

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif ini peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan pengikut akun Instagram @byooteofficial sebagai fokus populasi dan sampel penelitian. Dengan metode penelitian kuantitatif, penggunaan angka-angka yang ada akan menghasilkan data yang dapat mempengaruhi variabel dan seberapa besar pengaruh variabel tersebut. Dalam penelitian ini dilakukan penggabungan logika dengan melakukan pengamatan empiris dan dilanjutkan dengan observasi guna menghasilkan hasil yang objektif atas sebab-akibat yang dimanfaatkan untuk meneliti gejala sosial tertentu (Neuman, 2014, pp. 96-97).

Sifat dari penelitian ini adalah eksplanasi (*explanatory research*) yang artinya adalah penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2017, p. 6). Maka dari itu, tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara terpaan media Instagram Byoote terhadap *purchase decision* pada pengikut akun Instagram @byooteofficial, serta mengukur besarnya pengaruh yang dihasilkan dari penelitian ini.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan sebuah cara ilmiah yang memiliki tujuan untuk mendapatkan suatu data dengan maksud dan kegunaan

tertentu (Sugiyono, 2017, p. 2). Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut (Kriyantono, 2014, p. 59) metode survei adalah suatu metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen dari pengumpulan data. Mempunyai tujuan untuk mendapatkan data responden yang menjadi suara/pikiran dari populasi yang dipilih dan sesuai dengan lingkungan dari objek penelitian. Menurut (Kriyantono, 2014, p. 97) kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang memiliki isi beberapa daftar pernyataan yang harus diisi oleh responden. Hasilnya nanti akan diolah dengan menggunakan *software* SPSS, dengan guna untuk mendapatkan hasil akhir penelitian yang nantinya akan diolah menjadi satu kesimpulan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu aspek yang terdiri dari obyek maupun subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu serta telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti, sehingga nanti dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017, p. 80). Berdasarkan pemaparan diatas, populasi yang peneliti tetapkan adalah pengikut dari akun @byooteofficial yang terhitung 144.000 orang (terhitung 17 September 2020).

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi (Sugiyono, 2017, p. 81). Teknik pengambilan

sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu Teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012, p. 68). Berdasarkan pemaparan diatas, sampel yang peneliti pilih adalah:

- a. Berjenis kelamin perempuan maupun laki-laki.
- b. Berumur 17-50 tahun.
- c. Mengetahui produk Byoote maupun akun @byooteofficial
- d. Mengikuti akun @byooteofficial di Instagram.

Untuk menghitung besaran sampel yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus Taro Yamane.

Gambar 3.1 Rumus Taro Yamane

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi yang diketahui

d = presisi yang ditetapkan

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

$$n = \frac{144.000}{144.000.0.05^2 + 1}$$

$$n = \frac{144.000}{360 + 1}$$

$$n = \frac{144.000}{361}$$

$$n = 398,891 = \mathbf{399 \text{ orang.}}$$

Dari perhitungan diatas, maka dari itu dapat ditarik kesimpulan dan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini yaitu sebesar 400 responden.

3.4 Operasionalisasi Variabel/ Kategorisasi

Dalam sebuah penelitian, operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini menjadi sebuah konsep, dimensi, indikator, maupun ukuran yang hingga pada akhirnya mengarah kepada variabel lainnya. Selain itu, fungsi dari adanya operasionalisasi variabel ini sendiri adalah juga agar memudahkan pengertian dan meminimalisir adanya kesalahpahaman atau perbedaan persepsi oleh pembaca.

Berikut tabel yang merupakan operasionalisasi variabel dari penelitian ini:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Konsep	Dimensi	Indikator	Skala	Kategori
Variabel X	Frekuensi	Seberapa sering responden melihat unggahan gambar/ video/ foto dari akun @byooteofficial.	Ordinal	1-4

Terpaan Media Sosial Instagram @byooteofficial		Seberapa sering responden memberikan <i>like</i> pada unggahan akun @byooteofficial.	
	Durasi	Seberapa lama responden menggunakan media sosial Instagram dalam satu hari.	Likert
	Atensi	Seberapa baik responden memperhatikan isi pesan yang terdapat pada unggahan @byooteofficial. Seberapa baik responden menerima isi pesan yang terdapat pada unggahan @byooteofficial. Seberapa baik responden memahami isi pesan yang terdapat pada unggahan @byooteofficial.	Likert
Variabel Y <i>Purchase Decision</i>	Pengenalan Kebutuhan	Kebutuhan responden akan minuman kolagen.	Likert
	Pencarian Informasi	Responden mencari informasi mengenai brand produk minuman kolagen. Responden mencari manfaat mengenai minuman kolagen. Responden mencari minuman kolagen di Instagram. Responden mencari minuman kolagen di internet.	Likert
	Evaluasi Alternatif	Responden membandingkan minuman kolagen sejenis dari harga produk.	Likert

		Responden membandingkan minuman kolagen sejenis dengan melihat <i>review</i> dari orang lain.		
	Keputusan Pembelian	Responden membeli produk Byoote karena iklan dari Instagram. Responden membeli produk Byoote karena terpengaruh teman/ influencer. Responden membeli produk Byoote karena promosi yang dilakukan Byoote di Instagram. Responden membeli Byoote dari situs web. Responden membeli Byoote dari distributor.	Likert	

(Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, tahap pengumpulan data adalah tahapan yang sangat menentukan proses dan hasil dari penelitian yang akan diteliti.

Berdasarkan cara penyusunan pertanyaan, teknik kuesioner ini terbagi menjadi 2 yakni kuesioner terbuka dan tertutup. Sedangkan penelitian ini mengacu pada penggunaan kuesioner tertutup, dan pertanyaan-pertanyaan yang dituliskan telah disediakan pilihan jawabannya sehingga responden yang menerima dapat langsung memilih salah satu dari jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Selain itu, pada kuesioner ini menggunakan skala Ordinal & skala Likert.

Skala ordinal merupakan skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, melainkan juga menyatakan sebuah peringkat yang diukur dengan tujuan untuk memberikan informasi berupa nilai pada suatu jawaban (Sugiyono, 2017). Skala Likert merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang suatu fenomena (Sarwono, 2011, p. 153). Skala Likert biasanya menyediakan empat sampai tujuh pilihan dengan format sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

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

(Sumber: Jonathan Sarwono, 2011)

Peneliti mengkategorikan dari hasil skala likert sebagai berikut:

- Sangat tidak setuju berarti berada pada tingkatan yang sangat tinggi.
- Tidak Setuju berarti berada pada tingkatan yang tinggi.
- Setuju berarti berada pada tingkatan yang rendah.
- Sangat setuju berarti berada pada tingkatan yang sangat rendah.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Pada tahap uji validitas dan reliabilitas berguna untuk menguji apakah instrumen pengambilan data yang berupa kuesioner terbentuk ke

dalam poin-poin pertanyaan yang valid. Dalam penelitian ini, teknik pengukuran data akan dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS.

Dalam menggunakan pendekatan kuantitatif, uji validitas dan reliabilitas merupakan syarat yang mutlak dan harus dipenuhi sifatnya (Sarwono, 2011, p. 18). Karena hasilnya akan menentukan kualitas hasil penelitian ini dan generalisasi penggunaan metode yang sejenis.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian tepat atau tidak (Sugiyono, 2010, p. 14).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas *pearson correlation*. Melakukan uji validitas yaitu menguji signifikansi dengan membandingkan r tabel dan r hitung untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ (Ghozali, 2018, p. 51). Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan r hitung $> r$ tabel.

3.6.2.1 Uji Validitas *Pre-Test*

Sebelum menyebarkan kuesioner kepada jumlah responden yang telah peneliti tentukan, peneliti telah melakukan uji validitas terhadap instrumen-instrumen pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner agar secara keseluruhan dapat diukur dan validitasnya dapat dipertanggungjawabkan untuk disebarkan.

Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25 dan telah terkumpul sebanyak 25 responden. Kemudian untuk tingkat toleransi kesalahan dalam proses pengujian ini adalah sebesar 5% atau 0,05. Selain itu, untuk nilai r tabel *pearson* untuk $n=25$ adalah sebesar 0,396. Maka dari itu, pada akhirnya hanya pernyataan yang memiliki nilai r hitung lebih dari r tabel dapat dikatakan valid.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Variabel Terpaan Media (X)

Item Pernyataan	Nilai <i>Pearson Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Sig. (0,05)	Ket.
X1	0,728	0,396	0,000	VALID
X2	0,838		0,000	VALID
X3	0,898		0,000	VALID
X4	0,884		0,000	VALID
X5	0,756		0,000	VALID
X6	0,722		0,000	VALID
X7	0,584		0,002	VALID

(Sumber: Data Olahan SPSS, 2021)

Berdasarkan Tabel 3.3 diatas, terdapat 7 pernyataan pada variabel terpaan media (X) yang memiliki nilai r hitung $>$ r tabel yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan tingkat signifikansi 5%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa 7 pernyataan yang telah disusun oleh peneliti bersifat **valid**.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas *Pre-Test* Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item Pernyataan	Nilai <i>Pearson Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Sig. (0,05)	Ket.
Y1	0,491	0,396	0,013	VALID
Y2	0,716		0,000	VALID
Y3	0,687		0,000	VALID
Y4	0,687		0,000	VALID
Y5	0,581		0,002	VALID
Y6	0,731		0,000	VALID
Y7	0,727		0,002	VALID
Y8	0,734		0,000	VALID
Y9	0,844		0,000	VALID
Y10	0,806		0,000	VALID
Y11	0,579		0,002	VALID
Y12	0,731		0,000	VALID

(Sumber: Data Olahan SPSS, 2021)

Berdasarkan Tabel 3.4 diatas, terdapat 12 pernyataan pada variabel *purchase decision* (Y) yang memiliki nilai r hitung > r tabel yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan tingkat signifikansi 5%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa 12 pernyataan yang telah disusun oleh peneliti bersifat **valid**.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Nawawi (Azwar, 2012, p. 148) reliabilitas adalah gejala yang tampak dalam pengumpulan data pertama tetap bertahan atau tidak berubah pada pengukuran kedua dan seterusnya bila dipergunakan alat yang

sama. Pengujian reliabilitas ini dapat diukur dengan membandingkan hasil pengujian *reliability statistic* dengan tabel reliabilitas berdasarkan tingkat nilai *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2018). Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari r tabel, maka instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel. Berikut tabel yang menunjukkan interpretasi dari nilai reliabilitas menurut Offirstson.

Tabel 3.5 Tabel Nilai Koefisien Reliabilitas

Nilai Koefisien Reliabilitas	Interpretasi
$r < 0,20$	Sangat Rendah
$0,20 \leq r < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r < 0,70$	Sedang
$0,70 \leq r < 0,90$	Tinggi
$0,90 \leq r < 1,00$	Sangat Tinggi

(Sumber: (Offirstson, 2014, p. 22))

3.6.2.1 Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
0,886	7

(Sumber: Data Olahan SPSS, 2021)

Dapat dilihat dari Tabel 3.6 diatas bahwa nilai *Cronbach's Alpha* telah mencapai 0,886 yang berarti variabel terpaan media (X) memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas *Pre-Test* Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
0,901	12

(Sumber: Data Olahan SPSS, 2021)

Dapat dilihat dari Tabel 3.7 diatas bahwa nilai *Cronbach's Alpha* telah mencapai 0,901 yang berarti variabel *purchase decision* (Y) memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data dapat dikatakan terdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik apabila hasilnya memiliki nilai residual yang terdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2018, p. 161). Terdapat 2 cara untuk dapat mengetahui apakah data penelitian terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018, p. 163), sebagai berikut:

1. Analisis Grafik

Analisis grafik dapat menentukan apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak dengan cara melihat arah garis pada grafik P-Plot atau *probability plot*. Dasar pengambilan kesimpulan melalui grafik tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Apabila data yang tersebar mengikuti garis diagonal yang tertera, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Sedangkan apabila data yang tersebar tidak mengikuti garis diagonal yang tertera, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik

Analisis statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah dengan menggunakan uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan menetapkan angka signifikansi sebesar 0,05. Uji ini dapat dilakukan apabila mengawalinya dengan membuat hipotesis sebagai berikut (Ghozali, 2018, p. 166):

- a. H_0 , apabila nilai signifikansi hitung $> 0,05$, maka data dapat dikatakan normal.
- b. H_a , apabila nilai signifikansi hitung $< 0,05$, maka data tidak dapat dikatakan normal.

Pada penelitian ini, pada 400 responden yang telah dihitung dalam rumus Taro Yamane sebelumnya menghasilkan nilai signifikansi pada uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* 0,000. Sehingga angka tersebut memberikan arti $0,000 < 0,05$ atau dapat diartikan data yang terdistribusi dalam penelitian

ini tidak normal. Maka dari itu diperlukan adanya *outlier* data. *Outlier* merupakan data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari sebuah observasi data dan muncul dalam bentuk nilai yang ekstrim (Ghozali, 2018). Setelah mendapatkan hasil bahwa ke 400 data berdistribusi tidak normal maka peneliti melakukan uji *outlier*, uji *outlier* dilakukan dengan melihat grafik *box plot*, yaitu angka-angka yang terletak diluar *box plot* adalah angka-angka yang perlu dihilangkan sehingga pada nantinya, data yang terdistribusi dalam penelitian akan menjadi normal. Tentunya akan menghilangkan banyak dikitnya data dalam penelitian ini atau dapat dikatakan $n \neq 400$.

3.7.2 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi dilakukan dengan upaya untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari terpaan media terhadap *purchase decision*. Menurut Kriyantono (Teori Praktis Riset Komunikasi, 2014, p. 182) terdapat rumus untuk menguji regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Artinya:

Y = variabel tidak bebas (*purchase decision*).

X = variabel bebas (terpaan media).

A = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila $X = 0$.

B = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel.

Dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai signifikansi probabilitas itu $< 0,05$ maka H_a dari penelitian ini dapat diterima, dan H_0 ditolak. Jika nilai signifikansi probabilitas itu $> 0,05$ maka H_a penelitian ini ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat dijabarkan sebagai berikut sebagai hipotesis riset dari penelitian ini:

- a. H_a : Terdapat pengaruh dari terpaan media sosial Instagram @byooteofficial terhadap *purchase decision* pengikutnya.
- b. H_0 : Tidak terdapat pengaruh dari terpaan media sosial Instagram @byooteofficial terhadap *purchase decision* pengikutnya.

Selain hipotesis riset diatas, peneliti juga dapat menjabarkan hipotesis statistik penelitian ini sebagai berikut:

- a. H_a diterima apabila nilai signifikansi uji regresi $< 0,05$ dan H_0 ditolak.
- b. H_0 diterima apabila nilai signifikansi uji regresi $> 0,05$ dan H_a ditolak.

Analisis data ini akan mulai dilakukan ketika kuesioner yang disebarakan peneliti kepada 365 responden sudah terpenuhi. Kemudian, peneliti akan mengolah data di aplikasi IBM SPSS Statistics 25 untuk dapat mengetahui apakah variabel X penelitian ini (terpaan media) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (*purchase decision*).

Selain itu, analisis korelasi dan tingkatan korelasi pada variabel terpaan media terhadap *purchase decision* dapat dilihat dalam nilai R pada tabel *model summary*. Terdapat juga pedoman penarikan kesimpulan pada tingkat koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3.8 Tingkat Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber: (Sugiyono, 2017))