

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Dilihat pada jenisnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitiannya. Metode kuantitatif dipakai guna meneliti populasi dan sampel tertentu dengan teknik pengambilan yang dilakukan dengan acak. Data dikumpulkan dengan memakai instrument penelitian serta sifat analisis data kuantitatif statistik yang bertujuan dapat menguji hasil hipotesis (Sugiyono, 2015).

Penelitian yang dilakukan ini bersifat eksplanatif dengan bentuk hubungan kausal. Penelitian eksplanatori adalah sebuah penelitian yang dapat menjelaskan terkait hubungan kausal antara satu variabel dengan variabel lainnya yang berpengaruh pada hipotesis (Sugiyono, 2015). Ada dua variabel pada penelitian ini yang dihubungkan dan nantinya akan dijelaskan mengenai hubungan variabel yang diteliti dan sebesar apa pengaruhnya tersebut. Alasan penggunaan jenis penelitian eksplanatori adalah guna melakukan uji hipotesis yang disebutkan agar bisa menjelaskan tentang pengaruh dari variabel bebas (pengaruh media sosial) terhadap variabel yang terikat (*brand awareness*).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian ialah cara yang ilmiah guna memperoleh sebuah data dengan kegunaan serta tujuan khusus. Pada penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei merupakan penyelidikan yang dilakukan untuk mendapatkan sejumlah fakta berdasarkan semua gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual, baik mengenai institusi sosial, politik, hingga ekonomi di suatu kelompok ataupun daerah tertentu (Nazir, 2013).

Metode survei melakukan pembedahan serta dapat mengenali masalah yang ada hingga mendapatkan pembenaran dari keadaan dan sejumlah praktek yang berlangsung. Peneliti menggunakan metode survei secara *online* dengan menyebarkan kuisisioner ke seluruh responden yang telah ditetapkan menjadi sampel pada penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan subjek, bisa juga disebut sebagai fenomena atau variabel hingga konsep. Kita bisa melakukan penelitian kepada tiap orang dalam sekumpulan populasi guna mengetahui tentang sifat dari populasi tertentu (Morrisan, 2012). Ukuran populasi pada penelitian ini cukup banyak, yaitu berdasarkan jumlah pengikut akun Secondate Beauty, terdapat 115.000 pengguna aktif di media sosial *Instagram*. Oleh karena itu, peneliti memakai rumus Taro Yamane agar mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut:

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

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

d : level signifikansi

level signifikansi berbeda antara tiap bidang. Pada bidang teknik level signifikansinya adalah 1% atau 0,01. Sedangkan bidang sosial level signifikansinya adalah 5% atau 0,05. Dan untuk bidang politik level signifikansinya adalah 10% atau 0,10. Karena penelitian ini di bidang sosial, batas toleransi kesalahan yang digunakan adalah 5%. Jika semakin kecil batas toleransi kesalahannya, maka sampelnya menjadi semakin banyak.

$\begin{aligned} n &= \frac{115.000}{(115.000 \times 0,0025) + 1} \\ &= \frac{115.000}{287,5 + 1} \\ &= 398,61 \approx 400 \end{aligned}$

Dari hasil penentuan rumus di atas, maka sampelnya adalah 400 orang. Dalam penelitian kali ini, peneliti memilih 400 orang pengikut akun *Instagram* Secondate Beauty dari keseluruhan 115.000 orang pengikut sebagai *sampel*.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel merupakan suatu nilai dari objek ataupun kegiatan yang bervariasi yang dipilih untuk dipelajari hingga kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini terdapat satu variabel independen yaitu kampanye media sosial serta satu variabel dependen yaitu *Brand awareness*.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	PERNYATAAN
Kampanye Media Sosial (Gregory, 2014)	Format	1. Gaya Bahasa pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada kampanye Secondate Beauty menggunakan gaya Bahasa yang tidak formal 2. Gaya Bahasa pesan dalam kampanye Secondate Beauty mudah dipahami
		2. Model tulisan (font)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tulisan pada konten kampanye Secondate Beauty menarik perhatian saya
	Tone (nuansa)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana kampanye 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kampanye Secondate Beauty memberikan perasaan tenang 2. Kampanye Secondate Beauty membawakan suasana yang menarik
	Konteks	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompleksitas pesan dalam kampanye 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan dalam kampanye Secondate Beauty bersifat sederhana, namun perlu fokus untuk memahaminya 2. Saya berpikir dua kali untuk memahami pesan kampanye Secondate Beauty
	Waktu	1. Durasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memerlukan sedikit waktu untuk memahami kampanye Secondate Beauty
		2. Pembaruan pesan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan yang disampaikan dalam kampanye bersifat baru

	Pengulangan	1. Repetisi pesan	1. Saya melihat kampanye Secondate Beauty lebih dari sekali
Brand Awareness (Kartajaya, 2010)	<i>Brand Unware</i>	1. Wawasan tentang industri terkait	1. Saya sering menggunakan berbagai produk kecantikan, namun baru pertama kali mendengar Secondate Beauty 2. Saya baru mengetahui brand Secondate Beauty setelah melihat kampanye Secondate Beauty
	<i>Brand Recognition</i>	1. Pengenalan terhadap brand	1. Saya mulai mengingat nama Secondate Beauty setelah melihat kampanye Secondate Beauty 2. Hanya dengan melihat logo, saya dapat mengenali Secondate Beauty 3. Hanya dengan melihat warna (pink muda), saya dapat mengenali Secondate Beauty
	<i>Brand Recall</i>	1. Kemampuan mengingat brand tanpa bantuan	1. Ketika sedang membahas produk kecantikan, nama Secondate Beauty terlintas dalam pikiran saya.
	<i>Top of Mind</i>	1. Melekatnya brand dengan industri terkait	1. Ketika hendak berbelanja produk kecantikan, Secondate Beauty yang pertama kali muncul dalam benak saya

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara strategis di suatu penelitian, karena memiliki tujuan yang utama dalam memperoleh data. Salah satu teknik dalam mengumpulkan data adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik dalam mengumpulkan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden dan responden diminta menjawab daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut yang nantinya hasil tersebut akan dikembalikan lagi kepada peneliti (Sugiyono, 2015). pada penelitian ini, digunakan teknik kuisisioner dengan skala likert sebagai pengukurnya. Dengan skala ini, variabel dalam penelitian nantinya akan dijabarkan menjadi indikator variabel, yang mana indikator variabel ini bisa menjadi tolak ukur untuk membuat poin pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner. Dalam penelitian ini skala diukur menjadi empat tahap yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Setuju
4. Sangat Setuju

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu pengujian berguna untuk mengetahui sampai sejauh mana kemampuan alat pengukur yang digunakan saat

mengukur hal – hal yang hendak akan diukur dan bukan mengukur hal lain. Dengan melakukan uji validitas, maka dapat diketahui bahwa poin – poin dalam kuisisioner yang telah dibuat valid atau tidak. Kuisisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner bisa untuk mengungkapkan hal yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2018).

Peneliti melakukan uji validitas menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan rumus Pearson. Peneliti menyebarkan kuisisioner ke 30 orang dengan tingkat toleransi kesalahan sebanyak 5 % (0,05). R table dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dengan tingkat toleransi kesalahan 5 % adalah 0,361. Maka pada uji validitas ini, pernyataan atau pertanyaan akan valid jika r hitung lebih besar dari 0,361 (Sugiyono, 2010).

Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X

		Hasil Hitung	Keterangan
X1	Pearson Correlation	.603**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	
X2	Pearson Correlation	.629**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	
X3	Pearson Correlation	.786**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	

X4	Pearson Correlation	.562**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.008	
	N	30	
X5	Pearson Correlation	.428**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	30	
X6	Pearson Correlation	.526**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.010	
	N	30	
X7	Pearson Correlation	.750**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	30	
X8	Pearson Correlation	.711**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	
X9	Pearson Correlation	.587**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	
X10	Pearson Correlation	.720**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	

Sumber : Hasil olah data peneliti

Berdasarkan tabel di atas, r hasil hitung variabel X melebihi dari standar r tabel yaitu 0,361. Sehingga bisa disimpulkan jika semua item atau poin pada variabel X valid dan dapat digunakan dalam penyebaran kuisioner.

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Y

		Hasil Hitung	Keterangan
Y1	Pearson Correlation	.660**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	
Y2	Pearson Correlation	.679**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	
Y3	Pearson Correlation	.757**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	
Y4	Pearson Correlation	.744**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.008	
	N	30	
Y5	Pearson Correlation	.768**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	30	
Y6	Pearson Correlation	.692**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.010	
	N	30	

Y7	Pearson Correlation	.618**	VALID
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	30	

Sumber : Hasil olah data peneliti

Berdasarkan tabel di atas, r hasil hitung variabel Y melebihi dari standar r tabel yaitu 0,361. Sehingga bisa disimpulkan jika semua item atau poin pada variabel Y valid dan dapat digunakan dalam penyebaran kuisioner.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Setelah semua item atau poin kuisioner dikatakan valid, selanjutnya peneliti melakukan uji terhadap reliabilitas. Reliabilitas berguna dalam mengetahui apakah hasil pengukuran dengan alat atau instrument yang dipakai dalam penelitian bisa dipercaya atau tidak (Suryabrata, 2012). Suatu variabel bisa dinyatakan reliabel jika angka dari Cronbach's Alpha melebihi angka 0,70 (Ghozali, 2018).

Tabel 3.4 Pre-test Uji Reliabilitas Variabel X

X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.819	10

Sumber : Data hasil olahan peneliti

Berdasarkan data di atas, nilai Cronbach's Alpha menunjukkan angka 0,852 yang berarti lebih besar dari 0,70. Sehingga variabel X dalam

penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk penyebaran kuisioner kepada responden.

Tabel 3.5 Pre-test Uji Reliabilitas Variabel Y

Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.829	7

Sumber : Data hasil olahan peneliti

Berdasarkan data di atas, nilai Cronbach's Alpha menunjukkan angka 0,888 yang berarti lebih besar dari 0,70. Sehingga variabel Y pada penelitian ini dikatakan reliabel serta layak dipakai untuk penyebaran kuisioner kepada responden.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan guna mengetahui kuatnya hubungan antara variabel yang diteliti dalam penelitian sebagai bentuk pengujian hipotesis (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini digunakan korelasi Pearson. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka kedua variabel saling berkorelasi. Sedangkan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka kedua variabel tidak berkorelasi. Untuk mengetahui nilai koefisien korelasi dengan acuan tabel di bawah ini.

Tabel 3.6 Nilai Cronbach's Alpha

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, 2015)

3.7.2 Uji Regresi

Regresi adalah suatu cara sederhana yang bisa digunakan dengan tujuan menginvestigasi hubungan fungsional antar variabel dalam bentuk matematis (Nawari, 2010). Pada penelitian ini memakai analisis regresi sederhana karena masing – masing hanya ada satu variabel dependen dan variabel independen. Berikut ini adalah bentuk regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

Y = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X = 0

B = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independent

3.7.3 Uji Hipotesis

Hipotesis terbagi menjadi dua. Yang pertama adalah hipotesis penelitian yang merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah yang ada pada penelitian. Lalu yang kedua adalah hipotesis statistik yang diuji datanya secara statistik. Dalam hipotesis statistik, terbagi menjadi dua opsi yaitu H_0 yang berarti tidak ada perbedaan antara statistik dengan parameter dan H_a yang berarti adanya perbedaan antara statistik dengan parameter.

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$; maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$; maka H_0 diterima dan H_a ditolak

H_0 : Tidak ada pengaruh kampanye media sosial Instagram Secondate Beauty terhadap *brand awareness* pada pengikut akun Instagram Secondate Beauty

H_a : Ada pengaruh kampanye media sosial Instagram Secondate Beauty terhadap *brand awareness* pada pengikut akun Instagram Secondate Beauty.