

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat dan Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah sebuah cara yang dipakai untuk mendapatkan suatu data yang valid ataupun taktik yang dilakukan sebagai langkah yang perlu dilalui dalam memecahkan permasalahan dan dapat meraih tujuan tertentu (Sugiyono, 2012, p. 4). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2012, p. 14) mengatakan bahwa penelitian kuantitatif ialah sebuah metode penelitian yang di dalamnya berdasarkan pada positivisme, dipakai untuk melakukan suatu studi dari populasi dan sejumlah sampel, dan teknik pengambilannya sampel ini biasa dilakukan mengacak, sedangkan analisis data dari penelitian kuantitatif sendiri memiliki tujuan untuk menguji sebuah hipotesis yang telah ditentukan.

Penelitian ini merupakan studi eksplanatif, artinya dapat menjelaskan generalisasi sampel kepada populasinya, atau menjelaskan perbedaan, hubungan, ataupun pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini mencari pengaruh *influencer* sebagai variabel *independent* terhadap kesadaran merek Whitelab sebagai variabel *dependent*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini merupakan metode survei, yaitu dilakukan dengan cara membagikan pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang mempunyai tujuan seperti memahami mengapa sebuah fenomena atau situasi itu terjadi ataupun faktor apa yang mempengaruhi terjadinya situasi tersebut. Metode survei dijalankan pada sebuah populasi yang besar ataupun kecil, data sampel yang telah diambil dari populasi tersebut adalah data yang dipelajari,

sehingga adanya kejadian relatif dan adanya hubungan antara variabel psikologis maupun sosiologis (Sugiyono, 2012, p. 11). Hamdi dan Bahruddin (2014, p. 6) mengemukakan tiga karakteristik utama dari sebuah survei:

1. Informasi dapat diperoleh dari sekumpulan besar orang yang menggambarkan beberapa aspek seperti kemampuan, demografis, keyakinan, dan sikap.
2. Informasi berasal dari pertanyaan (tertulis maupun lisan)
3. Informasi bukan diperoleh dari populasi, melainkan sampel.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi memiliki definisi sekumpulan atau sekelompok objek yang sedang menjadi sasaran di penelitian (Bungin, 2013, p. 101). Pengertian lainnya dari populasi dari Sugiyono (2015, p. 190) yaitu area umum yang terdiri dari objek atau topik berkualitas dan suatu karakteristik yang telah ditentukan dan disimpulkan dalam penelitian ini untuk dipelajari. Populasi yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *followers* dari Whitelab di Instagram. Whitelab memiliki *followers* sebanyak kurang lebih 314 ribu pengikut di Instagram pada tanggal 30 Mei 2021.

3.3.2 Sampel

Sampel didefinisikan sebagai sebuah bagian dari populasi yang diperoleh dengan beberapa metode atau teknik dan digeneralisasikan ke populasi. Metode pemilihan sampel disebut juga dengan teknik *sampling* (Suryani dan Hendryani, 2015, p. 192). Teknik pengambilan sampel non probabilistik yang memiliki jenis *purposive sampling* adalah teknik yang digunakan dalam penelitian ini yang memiliki arti tidak memberikan peluang yang sama untuk masing-masing sampel populasi. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel menurut kriteria- kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut.

1. Mengikuti akun Instagram *influencer* Titan Tyra.

2. Mengetahui merek Whitelab.

Dalam penentuan jumlah responden, penelitian ini merujuk pada Malhotra. Menurut Malhotra (2017), jumlah sampel minimum dalam sebuah penelitian membutuhkan sebanyak 200 orang responden. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menggunakan 200 responden dengan kriteria-kriteria yang telah dijabarkan.

3.4 Operasional Variabel

Variabel adalah fitur yang akan diamati dari unit observasi (Hamdi & Abdurahman, 2014, p. 33). Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu *influencer* sebagai variabel X dengan empat dimensi yaitu *Authenticity*, *Brand Fit*, *Community*, dan *Content*. Dimensi tersebut dan indikator kemudian peneliti jabarkan dan menjadi kuisioner untuk diisi oleh responden.

Tabel 3.1 Indikator *Influencer* (X)
(Backaler, 2018, p. 28)

Dimensi	Indikator	Butir pernyataan
<i>Authenticity</i>	Kredibel dan bersikap netral	1. Titan Tyra sudah sesuai dengan bidangnya yaitu memiliki wawasan di bidang kecantikan. 2. Titan Tyra memberikan <i>review</i> produk yang sebenarnya yaitu sesuai dengan fakta dan opininya.

<p><i>Brand Fit</i></p>	<p>Kesesuaian antara <i>personal branding influencer</i> dan <i>brand image</i></p>	<p>3. Titan Tyra telah sesuai dengan merek Whitelab yaitu mengedepankan produk kecantikan.</p> <p>4. Titan Tyra telah sesuai dengan merek Whitelab yaitu peduli dengan kesehatan kulit wajah.</p>
<p><i>Community</i></p>	<p><i>Reach, Resonance, Relevance</i></p>	<p>5. Titan Tyra memiliki jangkauan audiens yang luas, dengan <i>followers</i> yang banyak (di atas 100ribu)</p> <p>6. Titan Tyra mampu menghasilkan konten yang inovatif dalam suatu topik sehingga kontennya layak mendapatkan <i>like, comment</i>, ataupun <i>share</i> dari sebagian besar <i>followersnya</i>.</p> <p>7. Titan Tyra mampu menghasilkan konten yang relevan dengan topik yang disukai oleh <i>followers</i>.</p>

<i>Content</i>	<i>Engagement</i> yang dibangun melalui konten kreatif	<p>8. Titan Tyra mampu menghasilkan konten yang konsisten dengan ciri khas tersendiri sehingga berbeda dari <i>influencer</i> lainnya (cara melakukan review maupun bercerita)</p> <p>9. Titan Tyra mampu membuat komunikasi dua arah melalui kontennya (membalas respon <i>followers</i> di <i>direct message</i>)</p>
----------------	--	---

Variabel Y penelitian ini yaitu *brand awareness*. Dimensi yang digunakan dalam *brand awareness* atau kesadaran merek adalah *brand recognition* dengan indikatornya mengetahui sebuah merek dan *brand recall* yang memiliki indikator dapat mengingat merek. Dimensi tersebut dan indikator akan dijabarkan dan menjadi kuisisioner yang kemudian diisi oleh responden.

Tabel 3.2 Indikator *Brand Awareness* (Y)
(Keller, 2013, p. 74)

Dimensi	Indikator	Pernyataan
<i>Brand Recognition</i>	Mengenali merek	10. Saya mengetahui bahwa Whitelab adalah merek <i>skincare</i> .

		<p>11. Saya bisa mengenali merek Whitelab saat melihatnya di toko kecantikan.</p> <p>12. Saya mengetahui varian produk dari Whitelab.</p>
<i>Brand Recall</i>	Kemampuan mengingat kembali sebuah merek	<p>13. Saya mengingat merek Whitelab saat ingin mencoba merek <i>skincare</i> baru.</p> <p>14. Saya bisa menyebutkan merek Whitelab ketika diminta menyebutkan salah satu merek <i>skincare</i> lokal.</p> <p>15. Saya mengingat merek Whitelab saat membahas <i>skincare</i> dengan harga terjangkau.</p> <p>16. Saya mengingat merek Whitelab saat membicarakan merek <i>skincare</i> yang cocok untuk permasalahan kulit orang Indonesia (kusam, berminyak, dan berjerawat karena paparan sinar matahari dan polusi udara)</p>

Sumber: Data Olahan, 2021

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan diperoleh dari hasil penelitian dan berbagai dokumen yang disebut data primer dan sekunder. Selain itu, pengumpulan data dipakai sebagai data informasi sebagai penunjang utama penelitian.

3.5.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2017), data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari pemberi data kepada pengumpul data. Kuesioner adalah data primer yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pengukuran Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat terhadap suatu fenomena. Setiap jawaban memiliki skor yang berisi rincian evaluasi seperti yang terincikan dalam tabel nilai Skala Likert sebagai berikut ini.

Tabel 3.3 Nilai *Skala Likert*

Skala	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2017

3.5.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017, p. 14), data sekunder memiliki definisi sumber data yang diperoleh melalui penelitian, membaca, dan pemahaman terhadap media lain (antara lain dari buku, literatur, dan dokumen). Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa jurnal, buku, artikel, skripsi maupun tesis penelitian sebelumnya, dan data di internet.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan prosedur pengujian isi instrumen yang dirancang sebagai pengukur ketepatan instrumen yang dipakai dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2017, p. 41). Selain itu, validitas adalah keabsahan atau akuratnya alat ukur (Ardianto, 2014, p. 187).

3.6.1.1 Pre-test

Menurut Gray (dalam Tukiran, 2012, p.190), untuk melakukan uji *pre-test*, responden sejumlah 30 responden diasumsikan telah cukup memadai. Pada penelitian ini, uji *pre-test* dilakukan kepada 30 responden dengan beberapa kriteria, yaitu *followers @Whitelab_id* di Instagram, wanita dan pria, dan pernah berinteraksi dengan konten *influencer* yang mempromosikan *Whitelab*. Penelitian ini menggunakan SPSS 25.

Uji *pre-test* membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Tingkat toleransi kesalahan yang digunakan sebesar 5%. Maka, pada r tabel nilai r untuk $df = 30 - 2 = 28$ dengan tingkat kesalahan 5% adalah 0,361 yang berasal dari r tabel. Sehingga semua pernyataan yang mempunyai r hitung melebihi r tabel (r hitung > 0,361) yang dianggap valid (Siregar, 2010, p.167).

Tabel 3.4
Tabel Hasil Uji Validitas Data Variabel X

Item Pernyataan	r hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	r tabel	Sig (0,05)	Keterangan
X1	0,635	0,361	0,001	Valid
X2	0,397		0,030	Valid
X3	0,379		0,039	Valid
X4	0,678		0,001	Valid
X5	0,636		0,001	Valid
X6	0,518		0,003	Valid
X7	0,537		0,002	Valid
X8	0,508		0,004	Valid
X9	0,647		0,001	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 8 pernyataan dalam variabel *influencer* yang valid karena memiliki r hitung lebih besar dari 0,361 dan sigma yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, seluruh pernyataan tersebut dapat dilanjutkan untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.5
Tabel Hasil Uji Validitas Data Variabel Y

Item Pernyataan	r hitung (<i>Pearson Correlation</i>)	r tabel	Sig (0,05)	Keterangan
Y1	0,399	0,361	0,029	Valid
Y2	0,722		0,001	Valid
Y3	0,592		0,001	Valid
Y4	0,779		0,001	Valid
Y5	0,573		0,001	Valid

Y6	0,440		0,015	Valid
Y7	0,779		0,001	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 7 pernyataan dalam variabel *brand awareness* valid karena memiliki r hitung lebih besar dari 0,361 dan sigma yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, seluruh pernyataan tersebut dapat dilanjutkan untuk digunakan dalam penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan salah satu indikator keandalan alat ukur (Ardianto, 2014, p. 189). Menurut Ghozali (2013), uji statistik *Cronbach Alpha*, sebuah variabel dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil nilai *Cronbach Alpha* >0,60. Berikut adalah tabel tingkat reliabilitas berdasarkan nilai *Alpha*.

Tabel 3.6
Tingkat Reabilitas berdasarkan Nilai *Alpha*

Alpha	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

Sumber: Ghozali, 2013

Penelitian ini melakukan pengujian validitas dan reliabilitas pada populasi yaitu *followers* dari akun Instagram Whitelab dan *influencer* yang mempromosikan Whitelab.

3.6.2.1 Uji Reliabilitas Data *Pre-Test*

Pada penelitian ini, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan sekali pengukuran yang kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain. Alat yang digunakan untuk mengukur adalah SPSS 25 yang sudah ada fasilitas untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Menurut Ghozali (2013), uji statistik *Cronbach Alpha*, sebuah variabel dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil nilai Cronbach Alpha >0,60.

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* Variabel X

Jumlah Item Variabel X	Nilai Cronbach's Alpha	Komparasi	Kesimpulan
9	0,739	Nilai Cronbach's Alpha > 0,60	Reliabel

Sumber: Olahan Data SPSS 25, 2021

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa ada butir pernyataan sebanyak 9 buah dengan nilai Cronbach Alpha 0,739 yaitu lebih besar dari 0,60, maka berdasarkan dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, seluruh item pernyataan untuk variabel X adalah reliabel.

Tabel 3.8

Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* Variabel Y

Jumlah Item Variabel Y	Nilai Cronbach's Alpha	Komparasi	Kesimpulan
7	0,768	Nilai Cronbach's Alpha > 0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2021

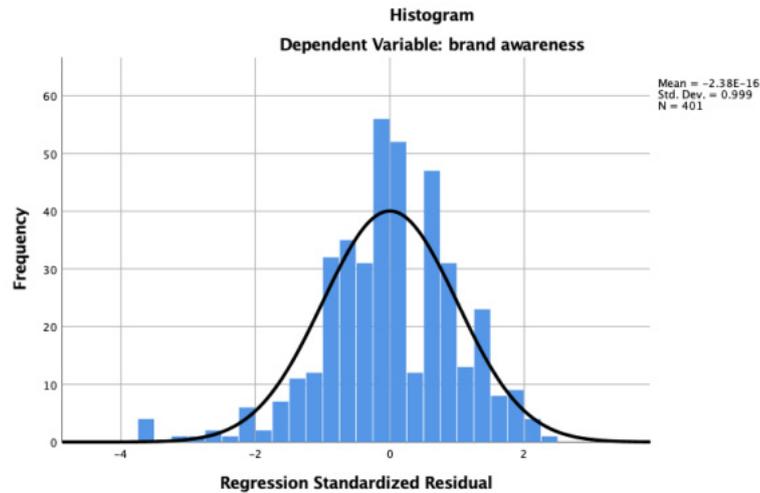
Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa ada butir pernyataan sebanyak 7 buah dengan nilai Cronbach Alpha 0,768 yaitu lebih besar dari 0,60, maka berdasarkan dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, seluruh item pernyataan untuk variabel Y adalah reliabel dan dapat dilanjutkan untuk pernyataan kuesioner.

3.7 Teknik Analisis Data

3.6.3 Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji normalitas plot probabilitas (P-Plot) dan histogram untuk mengukur data terdistribusi secara normal atau tidak dan Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov untuk membandingkan distribusi kumulatif dan normal (Ghozali, 2013). Pengambilan keputusan diambil dengan dasar jika hasil data pada P-Plot menyebar di sekitar garis diagonal, data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas. Untuk histogram, jika garis membentuk lonceng, maka data terdistribusi normal.

Gambar 3.1 Contoh Histogram Terdistribusi Normal



Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2021

Normalitas data juga akan diuji secara statistik yang akan ditempuh melalui uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* untuk melihat dengan pasti apakah data yang dikumpulkan dapat dinyatakan terdistribusi dengan normal. Data dapat dikatakan terdistribusi normal jika memenuhi kriteria nilai signifikansi $> 0,05$. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$, data nilai residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2013).

3.6.4 Uji Regresi

Uji regresi linier sederhana adalah teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Ghozali (2013, p. 93), tujuan regresi adalah mencari nilai rata-rata suatu variabel terikat dengan cara menaikkan atau menurunkan nilai variabel tersebut. Menggunakan satu variabel bebas dan satu variabel terikat, penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana. Rumus persamaan regresi linear sederhana menurut Sugiyono (2017, p .261) sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen / terikat

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel Independen / bebas