



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Jenis dan Sifat Penelitian

Sugiyono (2011, p. 7) mengatakan bahwa metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif sebenarnya tidak hanya berurusan dengan “kuantita”. Paling tidak dalam ilmu sosial, kata “kuantitatif” ditafsirkan secara bebas sebagai “keakuratan” deskripsi suatu variabel dan keakuratan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, serta memiliki daerah aplikasi (generalisasi) yang luas.

Menurut Priyono (2016, p. 3), penelitian eksplanatif adalah penelitian yang menemukan penjelasan mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat. Tujuan dari penelitian eksplanatif adalah (1) Menghubungkan pola-pola yang berbeda namun memiliki keterkaitan (2) Untuk menghasilkan pola hubungan sebab dan akibat. Berdasarkan beberapa definisi di atas bisa disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif eksplanatif adalah penelitian yang berdasarkan pada data yang berupa angka dan digunakan untuk mengetahui hubungan sebab dan akibat antar kedua variabel yang akan diteliti untuk menguji hipotesis.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif yaitu sebab-akibat dikarenakan variabel yang akan diteliti memiliki hubungan sebab-akibat.

Jika disampaikan pesan diskon dalam Instagram Sociolla, akan berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini berarti, pesan diskon dalam Instagram Sociolla sebagai alat atau variabel X yaitu dimaknai sebagai sebab dari adanya minat beli yaitu variabel Y yang merupakan hasil yang ingin diteliti sehingga sebagai akibat.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2013, p. 11), metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen). Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Secara umum metode survei terdiri dari dua jenis, yaitu deskriptif dan eksplanatif (analitik).

Penelitian ini termasuk dalam penelitian survei eksplanatif (analitik), metode survei ini digunakan bila peneliti ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Peneliti tidak sekadar menggambarkan fenomena itu terjadi, tetapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2011, p. 80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekadar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, melainkan meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan sumber penelitian adalah *followers* Instagram Sociolla yang berjumlah 572.000 *followers* pada tanggal 20 Juli 2019. Populasi ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh pesan diskon dalam Instagram Sociolla selama *campaign* Bazar Ramadhan terhadap minat beli.

3.3.2 Sampel

Menurut Iqbal Hasan (2002, p. 58), sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yang mana teknik ini tidak bias memberikan peluang atau kesempatan yang sama pada seluruh populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Non-Probability Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak dipilih secara acak. Unsur populasi yang terpilih menjadi sampel bisa disebabkan karena kebetulan atau karena faktor lain yang sebelumnya sudah direncanakan oleh peneliti.

Dalam *non probability sampling* ini, teknik yang digunakan ialah *sampling purposive*. Sugiyono (2015, p. 144) menyatakan,

“*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu ini meliputi orang yang dianggap tahu tentang apa yang kita harapkan.”

Penentuan sampel berasal dari populasi dengan kriteria atau seleksi khusus dengan ciri-ciri tertentu hingga mencapai jumlah kuota yang diinginkan. Berikut kriteria responden dalam penelitian ini:

1. Responden memiliki akun instagram.
2. Responden merupakan *follower* akun Instagram Sociolla (@Sociolla).
3. Responden berjenis kelamin perempuan.
4. Responden berusia 18-34 tahun.

Penarikan sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

Sugiyono (2011, p. 87) mengatakan bahwa penarikan sampel dengan rumus Slovin digunakan agar dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel:

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

Di mana:

n = Ukuran sampel / jumlah responden

N = Jumlah populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, e=0,5

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 572.000 *followers*, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka perhitungan sampel penelitian sebagai berikut:

$$n = \frac{572.000}{1 + 572.000(0,05)^2}$$

$$n = \frac{572.000}{1.431}$$

$$= 399,72 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 400$$

Jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah 400 responden.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

| VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | Pertanyaan |
|----------------------------------|--|---|------------|
| Pesan Diskon dalam Instagram (X) | 1. Frekuensi: Berapa kali seseorang terpapar sebuah iklan. | <ul style="list-style-type: none"> - Seberapa sering sebuah iklan dilihat - Seberapa sering sebuah iklan dibaca | Likert |
| | | | Likert |
| | 2. Intensitas: Pemahaman khalayak pada isi pesan. | <ul style="list-style-type: none"> - Kejelasan konten grafis pada pesan - Kejelasan ukuran pada pesan - Kejelasan warna pada pesan - Kejelasan hubungan antara <i>foreground</i> dan <i>background</i> pada pesan - Kejelasan tipografi pada pesan - Kejelasan informasi produk pada pesan - Kejelasan <i>multiple frame</i> pada pesan - Kejelasan bidang atau elemen pada pesan | Likert |
| Minat Beli (Y) | 1. Minat Transaksional | <ul style="list-style-type: none"> - Kecenderungan untuk membeli produk - Kecenderungan untuk memiliki produk | Likert |
| | 2. Minat Referensial | <ul style="list-style-type: none"> - Merekomendasikan produk kepada orang lain - Berbagi pengalaman tentang produk yang digunakan | Likert |

| | | | |
|--|-----------------------|---|--------|
| | 3. Minat Preferensial | <ul style="list-style-type: none"> - Menjadikan brand sebagai pilihan utama - Menjadikan brand sebagai pilihan alternatif | Likert |
| | 4. Minat Eksploratif | <ul style="list-style-type: none"> - Mencari informasi mengenai produk - Mencari dukungan mengenai produk | Likert |

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2019.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2015, p. 216), data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini, disebut juga data asli atau data baru. Penulis memperoleh data primer penelitian yang dilakukan dengan menggunakan survei yakni kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Berikut tabel skala likert yang digunakan oleh peneliti:

Tabel 3.2 Skor Skala Likert

| Jawaban Kuesioner | Skor Jawaban |
|---------------------------|--------------|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |

| | |
|--------------------|---|
| Setuju (S) | 3 |
| Sangat Setuju (SS) | 4 |

3.5.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder disebut juga data tersedia, seperti jurnal, buku, dan teori-teori para ahli. Penulis memperoleh data sekunder melalui kepustakaan, media massa dan pengamatan terhadap akun Instagram Sociolla.

3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Suharsimi Arikunto (2010, p. 211) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesalihan suatu instrument. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel.

Menurut Sugiyono (2011, p. 134), biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$ atau lebih. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari $0,3$ maka butir alam instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

Syofian Siregar (2010, p. 164) menjelaskan bahwa cara menguji validitas suatu instrument penelitian dikatakan valid, di antaranya:

1. Jika koefisien product moment melebihi 0,3
2. Jika koefisien korelasi product moment $> r\text{-tabel} (\alpha; n-2)$, $n =$ jumlah sampel
3. Nilai $\text{sig} \leq \alpha$

3.6.1.1 Uji Validitas Pre-test

Pre-test merupakan suatu uji coba penelitian yang dilakukan sebelum menyebarkan kuesioner resmi. Peneliti melakukan pre-test terhadap 30 responden yang merupakan bagian dari sampel penelitian.

Pengolahan data pre-test ini menggunakan SPSS versi 22 dengan ketentuan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, pada taraf signifikan 0,05 dengan $N = 30$, nilai dari $r \text{ tabel product moment}$ yaitu sebesar 0,361 dan $r \text{ hitung}$ harus lebih besar dari $r \text{ tabel}$.

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Pesan Diskon (X)

| Dimensi dan Indikator | R hitung | R tabel | Keterangan |
|-----------------------|----------|---------|------------|
| Frekuensi | | 0.361 | VALID |
| PD1 | .763 | | VALID |
| PD2 | .574 | | VALID |
| PD3 | .709 | | VALID |
| PD4 | .547 | | VALID |
| Intensitas | | | |
| PD5 | .684 | | VALID |
| PD6 | .788 | | VALID |
| PD7 | .726 | | VALID |

| | | | |
|------|------|--|-------|
| PD8 | .675 | | VALID |
| PD9 | .751 | | VALID |
| PD10 | .795 | | VALID |
| PD11 | .775 | | VALID |
| PD12 | .658 | | VALID |

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS 22, 2019.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan variabel X, yang berjumlah 12 pertanyaan dinyatakan valid, sehingga seluruh pertanyaan variabel X dapat digunakan dalam penelitian resmi.

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

| Dimensi dan Indikator | R hitung | R tabel | Keterangan |
|------------------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| Minat Transaksional | | 0.361 | |
| MB1 | .588 | | VALID |
| MB2 | .545 | | VALID |
| Minat Referensial | | | |
| MB3 | .672 | | VALID |
| MB4 | .690 | | VALID |
| Minat Preferensial | | | |

| | | | |
|------------------------------|------|--|-------|
| MB5 | .761 | | VALID |
| MB6 | .504 | | VALID |
| Minat Eksploratif | | | |
| MB7 | .373 | | VALID |
| MB8 | .483 | | VALID |
| MB9 | .743 | | VALID |

Sumber: Hasil olahan peneliti menggunakan SPSS 22, 2019.

Berdasarkan tabel di atas dijabarkan bahwa seluruh pertanyaan variabel Y, yang berjumlah 9 pertanyaan dinyatakan valid dan layak untuk digunakan pada kuesioner resmi.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015, p. 182), reliabilitas adalah derajat konsistensi suatu instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel apabila instrumen tersebut digunakan untuk mengukur objek/subjek yang sama oleh orang yang sama atau berbeda dalam waktu yang berbeda, akan menghasilkan data yang relatif sama.

Dwi Priyatno (2009, p. 26), menjelaskan cara untuk menguji realibilitas, yakni dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach. Uji reliabilitas dilaksanakan dengan melihat nilai Alpha Cronbach dari tiap-tiap indikator dalam instrument.

1. Apabila Cronbach Alpha's yang dihasilkan $> 0,60$ maka butir-butir instrument penelitian tersebut dinyatakan reliabel .

2. Apabila Cronbach Alpha's yang dihasilkan $< 0,60$ maka butir-butir instrument tersebut dinyatakan kurang reliabel.

3.6.2.1 Uji Reliabilitas Pre-test

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel Pesan Diskon (X)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .906 | 12 |

Sumber: Hasil olahan penelitian menggunakan SPSS 22, 2019.

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil Cronbach's Alpha > 0.60 , sehingga variabel X dinyatakan reliabel.

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .759 | 9 |

Sumber: Hasil olahan penelitian menggunakan SPSS 22, 2019.

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil Cronbach's Alpha > 0.60 , sehingga variabel Y dinyatakan reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Koefisien Korelasi

Menurut Kriyantono (2006, p. 172) menjelaskan bahwa uji koefisien korelasi digunakan untuk melihat derajat hubungan di antara dua atau lebih dari dua variabel. Nilai korelasi antara variabel X dan Y berkisar antara -1 sampai dengan +1.

Uji koefisien korelasi ini bertujuan untuk melihat kekuatan hubungan variabel “Pesan Diskon” sebagai variabel bebas mempengaruhi variabel “Minat Beli” sebagai variabel terkait.

3.7.2 Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana.

Menurut Sugiyono (2016, p. 188), persamaan regresi sederhana dengan satu prediktor dirumuskan sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Dependent)

a = Konstanta atau bila harga

X = 0

b = Koefisien regresi, besaran akibat yang ditimbulkan oleh faktor penyebab

X = Variabel Bebas (Independent)

Keseluruhan tahap analisis data ini akan diolah oleh peneliti dengan menggunakan Statistical Package for Social Science versi 22 untuk mengetahui apakah variabel pesan diskon (X) memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel minat beli (Y).