabel yang ada dan terjadi lebih dahulu dibanding variabel terikat. Keberadaan dari variabel bebas sendiri berguna untuk menjelaskan terjadinya suatu topik penelitian. Variabel bebas dari penelitian ini adalah terpaan media sosial Instagram.

##### **3.4.1.2 Variabel Terikat**

Pengertian variabel terikat atau biasa disebut dengan *dependent variable* menurut Priyono (2016, p. 58) adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Biasanya variabel terikat dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *brand image*.

### 3.4.2 Operasionalisasi Variabel

Terdapat operasionalisasi variabel yang terdiri dari variabel, dimensi, indikator, pernyataan, dan skala yang digunakan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep**

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
X Terpaan Media  Rosengren (dikutip dalam Rakhmat, 2019, p. 66)	Frekuensi	Berapa Kali	1. Seberapa sering membaca pemberitaan dalam satu minggu?	Likert
	Durasi	Jumlah Waktu	2. Seberapa lama dalam membaca pemberitaan dalam satu hari?	Likert
	Atensi	Perhatian	3. Tertarik dalam mengikuti pemberitaan. 4. Fokus dalam membaca pemberitaan. 5. Pemberitaan ini penting untuk disimak karena menyangkut kesehatan masyarakat dalam memilih restoran.	Likert
Y <i>Brand Image</i>  (Soemirat, Soleh & Ardianto, 2018, p. 116)	Persepsi	Pandangan	1. Merasa dapat memengaruhi pandangan. 2. Merasa dapat merubah pandangan. 3. Merasa dapat mengurangi rasa kepercayaan. 4. Merasa restoran Saigon delight menawarkan makanan yang tidak higienis. 5. Merasa restoran Saigon delight memberikan pelayanan yang mengecewakan. 6. Merasa akan terkena keracunan makanan. 7. Merasa pihak restoran Saigon Delight tidak bertanggung jawab untuk mengatasi pemberitaan keracunan makanan yang terjadi.	Likert
	Kognisi	Keyakinan	8. Percaya bahwa pemberitaan memengaruhi pandangan. 9. Percaya bahwa pemberitaan merubah pandangan. 10. Percaya bahwa pemberitaan mengurangi rasa kepercayaan.	Likert

			<p>11. Percaya bahwa restoran Saigon delight menawarkan makanan yang tidak higienis.</p> <p>12. Percaya bahwa restoran Saigon delight memberikan pelayanan yang mengecewakan.</p> <p>13. Yakin akan terkena keracunan makanan.</p> <p>14. Percaya pihak restoran Saigon Delight tidak bertanggung jawab untuk mengatasi pemberitaan keracunan makanan yang terjadi.</p>	
	Sikap		<p>15. Berpikir kembali untuk mengunjungi restoran Saigon Delight.</p> <p>16. Berpikir kembali untuk menggunakan layanan yang dari restoran Saigon Delight.</p> <p>17. Berpikir kembali untuk membeli makanan di restoran Saigon Delight.</p> <p>18. Berpikir kembali untuk merekomendasikan restoran Saigon Delight kepada orang sekitar saya.</p>	Likert

Sumber: Data Olahan Penelitian

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data sebagai cara yang ditempuh untuk mendapatkan data secara objektif. Menurut Syahrudin & Salim (2012, p. 131) tujuan melakukan teknik pengumpulan data yaitu untuk mengumpulkan data atau informasi yang nantinya dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan yang diteliti secara objektif. Teknik pengumpulan data utama yang digunakan pada penelitian ini adalah melalui pembagian kuesioner dan studi pustaka untuk menunjang kelengkapan data penelitian.

### 3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang berfungsi untuk memberikan data kepada pihak peneliti (Sugiyono, 2017, p. 137). Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan data primer. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk dijawab dalam cangkup yang besar dan tersebar di wilayah yang luas (Sugiyono, 2017, p. 142). Kuisisioner tersebut dibagikan secara *online* kepada sampel yang sudah ditetapkan dan disesuaikan berdasarkan operasionalisasi variabel yang telah dibuat.

Jenis pengukuran dalam kuisisioner ini menggunakan skala Likert. Skala Likert menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu (Priyono, 2016, p. 96). Sedangkan menurut Sugiyono (2017, p. 93) menambahkan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun kelompok tentang fenomena sosial yang ditetapkan secara spesifik dalam variabel penelitian. Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel yang akan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen berupa pernyataan maupun pertanyaan.

Jawaban dari setiap pernyataan tersebut akan dihubungkan dengan jawaban pernyataan sikap yang berupa: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Penelitian ini tidak menggunakan pilihan jawaban ragu-ragu dikarenakan dapat memberikan makna ganda antara setuju ataupun tidak setuju. Berikut merupakan empat poin dari Skala Likert yang digunakan dalam penelitian:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Pada dimensi frekuensi skala pengukuran, setiap pernyataannya akan dihubungkan berupa: sangat rendah, rendah, sedang, dan sangat tinggi. Berikut merupakan empat poin dari Skala Likert untuk dimensi frekuensi yang digunakan dalam penelitian (Gussman & Triwulandari, 2019, p. 46):

1 = Sangat Rendah

2 = Rendah

3 = Sedang

4 = Sangat Tinggi

### 3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder berasal dari sumber tidak langsung yang berfungsi dalam memberikan data kepada pihak peneliti (Sugiyono, 2017, p. 137). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui studi kepustakaan yang bersumber dari referensi buku, *e-book*, *website*, jurnal *online*, dan skripsi yang sesuai dengan topik dan pembahasan penelitian. Selain itu juga menggunakan data-data dari lembaga sumber seperti data dari We Are Social & Hootsuite untuk data pengguna internet di Indonesia dan NapoleonCat untuk data pengguna media sosial Instagram di Indonesia yang dijadikan sebagai target populasi penelitian.

### 3.6 Teknik Pengukuran Data

Menurut Sugiyono (2017, p. 122) dalam menggunakan pendekatan kuantitatif, reliabilitas dan validitas merupakan syarat yang harus dilakukan guna mendapatkan hasil penelitian yang *valid* dan reliabel. Dalam penelitian ini, teknik pengukuran data dikelola dengan menggunakan *software SPSS (Statistical Package for Social Science)*.

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu langkah pengujian yang digunakan untuk menentukan *valid* atau tidaknya suatu alat ukur yang berfungsi untuk mendapatkan data sehingga instrumen tersebut dapat berguna dalam mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017, p. 121). Data dapat dikatakan *valid* jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

Dalam melakukan uji validitas *pre-test* dengan cara membagikan kuesioner kepada 30 responden. Dalam uji ini menggunakan r tabel dengan taraf kesalahan 5% yang di mana responden (N=30) akan dinyatakan *valid* jika r hitung lebih besar dari r tabel = 0,361.

**Tabel 3.2 Tabel Uji Validitas Data Variabel X Terpaan Media Sosial Instagram**

No	Variabel X	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan				
1.	Terpaan Media Sosial Instagram	Frekuensi	Berapa Kali	Dalam satu minggu, seberapa sering anda membaca pemberitaan keracunan makanan restoran Saigon Delight di media sosial Instagram.	0.768	<i>VALID</i>				
2.				Durasi	Jumlah Waktu	Dalam satu hari, saya membutuhkan waktu di atas sepuluh (>10) menit dalam membaca pemberitaan keracunan makanan restoran Saigon Delight di media sosial Instagram.	0.761	<i>VALID</i>		
3.						Atensi	Perhatian	Saya tertarik mengikuti pemberitaan keracunan makanan restoran Saigon Delight di media sosial Instagram.	0.832	<i>VALID</i>
4.								Saya fokus dalam membaca pemberitaan keracunan makanan restoran Saigon Delight di media sosial Instagram.	0.690	<i>VALID</i>

5.				Menurut saya, pemberitaan ini penting untuk disimak karena menyangkut kesehatan masyarakat dalam memilih restoran.	0.505	<i>VALID</i>
----	--	--	--	--	-------	--------------

Sumber: Data Olahan Penelitian dengan SPSS Statistics Subscription

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS, lima pernyataan variabel terpaan media sosial Instagram (variabel X) dinyatakan *valid*.

**Tabel 3.3 Tabel Uji Validitas Data Variabel Y *Brand Image***

No	Variabel Y	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan
6.	<i>Brand Image</i>	Persepsi	Pandangan	Saya merasa pemberitaan keracunan makanan ini memengaruhi pandangan saya mengenai restoran Saigon Delight.	0.676	<i>VALID</i>
7.				Saya merasa pemberitaan keracunan makanan ini merubah pandangan saya mengenai restoran Saigon Delight.	0.795	<i>VALID</i>
8.				Saya merasa pemberitaan keracunan makanan ini mengurangi rasa kepercayaan saya terhadap restoran Saigon Delight.	0.667	<i>VALID</i>
9.				Saya merasa restoran Saigon delight	0.727	<i>VALID</i>

				menawarkan makanan yang tidak higienis.		
10.				Saya merasa restoran Saigon delight memberikan pelayanan yang mengecewakan.	0.729	VALID
11.				Bila saya mengonsumsi makanan restoran Saigon Delight, maka saya merasa akan terkena keracunan makanan.	0.734	VALID
12.				Saya merasa pihak restoran Saigon Delight tidak bertanggung jawab untuk mengatasi pemberitaan keracunan makanan yang terjadi.	0.779	VALID
13.		Kongisi	Keyakinan	Saya percaya pemberitaan keracunan makanan ini memengaruhi pandangan saya mengenai restoran Saigon Delight.	0.654	VALID
14.	Saya percaya pemberitaan keracunan makanan ini merubah pandangan saya mengenai restoran Saigon Delight.			0.630	VALID	
15.	Saya percaya pemberitaan keracunan makanan ini mengurangi rasa kepercayaan saya terhadap restoran Saigon Delight.			0.707	VALID	
16.	Saya percaya restoran Saigon delight			0.824	VALID	

				menawarkan makanan yang tidak higienis.		
17.				Saya percaya restoran Saigon delight memberikan pelayanan yang mengecewakan.	0.736	<i>VALID</i>
18.				Bila saya mengonsumsi makanan restoran Saigon Delight, maka saya yakin akan terkena keracunan makanan.	0.778	<i>VALID</i>
19.				Saya percaya pihak restoran Saigon Delight tidak bertanggung jawab untuk mengatasi pemberitaan keracunan makanan yang terjadi.	0.661	<i>VALID</i>
20.		Sikap		Saya akan berpikir kembali untuk mengunjungi restoran Saigon Delight.	0.827	<i>VALID</i>
21.				Saya akan berpikir kembali untuk menggunakan layanan yang ditawarkan oleh restoran Saigon Delight.	0.809	<i>VALID</i>
22.				Saya akan berpikir kembali untuk membeli makanan yang ditawarkan oleh restoran Saigon Delight.	0.768	<i>VALID</i>
23.				Saya akan berpikir kembali untuk merekomendasikan restoran Saigon Delight kepada orang sekitar saya.	0.762	<i>VALID</i>

Sumber: Data Olahan Penelitian dengan SPSS Statistics Subscription

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS, delapan belas pernyataan variabel *brand image* (variabel Y) dinyatakan *valid*.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Suatu uji dikatakan reliabel apabila alat ukur yang digunakan mengukur obyek yang sama konsisten jika digunakan berulang kali (Sugiyono, 2017, p. 121). Dengan maksud, suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika memiliki jawaban dari pertanyaan memiliki kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Dalam melakukan uji reabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* yang mana  $r$  tabel dengan taraf kesalahan 5% terhadap responden (N=30) akan dinyatakan reliabel jika *alpha* hitung lebih besar dari  $r$  tabel = 0,361.

**Tabel 3.4 Nilai *Alpha* Uji Reliabilitas Variabel X Terpaan Media Sosial Instagram**

Varibel	Cronbach's Alpha	N of Items
Terpaan Media Sosial Instagram	0.766	5

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian dengan SPSS Statistics Subscription

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai Alpha hitung variabel X terpaan media sosial Instagram sebesar 0.766 yang berarti reliabel atau konsisten.

**Tabel 3.5 Nilai Alpha Uji Reliabilitas Variabel Y Brand Image**

Varibel	Cronbach's Alpha	N of Items
<i>Brand Image</i>	0.949	18

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian dengan SPSS Statistics Subscription

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan SPSS, didapatkan nilai Alpha hitung variabel Y *brand image* sebesar 0.949 yang yang berarti reliabel atau konsisten.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Setelah mengumpulkan hasil data dari seluruh responden dan dinyatakan cukup, maka tahap selanjutnya yaitu melakukan analisis data. Menganalisis data adalah suatu cara untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dipahami. Nantinya, analisis data bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat terpaan media sosial Instagram terhadap *brand image* dari restoran Saigon Delight.

#### **3.7.1 Uji Normalitas**

Hasil dari data yang telah terkumpul akan diuji dengan menggunakan Statistik Parametris, antara lain dengan menggunakan *t-test* untuk satu sampel, korelasi dan regresi, analisis varian dan *t-test* untuk dua sampel. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah residual atau variabel pengganggu tersebar dengan normal atau tidak dikarenakan setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal (Sugiyono, 2017, p. 172).

### 3.7.2 Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dan bagaimana arah hubungan serta seberapa besar hubungan tersebut. Menurut Sugiyono (2017, p. 184), berikut ini adalah pedoman dalam memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

**Tabel 3.6 Nilai Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2017, p. 184)

Penelitian ini menggunakan SPSS untuk melakukan pengukuran hubungan melalui analisa korelasi Pearson Product Moment.

### 3.7.3 Uji Regresi Linear

Uji regresi merupakan suatu tahap yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh terpaan berita keracunan makanan di media sosial Instagram terhadap *brand image* restoran Saigon Delight, dilakukan analisis regresi linear sederhana. Hal itu dikarenakan pada penelitian ini hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Persamaan untuk menguji nilai regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

**Keterangan:**

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi

Setelah menyebarkan kuisioner dan mendapatkan jumlah data sebanyak jumlah sampel yang telah ditetapkan, maka peneliti akan menganalisis data untuk menguji regresi dengan perangkat lunak SPSS. Data yang dihasilkan kemudian menjadi representasi mengenai apakah terdapat pengaruh terpaan berita keracunan makanan di media sosial Instagram terhadap *brand image* restoran Saigon Delight.