



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

Penelitian tentang “ Pengaruh Konten Instagram @_damniloveindo Terhadap Minat Beli *Followers*” menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik. Penelitian dengan menggunakan kuantitatif merupakan penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan dan tidak terlalu mementingkan kedalaman data melainkan lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2012, p.55).

Selanjutnya penelitian ini bersifat eksplanatif. Penelitian eksplanatif merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungannya. Menurut (Sugiyono, 2012, p.69), dalam penelitian yang bersifat eksplanatif, peneliti menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep dan variable yang akan diteliti. Pada dasarnya, setiap penelitian dapat dibedakan antara univariat, bivariate, dan multivariat. Penelitian ini adalah bivariat yang melibatkan dua macam data/variabel (x dan y), di mana variabel x (independen) adalah konten Instagram @_damniloveindo dan variabel y (dependen) adalah minat beli *followers*.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut (Kriyantono, 2012, p.59), metode survei adalah metode riset yang menggunakan

kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Metode survei digunakan untuk menemukan apakah ada pengaruh antara konten Instagram @_damniloveindo (independent variabel) terhadap minat beli *followers* (dependent variabel).

Survei pada penelitian kuantitatif dimulai dengan mengumpulkan data melalui kuesioner. Kuesioner dibuat berdasarkan variabel penelitian yang diolah menjadi dimensi dan indikator hingga menjadi daftar pernyataan pada kuesioner. Data didapat setelah menyebar kuesioner kepada *followers* Damn I Love Indonesia yang mengikuti akun Instagram @_damniloveindo.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012, p.119) menjelaskan bahwa populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya. Populasi bisa berupa orang, organisasi, kata-kata, kalimat, simbol-simbol non verbal, dan sebagainya. Sedangkan menurut (Hikmat, 2011, p. 60) populasi juga tidak sekedar jumlah yang ada pada subjek/objek penelitian, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek/objek penelitian.

Unit analisis dari penelitian penelitian ini adalah sekumpulan unsur/elemen yang menjadi objek penelitian. Objek penelitian adalah individu

sebagai data yang memiliki karakteristik tertentu sebagai sumber. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh *followers* dari Instagram @_damniloveindo yang merupakan *official account* Instagram Damn I Love Indonesia yang berjumlah 52.000 orang per 10 Agustus 2019.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian data dari populasi sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak akan ada sampel jika tidak ada populasi. Menurut (Sugiyono, 2012, p. 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan harus dapat mewakili populasi (representatif).

Teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Menurut (Kriyantono, 2012, p. 92) *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama terhadap setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Berbeda dengan teknik *probability sampling*, teknik pengambilan sampel dengan *non probability sampling* tidak memberikan kesempatan yang sama terhadap anggota populasinya untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2012, p. 95).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan teknik sampling dari kelompok *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria

tertentu yang dibuat gperiset berdasarkan tujuan riset. Biasanya teknik ini dipilih untuk penelitian yang lebih mengutamakan kedalaman data daripada tujuan representatif yang dapat digeneralisasikan (Sugiyono, 2012, p. 158). Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel adalah *followers* akun Instagram @_damniloveindo. Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis mengacu kepada penentuan ukuran sampel yang dipaparkan Malhotra dengan jumlah sampel minimum 200 responden (Malhotra dan Birks, 2017, p.418).

Tabel 3.1
Tabel Jumlah Minimum Sampel Malhotra

Type of study	Minimum size	Typical range
Problem identification	500	1,000-2,500 research (e.g. market potential)
Problem-solving research	200	300-500 (e.g. pricing)
Product tests	200	300-500
Test marketing studies	200	300-500
TV, radio, print or online advertising	150	200-300 (per advertisement tested)
Test-market audits	10 stores	10-20 stores
Focus groups	6 groups	6-12 groups

Sumber : Malhotra dan Birks, 2017, p.418

Berdasarkan tabel minimum sampel Malhotra, jumlah minimum responden yang harus diperoleh adalah sebanyak 200 responden. Responden tersebut adalah *followers* akun Instagram dari @_damniloveindo terhitung hingga 10 Agustus 2019 sebanyak 52.000 *followers*.

3.4 Definisi dan Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Konten Instagram (X)

Operasional variabel merupakan suatu atribut atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012, p. 38). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Variabel independen juga sering disebut dengan variabel bebas yang mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini, variabel X yaitu konten Instagram.

Berikut adalah operasional dari masing-masing variabel penelitian

Tabel 3.2
Operasional Variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Konten Instagram (X)	<i>Context</i> (Solis, 2010)	- Informatif	1. Akun Instagram @_damniloveindo menyediakan informasi yang bermanfaat
		- Cara penyampaian pesan	2. Akun Instagram @_damniloveindo menyediakan informasi yang jelas tentang produk-produk dan promosi Damn I Love Indonesia
		- Format penulisan pesan mudah dimengerti	3. Bahasa dan cara penyampaian pesan tentang produk-produk dan promosi brand yang disampaikan melalui akun Instagram @_damniloveindo

			mudah dipahami
		- Konten yang disajikan	4. Penataan konten pada akun Instagram @_damniloveindo menarik
		- Mudah dalam memperoleh informasi	5. Akun Instagram @_damniloveindo memudahkan anda untuk memperoleh informasi mengenai produk-produk dan promosi dari Damn I Love Indonesia
		- Memberikan Informasi tentang <i>fashion</i>	6. Akun Instagram @_damniloveindo Memberikan informasi tentang <i>fashion</i>

		-Informasi yang diberikan	7. Informasi tentang produk dan promosi yang diberikan melalui akun Instagram @_damniloveindo relevan dengan kebutuhan anda
	Clear (solis, 2010)	-Informasi terkini	8. Akun Instagram memberikan informasi yang <i>up to date</i>
		-Informasi yang lengkap	9. Akun Instagram @_damniloveindo memberikan informasi yang lengkap

		- Informasi produk sesuai dengan toko	10. Informasi produk dan promosi yang disediakan oleh akun Instagram @_damniloveindo sesuai dengan yang disediakan di toko
	<i>Concise</i> (Solis, 2010)	-Informasi yang ringkas	11. akun Instagram @_damniloveindo memberikan informasi yang ringkas
	<i>Concrete</i> (Solis, 2010)	- Informasi yang nyata	12. Informasi yang disampaikan akun Instagram @_damniloveindo nyata
		- Informasi terbaru	13. Akun Instagram @_damniloveindo menyampaikan informasi terbaru tentang <i>Damn I Love Indonesia</i>
		- Informasi dapat dipercaya	14. Informasi yang disampaikan dalam akun instagram @_damniloveindo dapat dipercaya
	<i>Coherent</i> (Solis, 2010)	- Konten yang disampaikan logis	15. Konten yang disampaikan dalam akun Instagram @_damniloveindo logis
	<i>Complete</i> (Solis, 2010)	- Infomasi tentang jenis layanan	16. Akun Instagram @_damniloveindo menyampaikan informasi mengenai

		yang tersedia	jenis layanan yang tersedia
	<i>Courteous</i> (Solis, 2010)	- Mampu menjawab nilai/makna yang terkandung	17. Informasi yang disampaikan dalam akun Instagram @_damniloveindo mampu menjawab hal-hal mengenai <i>Damn I Love Indonesia</i> , seperti produk/ nilai-nilai makna

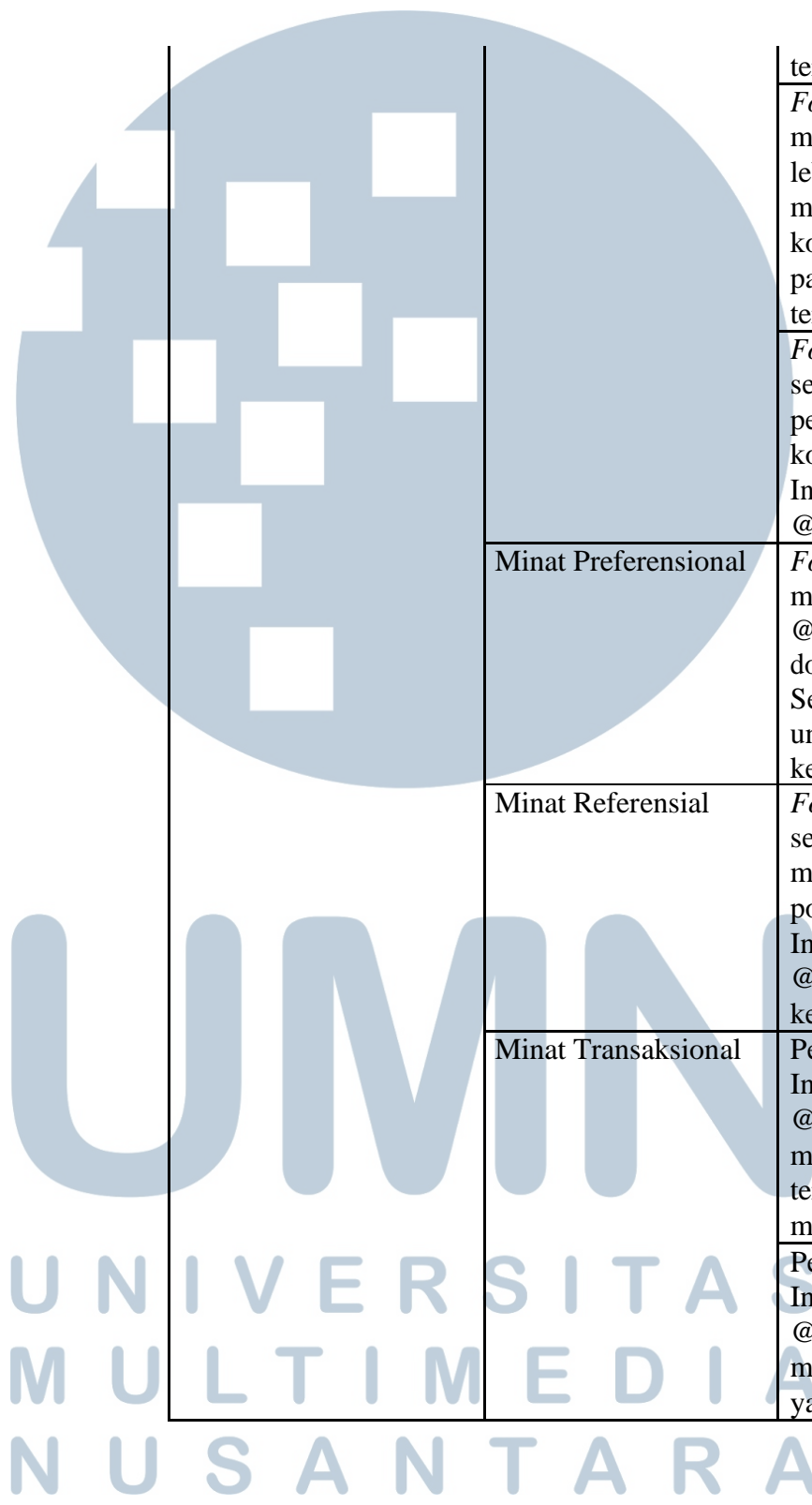
1.4.2 Variabel Minat Beli (Y)

Variabel Independen juga sering disebut dengan variabel terkait dimana dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor Y pada penelitian ini adalah minat beli *Followers*.

Berikut adalah operasional dari masing-masing variabel-variabel penelitian yang menggunakan konsep dari Ferdinand pada buku Manajemen Pemasaran.

Tabel 3.3
Operasional Variabel Y

Variabel	Dimensi	Indikator
Minat beli (Ferdinand, 2002, p.129)		Informasi pada konten @_damniloveindo menarik perhatian <i>followers</i>
	Minat Eksploratif	<i>Followers</i> dengan senang hati memberikan tanda “suka/love” pada konten Instagram



	tersebut
	<i>Followers</i> ingin mencari informasi lebih banyak dengan memberikan komentar atau saran pada Instagram tersebut
	<i>Followers</i> ingin ikut serta dalam perbincangan di kolom komentar Instagram @_damniloveindo
Minat Preferensial	<i>Followers</i> menjadikan @_damniloveindo sebagai salah satu pilihan untuk memenuhi kebutuhan
Minat Referensial	<i>Followers</i> dengan senang hati akan membagikan/share postingan konten Instagram @_damniloveindo kepada orang lain
Minat Transaksional	Pemasaran dalam Instagram @_damniloveindo membuat <i>followers</i> tertarik untuk membeli
	Pemasaran dalam Instagram @_damniloveindo membuat <i>followers</i> yakin untuk membeli

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2012, p. 93)

3.5.1 Data Primer

Dalam penelitian kuantitatif terdapat beberapa cara untuk mengumpulkan data, seperti kuesioner, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Namun, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan membuat dan menyebarkan kuesioner terhadap objek penelitian.

Kuesioner merupakan sekumpulan pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai hal-hal yang ia ketahui dan disusun berdasarkan variabel dalam populasi yang akan diukur (Arikunto, 2006, p. 151). Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner (survei) disebarakan secara langsung kepada responden yaitu *followers official account* Instagram @_damniloveindo.

Tujuan dari penyebaran kuesioner ini adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai masalah dari responden. Jenis kuesioner terdapat 2 jenis yaitu kuesioner terbuka dan tertutup. Namun dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner tertutup dengan memberikan jawaban alternatif untuk responden dan responden hanya tinggal memberikan atau memilih jawaban dengan realitas yang dihadapinya. Skala Likert yang digunakan pada kuesioner berisi empat poin pilihan dengan setiap jawaban yang diberikan skor :

- a) Nilai 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- b) Nilai 2 : Tidak Setuju (TS)
- c) Nilai 3 : Setuju (S)
- d) Nilai 4 : Sangat Setuju (SS)

3.5.2 Data Sekunder

Selain data primer yang didapat melalui hasil kuesioner dari responden, peneliti juga menggunakan studi kepustakaan untuk melengkapi penelitian ini.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan proses atau tindakan untuk menguji kevalidan atau kesahan kuesioner yang akan disebar. Menurut Arikunto (2013, p.211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahan suatu kuesioner. Kuesioner yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Menurut Sugiyono (2013:173) dapat dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dalam melakukan penelitian, untuk menguji validitas peneliti telah melaksanakan *pre-test* dan telah mendapatkan responden sebanyak 40 responden. Dalam menguji, peneliti melakukan olah kuesioner berdasarkan *software SPSS 25.0 for Windows Release*. Dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% atau 0,05. Nilai r tabel pearson adalah $n = 40$ dengan acuan

validitas sebesar 0,312 dengan rumus $df=n-2$, menjadi $df= 40-2= 38$. Dengan tolak ukur sebesar 0,312, maka dapat dikatakan valid apabila nilai dari masing-masing indikator yaitu $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Berikut adalah hasil dari *pre-test* yang dilakukan peneliti.

Tabel 3.4
Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	r hitung	Keterangan
X1	.545	VALID
X2	.490	VALID
X3	.496	VALID
X4	.408	VALID
X5	.546	VALID
X6	.339	VALID
X7	.581	VALID
X8	.490	VALID
X9	.608	VALID
X10	.439	VALID
X11	.629	VALID
X12	.455	VALID
X13	.535	VALID
X14	.432	VALID
X15	.585	VALID
X16	.408	VALID
X17	.578	VALID

Berdasarkan tabel 3.4 diatas, maka dapat dilihat bahwa dari 17 pernyataan yang dibuat oleh penulis terdapat 17 pernyataan kuesioner yang disebarkan oleh penulis valid.

Tabel 3.5
Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	r hitung	Keterangan
Y1	.456	VALID
Y2	.550	VALID
Y3	.457	VALID
Y4	.601	VALID

Y5	.497	VALID
Y6	.582	VALID
Y7	.500	VALID
Y8	.558	VALID

Berdasarkan tabel 3.5, dapat dilihat bahwa terdapat 8 pernyataan valid karena r hitung lebih besar dari 0,312. Maka total secara keseluruhan pernyataan dari variabel x dan y yang dapat disebarkan menjadi kuesioner adalah sebanyak 25 pernyataan.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi atau kepercayaan alat ukur. Menurut Sugiyono (2010, p.354) uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan bantuan dari aplikasi SPSS versi 25 dengan teknik uji *Alpha Cronbach*. Teknik ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrument penelitian reliabel atau tidak. Kriteria uji reliabilitas dengan rumus alpha adalah r hitung $>$ r tabel, maka alat ukur tersebut reliabel dan juga sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel maka alat ukur tidak reliabel. Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks r 11 sebagai berikut:

Tabel 3.6
Tingkat Keandalan *Alpha Cronbach's*

Nilai Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
----------------------	----------------------

0.00 – 0.20	Kurang Reliabel
0.20 – 0.40	Agak Reliabel
0.40 – 0.60	Cukup Reliabel
0.60 – 0.80	Reliabel
0.80 – 1.00	Sangat Reliabel

(Hair, 2010, p.245)
Tabel 3.7

Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.960	17

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Statistics 25

Berdasarkan tabel 3.8 reliability statistics untuk variabel X (konten Instagram) dengan jumlah 17 indikator dapat dilihat nilai untuk *Cronbach's Alpha* sebesar 0,960 yang dapat diartikan data variabel X reliabel.

Tabel 3.8
Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.945	8

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Statistics 25

Berdasarkan tabel 3.8 *reliability statistics* untuk variabel Y (minat beli) dengan jumlah 8 indikator dapat dilihat nilai untuk *Cronbach's Alpha* sebesar 0,945, yang berarti data variabel Y reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Rumus hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh antara konten Instagram @_damniloveindo terhadap minat beli *followers*.

H1 : Terdapat pengaruh antara konten Instagram @_damniloveindo terhadap minat beli *followers*.

Hipotesis diatas diuji dengan menggunakan kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Apabila nilai $\alpha < 0,05$ maka H0 ditolak, dan H1 diterima.
2. Apabila nilai $\alpha > 0.05$ maka H0 diterima, dan H1 ditolak.

Berdasarkan hipotesis diatas, dalam mengolah data peneliti menggunakan teknik analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana dengan tujuan untuk mencari dan mengetahui pengaruh konten Instagram @_damniloveindo terhadap minat beli *followers*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA