

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Konten Instagram GrabProtect Terhadap Minat Menggunakan Grab pada Masa Pandemi” dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif fokus kepada hal yang dapat diukur dengan angka dan nyata. Menurut Basuki (2010, p. 72) penelitian yang menggunakan metode kuantitatif ingin membuktikan sesuatu, penelitian ini ingin menunjukkan apakah adanya hubungan antara variabel, dan membuktikan sebuah teori.

Penelitian ini bersifat eksplanatif. Tujuan dari eksplanatif adalah untuk mencari hubungan dan sebab akibat dari variabel yang ingin diteliti (Kriyantono, 2012, p.69). Penelitian ini ingin meneliti mengenai hubungan pengaruh konten Instagram GrabProtect (variabel X) terhadap minat menggunakan Grab pada masa pandemi (variabel Y).

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan cara survei. Pengumpulan data dalam survei dilakukan menggunakan kuesioner, dengan tujuan mendapatkan informasi dari responden yang mewakili populasi (Kriyantono 2012, p.59).

Kuesioner (Basuki, 2010, p.155) adalah pertanyaan yang terstruktur dan diisi sendiri oleh responden. Hasil akhir penelitian didapatkan dari pengolahan hasil responden menggunakan SPSS versi 25.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi (Sugiyono, 2014, p.80) adalah responden penelitian dengan kualitas dan karakteristik yang sudah ditentukan, sehingga mendapatkan hasil untuk ditelaah dan ditarik kesimpulan.

Peneliti memilih *followers* (pengikut) dari akun sosial media Instagram Grab (@grabid) sebagai populasi. Instagram adalah media sosial yang aktif digunakan oleh Grab. Instagram Grab memberikan informasi mengenai aktivitas Grab seperti GrabProtect, *event*, dan aktivitas lainnya. Peluang *followers* Instagram Grab untuk melihat konten GrabProtect semakin besar, sehingga pesan yang ingin disampaikan Grab mengenai GrabProtect dapat tersampaikan dengan cepat dan luas. *Followers* Instagram Grab yaitu sebanyak 1.000.000 (pada tanggal 21 Oktober 2020).

3.3.2 Sampel

Sampel (Basuki, 2010, p.128) adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang akan diteliti. Peneliti menarik sampel dengan teknik *non-probability*, yaitu *purposive sampling*. Dalam melakukan teknik

purposive sampling peneliti memilih sampel berdasarkan dengan kriteria yang sudah ditentukan.

Dalam penelitian, peneliti menentukan kriteria responden yaitu *followers* Instagram Grab (@grabid). Perhitungan pengambilan sampel pada penelitian ini berdasarkan dengan ukuran minimum responden menurut Malhotra dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Ukuran Minimum Responden

| Jenis Studi | Ukuran Minimum | Selang |
|----------------------------|----------------|----------------|
| Identifikasi masalah | 500 | 1.000-2.500 |
| Riset penyelesaian masalah | 200 | 300-500 |
| Uji produk | 200 | 300-500 |
| Uji studi pemasaran | 200 | 300-500 |
| Periklanan | 150 | 200-300 |
| Uji audit pasar | 10 toko | 10-20 toko |
| <i>Focus groups</i> | 6 kelompok | 10-15 kelompok |

Sumber: Malhotra, 2017

Media sosial adalah sarana periklanan di era *digital* (Yogantari, 2019, p.3). Maka dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan jenis studi *advertising* sebanyak 150 responden.

3.4 Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (konten Instagram GrabProtect), dan variabel terikat (minat menggunakan Grab). Berikut adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian:

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel X dan Y

| Variabel | Dimensi | Indikator | Pernyataan |
|---|--------------------|---|---|
| Konten Grab Protect (Duncan. 2008) | <i>Lifestyle</i> | Situasi atau gaya hidup sesuai dengan kebutuhan | Konten GrabProtect menampilkan konten dengan pendekatan gaya hidup di era new normal |
| | | | Konten GrabProtect menggambarkan transportasi di era new normal |
| | | | Konten GrabProtect menggambarkan transportasi online tetap mementingkan kesehatan di era new normal |
| | <i>Association</i> | Koneksi psikologis antara merek dengan konsumen | Konten GrabProtect mengasosiasikan Grab adalah transportasi online yang sesuai dengan protokol kesehatan di era new normal |
| | | | Konten GrabProtect mengasosiasikan kebersihan dan kesehatan dalam transportasi online di era new normal |
| | | | Konten #GrabProtect menampilkan pengalaman masyarakat yang menggunakan transportasi online Grab yang sesuai dengan protokol |

| | | | |
|--|--------------------------|-----------------------------|--|
| | <i>Emotion</i> | Perasaan konsumen | Konten GrabProtect menepis kekhawatiran masyarakat untuk tetap bisa menggunakan transportasi online sesuai dengan protokol kesehatan di era new normal |
| | | | Konten GrabProtect menampilkan caption yang persuasif untuk menggunakan Grab sebagai transportasi online yang tetap aman dan nyaman di era new normal |
| | <i>Incentive</i> | Penghargaan kepada konsumen | Grab memberikan promo menarik kepada pelanggan selama pandemi |
| | | | Grab memberikan GrabRewards berupa point setelah konsumen menggunakan layanan Grab |
| Minat Menggunakan Grab (Zhehui Xiao, et. al dalam jurnal Zufaldi, 2019) | Minat Eksploratif | Mencari informasi | Saya akan mencari tahu informasi GrabProtect melalui Instagram @grabid |
| | | | Saya akan mencari review GrabProtect melalui Instagram @grabid |
| | | | Saya akan mencari informasi mengenai GrabProtect dengan menggunakan #GrabProtect |

| | | | |
|--|----------------------------|-------------------------|---|
| | Minat Preferensial | Kecenderungan | Saya memilih menggunakan jasa layanan transportasi online Grab dibanding yang lainnya |
| | Minat Transaksional | Keinginan untuk membeli | Saya akan menggunakan Grab saat pandemi karena adanya GrabProtect |

Sumber: Olahan Peneliti

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode kuesioner dilakukan dengan menyebarkan beberapa pernyataan atau pertanyaan yang tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2014, p.199).

3.6 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* adalah alat ukur guna mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu kejadian (Sugiyono 2014, p.93).

Skala *likert* dalam penelitian ini adalah skala empat poin. Pemilihan skala empat point untuk meminimalisir jawaban dari responden yang netral atau ragu-ragu. Pilihan jawaban dalam kuesioner adalah Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. Agar mendapatkan hasil yang maksimal, kuesioner yang disebar sudah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dulu.

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ardianto (2014, p.187) Validitas adalah suatu keabsahan atau akurasi dari alat ukur. Pengujian ini dilakukan agar adanya ketepatan indikator dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan kepada 30 responden terlebih dahulu yang diambil dari *followers* Instagram Grab. Hasil uji coba kepada 30 responden akan diolah menggunakan SPSS versi 25.

Penelitian ini menggunakan r tabel untuk melihat validitas dengan *degree of freedom* (df) = n-2, yaitu 30-2 = 28 dengan tingkat korelasi 5%. Dari r tabel untuk n 28 didapatkan nilai r sebesar 0,361. Pernyataan dapat dikatakan valid jika nilai r hitung harus diatas dari 0,361 dan nilai signifikan (*Sig.*) dibawah 0,05.

Tabel 3.3 Uji Validitas – Konten Instagram GrabProtect (X)

| Indikator | r hitung | Sig. | r tabel | Kriteria Uji |
|--------------------|----------|------|---------|--------------|
| <i>Lifestyle</i> | | | | |
| X1 | .707 | .000 | .361 | Valid |
| X2 | .585 | .001 | .361 | Valid |
| X3 | .630 | .000 | .361 | Valid |
| <i>Association</i> | | | | |
| X4 | .589 | .001 | .361 | Valid |
| X5 | .498 | .005 | .361 | Valid |
| X6 | .824 | .000 | .361 | Valid |
| <i>Emotion</i> | | | | |
| X7 | .577 | .001 | .361 | Valid |
| X8 | .516 | .004 | .361 | Valid |
| <i>Incentive</i> | | | | |

| | | | | |
|-----|------|------|------|-------|
| X9 | .481 | .007 | .361 | Valid |
| X10 | .704 | .000 | .361 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 3.3 setiap indikator Variabel X (Konten Instagram GrabProtect) dapat dinyatakan valid karena mendapatkan hasil r hitung diatas 0,361 dan signifikasi (*Sig.*) dibawah 0,05.

Tabel 3.4 Uji Validitas – Minat Menggunakan (Y)

| Indikator | r hitung | Sig. | r tabel | Kriteria Uji |
|----------------------------|----------|------|---------|--------------|
| Minat Eksploratif | | | | |
| Y1 | .791 | .000 | .361 | Valid |
| Y2 | .897 | .000 | .361 | Valid |
| Y3 | .919 | .000 | .361 | Valid |
| Minat Preferensial | | | | |
| Y4 | .775 | .000 | .361 | Valid |
| Minat Transaksional | | | | |
| Y7 | .848 | .000 | .361 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 3.4 setiap indikator Variabel Y (Minat Menggunakan Grab) dapat dinyatakan valid karena mendapatkan hasil r hitung diatas dari 0,361 dan signifikasi (*Sig.*) dibawah 0,05.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah pengukuran untuk melihat seberapa besar suatu alat ukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan (Ardianto, 2014, p.189).

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan metode *AlphaCronbach*. Menurut Rusman (2013, p.57) terdapat 5 tingkat reliabilitas.

Tabel 3.5 Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai *Alpha*

| Koefisien R | Reliabilitas |
|--------------------|---------------------|
| 0,8000 – 1,0000 | Sangat Tinggi |
| 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |
| 0,4000 – 0,5999 | Sedang/Cukup |
| 0,2000 – 0,3999 | Rendah |
| 0,0000 – 0,1999 | Sangat Rendah |

Sumber: Tedu Rusman, 2013, p.57

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas – Konten Instagram GrabProtect (X)

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|-------------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .799 | 10 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 3.6 hasil dari uji reliabilitas variabel X (Konten Instagram GrabProtect) adalah 0,799 sehingga dapat dikatakan reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi.

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas – Minat Menggunakan Grab (Y)

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|-------------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .901 | 5 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 3.7 hasil dari uji reliabilitas variabel Y (Minat Menggunakan Grab) adalah 0,901 sehingga dapat dikatakan reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi.

3.6.3 Teknik Analisa Data

Dalam menguji hipotesis penelitian, peneliti menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika nilai $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima
2. Jika nilai $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima, dan H_1 ditolak

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear. Menurut Pramesti (2014, 0.101) analisis regresi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel. Uji regresi dilakukan untuk menguji pengaruh variabel X (konten Instagram GrabProtect) terhadap variabel Y (minat menggunakan GrabProtect).

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Konten Instagram GrabProtect)

X : Variabel bebas (Minat Menggunakan Grab)

a : Konstanta (nilai Y apabila X=0)

b : Koefisien regresi