



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Bab III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Menurut Kriyantono (2012, h. 55) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan sehingga tidak memperhatikan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representatif dari seluruh populasi yang ada. Disamping itu, peneliti dituntut untuk bersikap objektif dan memisahkan diri dari data, yang berarti peneliti tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data sekehendak diri sendiri. Seluruh komponen penelitian ini harus objektif dengan diuji terlebih dahulu apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah memiliki prinsip reliabilitas dan validitas.

Paradigma adalah cara pandang ilmuwan mengenai sisi strategis yang paling menentukan nilai sebuah disiplin ilmu pengetahuan (Bungin, 2005, h. 25). Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Menurut Bungin (2005, h. 31), dalam penelitian kuantitatif gagasan-gagasan positivisme dianggap sebagai paradigma yang paling tepat.

Sifat penelitian ini adalah eksplanatif. Menurut Bungin (2013, h. 51) penelitian eksplanatif dimaksudkan untuk menggambarkan suatu generalisasi atau untuk menjelaskan hubungan antar variabel, oleh sebab itu penelitian eksplanatif menggunakan hipotesis. Para pakar menyebutkan juga untuk pengembangan dan penyempurnaan teori penelitian eksplanatif lebih memiliki kredibilitas yang baik, yaitu kredibilitas untuk mengukur dan menguji hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel menggunakan analisis statistik inferensial.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei, karena meneliti populasi yang luas dan harus menentukan sampel yang dianggap mewakili atau representasi. Cara meneliti populasi tersebut adalah dengan menyebarkan kuesioner (Kriyantono, 2012, h. 213). Kriyantono (2012, h. 59) mengatakan tujuan dari metode ini adalah untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang dianggap cukup mewakili populasi.

Menurut Ardianto(2010, h. 53) langkah-langkah penelitian survei adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi, perumusan masalah dan sumber masalah;
2. Penelaahan kepustakaan;
3. Penyusunan hipotesis dan proposisi;

4. Variabel;
5. Pemilihan, pengembangan instrumen penelitian;
6. Penyusunan rancangan penelitian;
7. Penentuan sampel;
8. Pengumpulan dan analisis data;
9. Laporan penelitian.

Survei yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif dimulai dengan mengumpulkan data melalui kuesioner. Bungin (2013, h. 130) mengatakan bahwa metode kuesioner berbentuk rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, lalu disebarakan kepada responden untuk diisi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi obyek penelitian. Elemen populasi ini biasanya merupakan satuan analisis. Bungin (2005, h. 99) menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan atau *universum* dari objek penelitian yang dapat berupa apa saja.

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah pengikut akun media sosial Instagram Laneige. Dipilih Instagram karena merupakan

media sosial yang paling interaktif dari Laneige Indonesia. Jumlah pengikut Instagram Laneige Indonesia sebanyak 47.300 pengikut.

Populasi penelitian ini adalah populasi pengikut Instagram Laneige karena Instagram Laneige adalah media sosial dengan aktivitas terbanyak. Instagram juga merupakan media sosial kedua paling banyak yang digunakan masyarakat Indonesia.

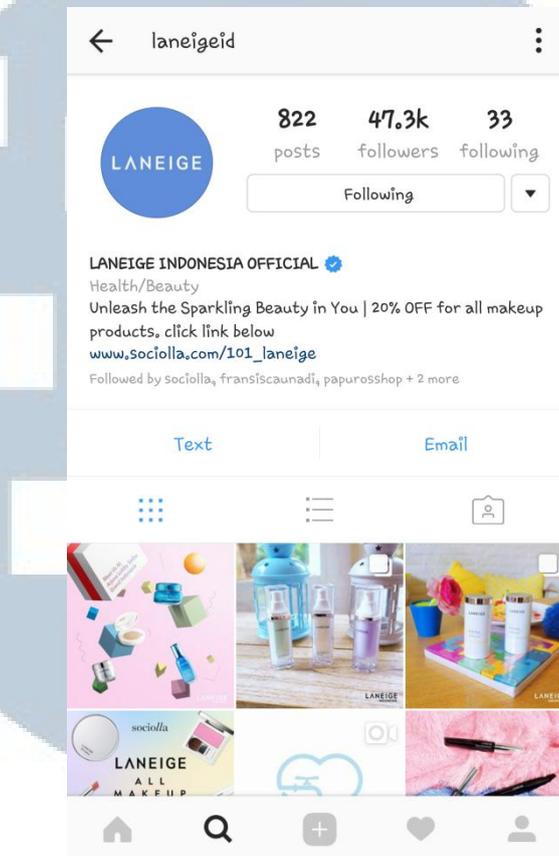
Gambar 3.1 Peringkat media sosial



Sumber: Sindonews.com (Diakses 15 Mei 2017)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.2 Instagram Laneige



Sumber : Instagram.com (Diakses 27 Maret 2017)

3.3.2 Sampel

Menurut Bungin (2005, h. 101) pengambilan sampel ditujukan untuk mewakili seluruh populasi. Neuman (2014, h. 166) menjelaskan bahwa sampel adalah himpunan kecil dari sebuah unit atau kasus.

Bungin (2005, h.106) mengatakan bahwa dalam penelitian sosial ada dua rancangan sampel penelitian, yaitu rancangan sampel probabilitas dan rancangan sampel nonprobabilitas. Rancangan pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rancangan sampel nonprobabilitas. Rancangan sampel nonprobabilitas memiliki arti bahwa tidak semua unit

populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel penelitian (Bungin, 2005, h. 109).

Pengambilan sampel menggunakan rancangan nonprobabilitas memiliki beberapa macam bentuk, sebagai berikut: (Neuman, 2014, h. 167)

1. *Convenience sampling*

Convenience sampling disebut juga *accidental*, *availability*, atau *haphazard sampling*. Digunakan untuk memudahkan mencari responden. Rancangan ini mengambil responden yang dianggap mudah didapatkan (Neuman, 2014, h. 167).

2. *Quota sampling*

Memiliki sejumlah kategori yang akan dijadikan sampel, lalu dari masing-masing kategori akan dipilih beberapa sampel yang dianggap mewakili tiap-tiap kategori (Neuman, 2014, h. 168)

3. *Purposive sampling*

Mengambil sejumlah sampel yang dianggap sesuai dengan kriteria yang kita inginkan (Neuman, 2014, h. 167)

4. *Snowball sampling*

Mengambil sampel dengan cara bergulir dari satu sampel ke sampel yang lain (Neuman, 2014, h. 167).

5. *Deviant case sampling*

Mengambil sampel yang berbeda dari mayoritas populasi (Neuman, 2014, h. 167).

6. Sequential sampling

Serupa dengan purposive, hanya bedanya di sini benar-benar hampir tidak ada perbedaan antar sampel. Semua kriteria akan digunakan sedetail-detailnya dalam mengambil sampel (Neuman, 2014, h. 171).

Adapun metode *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*. Sampel yang akan dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah wanita Indonesia yang memiliki akun media sosial Instagram secara pribadi (bukan akun palsu atau *toko online*), warga negara Indonesia, dan berusia 24 sampai dengan 35 tahun (sesuai target usia Laneige), yang berasal dari kelas ekonomi sosial menengah ke atas (sesuai target market Laneige).

Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus slovin (Riduwan, 2005, h.65):

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

Keterangan:

n: Jumlah sampel yang dicari

N: Jumlah populasi

e: Nilai presisi/ toleransi

Penelitian ini menggunakan toleransi sebesar 5%

Berikut adalah penghitungan sampel dalam penelitian ini:

$$n = \frac{47.300}{1 + 47.300 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{47.300}{119,25}$$

$$n = 396,64$$

Setelah dihitung menggunakan rumus di atas, didapatkan 397 (hasil pembulatan) sampel yang akan menjadi responden dari populasi yang berjumlah 47.300.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Peneliti menempatkan dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel independen, 1) *Brand Endorser* dan variabel dependen 2) Minat beli.

Tabel 3.1 Operasionalisas Konsep X

Variabel Dependen (<i>Brand Endorser-Lea Greenwood</i>)			
Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Brand endorser</i>	<i>Transference</i>	Dukungan	Likert
		Keterkaitan profesi	
	<i>Congruence</i>	Kecocokan	Likert
	Kredibilitas	Pengatahuan	Likert

		Keahlian	
		Pengalaman	
	Daya Tarik	Tampilan non fisik	Likert
	<i>Power</i>	Karisma	Likert
		Persuasif	

Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep Y

Variabel Independen (Minat Beli- Ferdinand)			
Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
Minat Beli	Minat eksploratif	Mencari informasi	Likert
		Ingin mengetahui	
	Minat Preferensi	Memiliki preferensi <i>brand</i>	Likert
	Minat Transaksional	Ingin memiliki	Likert
Ingin membeli			

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data adalah salah satu hal paling vital dalam penelitian, karena itu peneliti harus mampu memahami sumber data mana yang harus digunakan dalam penelitiannya itu (Bungin, 2013, h. 129). Ada dua jenis sumber data yang biasanya digunakan dalam penelitian sosial, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama di lapangan (Bungin, 2013, h. 128). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner atau angket yang harus diisi oleh responden.

Menurut Bungin (2013, h. 130) kuesioner adalah rangkaian atau kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, yang akan disebarakan kepada responden dan akan dikembalikan setelah diisi. Kuesioner juga memiliki beberapa bentuk, seperti kuisisioner langsung tertutup, kuesioner langsung terbuka, kuesioner tak langsung tertutup, dan kuesioner tak langsung terbuka.

1. Kuesioner langsung tertutup adalah kuesioner yang dirancang untuk merekam data tentang keadaan yang dialami responden yang alternatif jawabannya telah disediakan dan harus dijawab.
2. Kuesioner langsung terbuka adalah kuesioner yang daftar dibuat sepenuhnya untuk memberikan kebebasan pada responden untuk memberikan jawabannya mengenai keadaan yang dialami sendiri, tanpa ada alternatif jawaban dari peneliti.

3. Kuesioner tak langsung tertutup adalah kuesioner yang dirancang untuk mengetahui apa yang diketahui responden mengenai suatu objek atau subjek tertentu, tanpa bermaksud menyentuh hal-hal mengenai diri responden. Dalam bentuk kuesioner ini juga telah disediakan alternatif jawaban oleh peneliti.
4. Kuesioner tak langsung terbuka adalah kuesioner yang memiliki ciri-ciri sama dengan kuesioner langsung terbuka dan juga disediakan beberapa alternatif jawaban sehingga responden memberikan jawaban yang mereka anggap sesuai.

Penelitian ini menggunakan bentuk kuesioner langsung tertutup karena tidak disediakan kebebasan responden untuk mengisi pertanyaan dan disediakan pilihan jawaban yang harus mereka pilih.

Sumber data primer dari penelitian ini didapat dari kuesioner yang diisi oleh responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Setelah itu, kuesioner akan diolah menggunakan *software* IBM SPSS 20.

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban (Ghozali, 2012, h. 47).

Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan:

- | | |
|------------------|-----|
| a. Sangat setuju | = 5 |
| b. Setuju | = 4 |
| c. Netral | = 3 |
| d. Tidak Setuju | = 2 |

e. Sangat tidak setuju = 1

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder yang dibutuhkan (Bungin, 2013, h. 129). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian pustaka, berita media, dan media sosial Laneige.

Kajian pustaka menurut Nyoman Ratna dalam Prastowo (2012, h. 80) memiliki tiga pengertian yang berbeda, yaitu :

- A. Kajian Pustaka adalah seluruh bahan bacaan yang mungkin pernah dibaca dan dianalisis, baik yang sudah dipublikasikan maupun sebagai koleksi pribadi.
- B. Kajian pustaka sering dikaitkan dengan kerangka teori atau landasan teori, yaitu teori-teori yang digunakan untuk objek penelitian. Oleh sebab itu, sebagian peneliti menggabungkan kajian pustaka dengan kerangka teori.
- C. Kajian pustaka adalah bahan-bahan yang secara khusus berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dikaji.

3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji validitas

Menurut Ghozali (2012, h. 52) uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid

jika pertanyaan-pertanyaan yang tersedia mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur tersebut.

Menurut Kriyantono (2012, h. 70) kriteria validitas sebuah penelitian kuantitatif, yaitu:

1. Validitas dari faktor-faktor internal, seperti alat ukur yang sesuai, pemilihan teori atau konsep, dan pengukuran konsep (reliabilitas) pada definisi operasional.
2. Validitas dari faktor-faktor eksternal, seperti apakah sampel sudah representatif.

Uji yang akan dilakukan di sini bersifat simulasi yang dilakukan pada 38 pengikut akun media sosial Instagram Laneige dengan toleransi 5%.

Menurut Abdurrahman (2011, h. 108) indikator akan dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Dalam uji coba ini nilai r tabel adalah 0,320 untuk 38 responden dengan tingkat toleransi 5%. (r tabel pada lampiran)

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas X

Indikator	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan
Dukungan				
A1	0,501	0,320	0,001	VALID
Keterkaitan profesi				

A2	0,537	0,320	0,001	VALID
A3	0,504	0,320	0,001	VALID
Kecocokan				
A4	0,495	0,320	0,002	VALID
A5	0,583	0,320	0,000	VALID
A6	0,571	0,320	0,000	VALID
A7	0,559	0,320	0,000	VALID
A8	0,574	0,320	0,000	VALID
A9	0,562	0,320	0,000	VALID
Pengetahuan				
A10	0,547	0,320	0,000	VALID
Keahlian				
A11	0,600	0,320	0,000	VALID
Pengalaman				
A12	0,619	0,320	0,000	VALID
A13	0,519	0,320	0,001	VALID
Tampilan non fisik				
A14	0,656	0,320	0,000	VALID
A15	0,582	0,320	0,000	VALID
A16	0,540	0,320	0,000	VALID
A17	0,592	0,320	0,000	VALID

Karisma				
A18	0,539	0,320	0,000	VALID
Persuasif				
A19	0,720	0,320	0,000	VALID
A20	0,676	0,320	0,000	VALID
A21	0,646	0,320	0,000	VALID

Sumber: Hasil olah data SPSS 20 peneliti

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa dari 21 pernyataan mengenai variabel X, seluruh pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Y

Indikator	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan
Mencari informasi				
MB1	0,713	0,320	0,000	VALID
Ingin mengetahui				
MB2	0,714	0,320	0,000	VALID
MB3	0,715	0,320	0,000	VALID
Memiliki preferensi				
MB4	0,822	0,320	0,000	VALID

MB5	0,706	0,320	0,000	VALID
MB6	0,669	0,320	0,000	VALID
Ingin memiliki				
MB7	0,761	0,320	0,000	VALID
Ingin membeli				
MB8	0,821	0,320	0,000	VALID
MB9	0,770	0,320	0,000	VALID

Sumber: Hasil olah SPSS 20 peneliti

Tabel 3.4 menunjukkan dari sembilan pernyataan, seluruh pernyataan dinyatakan valid.

3.6.2 Uji reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur apakah suatu kuesioner merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dianggap reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2012, h. 47).

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Alpha-Cronbach. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Alpha-Cronbach dengan r tabel. Apabila nilai Alpha lebih besar dari r tabel, dapat dikatakan penelitian ini reliabel (Triton, 2006, h. 248).

Tabel 3.5 Tingkat reliabilitas Alpha

Alpha	Tingkat reliabilitas
0,00 s/d 0,20	Kurang reliabel
0,20 s/d 0,40	Agak reliabel
0,40 s/d 0,60	Cukup reliabel
0,60 s/d 0,80	Reliabel
0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Triton, 2006, h. 248

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	21

Sumber: Hasil olah SPSS 20 peneliti

Tabel 3.6 pada kolom Cronbach's Alpha menunjukkan nilai 0,890 pada variabel X bersifat sangat reliabel.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.892	9

Sumber: Hasil olah data SPSS 20 peneliti

Tabel 3.7 pada kolom Cronbach's Alpha menunjukkan nilai 0,892 pada variabel Y bersifat sangat reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah kuesioner disebar, langkah selanjutnya adalah peneliti melakukan pengolahan data. Pengolahan data yang akan dilakukan meliputi uji regresi dan uji korelasi. Analisis regresi perlu dilakukan guna mengukur kekuatan asosiasi atau hubungan antara dua variabel (Ghozali, 2012, h. 96). Sedangkan uji korelasi tidak untuk menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dan independen (Ghozali, 2012, h. 96).

Uji regresi pada penelitian ini untuk melihat ada dan besarnya pengaruh dari *brand endorser* Laneige terhadap minat beli. Penelitian ini memiliki dua variabel, maka dari itu penelitian ini menggunakan uji regresi sederhana, dengan persamaan sebagai berikut (Pramesti, 2014, h. 101).

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (minat beli)

X = variabel independen (*brand endorser*)

a = Konstantan regresi

b = Koefisien regresi