

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis & Sifat Penelitian

Pada penelitian ini, menggunakan paradigma *positivisme* yang merupakan ilmu sosial digunakan untuk mendapatkan penjelasan ilmu terhadap sebab/ akibat berdasarkan prediksi terhadap tanda-tanda tertentu yang berasal dari gejala sosial yang terlihat (Neuman, 2013, p. 72). Penelitian ini menggunakan sifat eksplanatif yang dipilih dengan tujuan untuk menguji hubungan antara variabel untuk mengetahui atas pengaruh atau hubungan yang saling berpengaruh antar satu dengan variabel lainnya (Bungin dalam Handayani, 2017).

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan kepada *positivism*, yang digunakan untuk meneliti pada sampel atau populasi tertentu, untuk pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan statistik atau analisis data dan instrumen penelitian yang bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan deksriptif merupakan metode yang digunakan bertujuan untuk mengetahui keberadaan variabel sendiri, baik hanya pada variabel independen maupun variabel bebas.

Di dalam penelitian ini, menggunakan survei sebagai metode dengan menyebarkan kuesioner sebagai sumber data utama dalam pengumpulan data. Hasil responden dari kuesioner yang berupa angka tersebut, kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS untuk melakukan pengujian regresi dan korelasi.

3.3 Populasi & Sampel

Melakukan penyebaran kuesioner diperlukannya target populasi beserta sampel yang ingin dituju.

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017), bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga mendapatkan kesimpulan.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019, p . 127). Prosedur dalam pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu teknik dengan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2017, p. 85), teknik *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan suatu pertimbangan tertentu.

Menurut Widiyanto (dalam Firdiyansyah, 2017), bahwa untuk mengukur populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga untuk menghitung jumlah sampel digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah Sampel

Z = Nilai Z dengan tingkat keyakinan ditentukan 95%, maka nilai Z = 1,96 (tabel distribusi normal).

Moe = *Margin of Error* atau kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel yang dapat diambil sebesar:

$$N = 1,96^2 / 4 (0,10)^2$$

$$N = 96,04$$

Dari hasil perhitungan rumus diatas maka dapat diperoleh jumlah sampel sebesar 96, atau dilakukan pembulatan menjadi 100 responden. Berdasarkan sampel diatas, kriteria *purposive sampling* penelitian ini adalah:

1. Pengguna aplikasi blu by BCA Digital.
2. Mengetahui Instagram @blubybcadigital.

3. Berusia 17 tahun hingga 55 tahun.
4. Warga negara Indonesia.

3.4 Operasional Variabel/ Konsep

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat nilai dari orang, kegiatan dan objek, yang mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017).

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
VARIABEL X KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Pulizzi, 2014:80)	<i>Real-Time</i>	<i>Trend</i>	1. Konten Instagram @blubybcadigital memberikan informasi promo terbaru aplikasi blu.	Likert 1-4
	<i>Fact-Driven</i>	<i>Credibility</i>	2. Informasi yang diberikan dalam konten akun Instagram @blubybcadigital tentang aplikasi blu dapat dipercaya.	Likert 1-4
		<i>Responsibility</i>	3. Konten Instagram @blubybcadigital menampilkan data tentang aplikasi blu yang sudah dapat dipastikan kebenarannya.	Likert 1-4
	<i>Visual</i>	<i>Images</i>	4. Gambar yang ditampilkan pada Instagram story akun Instagram @blubybcadigital tentang aplikasi blu menarik. 5. Gambar yang ditampilkan pada Instagram feeds akun Instagram @blubybcadigital tentang	Likert 1-4

			aplikasi blu menarik.	
		<i>Color</i>	6. Warna biru muda digunakan pada akun Instagram @blubybcadigital sebagai identitas aplikasi blu. 7. Warna konten yang disajikan pada akun Instagram @blubybcadigital selalu mengandung unsur biru muda.	Likert 1-4
		<i>Layout</i>	8. Penataan pada Instagram <i>feeds</i> akun Instagram @blubybcadigital tentang aplikasi blu menarik. 9. Kombinasi warna pada penataan Instagram <i>feeds</i> akun Instagram @blubybcadigital menarik.	Likert 1-4
	<i>Efficient</i>	<i>Quality</i>	10. Konten akun Instagram @blubybcadigital memberikan pengetahuan tentang aplikasi blu.	Likert 1-4
		<i>Quantity</i>	11. Akun Instagram @blubybcadigital mengunggah <i>feeds</i> tentang aplikasi blu secara rutin.	Likert 1-4
	<i>Curated</i>	<i>Finding</i>	12. Informasi tentang aplikasi blu mudah ditemukan melalui akun Instagram @blubybcadigital.	Likert 1-4
		<i>Organized</i>	13. Konten media sosial Instagram @blubybcadigital beragam. 14. Konten media sosial Instagram	Likert 1-4

			@blubybcadigital tersusun dengan baik.	
		<i>Sharing</i>	15. Akun Instagram @blubybcadigital membagikan informasi tentang aplikasi blu dengan mengunggah <i>feeds</i> Instagram. 16. Akun Instagram @blubybcadigital membagikan informasi tentang aplikasi blu dengan mengunggah <i>story</i> Instagram.	Likert 1-4
VARIABEL Y BRAND AWARENESS (Keller 2013:73)	<i>Brand Recognition</i>	Mengenal <i>Brand</i>	1. Saya dapat mengenali aplikasi blu hanya dengan melihat logo. 2. Saya dapat mengenali aplikasi blu hanya dengan melihat warna yang didominasi berwarna biru muda.	Likert 1-4
	<i>Brand Recall</i>	Mengingat <i>Brand</i>	3. Saya mengingat aplikasi blu ketika ingin melakukan transaksi. 4. Saya mengingat aplikasi blu ketika ingin menabung. 5. Saya mengingat aplikasi blu ketika ingin menarik tunai tanpa kartu. 6. Saya mengingat aplikasi blu ketika melihat aplikasi yang didominasi berwarna biru muda.	Likert 1-4

(Sumber: Olahan Peneliti, 2022)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data terdiri dari dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama, asli atau langsung yang diperoleh peneliti melalui instrumen yang telah dipersiapkan untuk menjawab masalah penelitian yang diajukan, sedangkan data sekunder adalah data tambahan atau data eksternal (Sinambela, 2021, p. 185-187).

Menurut Sugiyono (2017), kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini, hasil data yang diperoleh dari kuesioner merupakan instrumen yang digunakan untuk memperoleh data primer. Data yang diperoleh dari survei, berupa responden dan dikumpulkan melalui beberapa daftar pertanyaan atau kuesioner terstruktur. *Google forms* digunakan sebagai media pengumpulan data yang didistribusikan kepada responden secara *online*, sedangkan untuk memperoleh data sekunder, berupa buku, jurnal, & internet.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Setiap pertanyaan atau pernyataan responden harus mendukung sebuah pernyataan untuk dipilih. Dengan skala likert, responden memilih jawaban dari variabel yang dipecah menjadi bagian dari indikator variabel dan masing-masing indikator variabel mempunyai instrumen yang dijadikan tolak ukur dalam sebuah pertanyaan atau pernyataan. Dalam penelitian ini digunakan angket dengan skala likert sebagai bentuk instrumen, yang dimodifikasi dengan evaluasi sebagai berikut; Sangat Setuju (SS) Skor 4, Setuju (S) Skor 3, Tidak Setuju (TS) Skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS). Menurut Sutrisno Hadi (dalam jurnal Putra, 2019), modifikasi skala likert ini bertujuan untuk menghilangkan kelemahan-kelemahan yang terdapat pada skala lima poin.

Modifikasi skala likert meniadakan kategori jawaban yang ditengah berdasarkan dua alasan:

1. Kategori ragu-ragu itu mempunyai arti bersifat ganda, atau berarti belum mendapatkan keputusan dalam memberi jawaban, bisa juga diartikan sebagai netral, tidak setuju pun tidak, setuju pun tidak dan bahkan bersifat keraguan yang membingungkan. Kategori jawaban berganda ini berarti tidak ingin diharapkan di dalam suatu instrumen terhadap kajian (*multi interpretable*).
2. Timbulnya jawaban berupa ragu-ragu/ jawaban yang tengah, cenderung akan mengarah ke jawaban antara setuju dan tidak setuju. Dengan kata lain jawaban tersebut merupakan *central tendency effect* yaitu keraguan responden dalam menjawab pertanyaan. Di dalam penelitian, akan mengalami kehilangan banyak data penelitian dari responden seperti informasi dan pokok penting dari pertanyaan yang disediakan, apabila menyediakan kategori jawaban ragu-ragu tersebut.

4.6.1 Uji Validitas

Untuk memperoleh data, alat ukur yang digunakan harus melalui pengujian validitas terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2017, p. 177), bahwa instrumen yang menghasilkan nilai valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sebelum dilakukannya analisis validitas untuk mengetahui tingkat relevansi tidaknya terhadap suatu pertanyaan tentang hal yang ingin diukur, diperlukannya untuk memperoleh hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Kemudian, selanjutnya bisa dilakukan pengujian terhadap instrumen yang bertujuan untuk mengukur tingkat kebaikan suatu instrumen.

Uji validitas yang digunakan adalah *pearson correlation* dengan menguji signifikansi r tabel, kemudian dibandingkan dengan r hitung untuk df (*degree of freedom*) = n-2 (Ghozali, 2018). Jika nilai signifikansi

< 0,05 (lebih kecil dari 0,05) dan r hitung > r tabel (r hitung lebih besar dari r tabel).

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Dimensi	Item Pernyataan	R hitung (Pearson Correlation)	R tabel	Sig.	Ket
Konten Media Sosial Instagram (X)	Real-Time	X1	0,437	0,361	0,016	VALID
	Fact-Driven	X2	0,394	0,361	0,031	VALID
		X3	0,629	0,361	0,000	VALID
	Visual	X4	0,400	0,361	0,028	VALID
		X5	0,468	0,361	0,009	VALID
		X6	0,539	0,361	0,002	VALID
		X7	0,697	0,361	0,000	VALID
		X8	0,619	0,361	0,000	VALID
		X9	0,503	0,361	0,005	VALID
	Efficient	X10	0,449	0,361	0,013	VALID
		X11	0,567	0,361	0,001	VALID
	Curated	X12	0,591	0,361	0,001	VALID
		X13	0,465	0,361	0,010	VALID
		X14	0,530	0,361	0,003	VALID
		X15	0,520	0,361	0,003	VALID
		X16	0,702	0,361	0,000	VALID
Brand Awareness (Y)	Brand Recognition	Y1	0,515	0,361	0,004	VALID
		Y2	0,636	0,361	0,000	VALID
	Brand Recall	Y3	0,792	0,361	0,000	VALID
		Y4	0,755	0,361	0,000	VALID
		Y5	0,505	0,361	0,004	VALID
		Y6	0,809	0,361	0,000	VALID

(Sumber: Output SPSS, 2022)

Berdasarkan pada hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26 terhadap 22 pernyataan, memperoleh hasil keseluruhan yang valid, karena jika dibandingkan r hitung dengan r tabel menunjukkan hasil di atas 0,361, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

4.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017), bahwa untuk dikatakan instrumen tersebut reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur nilai suatu objek yang sama, maka akan menghasilkan persamaan data. Menurut Ghozali (2018, p. 48), instrumen pada penelitian bisa dinyatakan reliabel apabila nilai reliabel pada tabel tersebut tidak memperoleh nilai yang lebih tinggi. Sebelum membandingkan terhadap penyesuaian atas dasar tingkat reliabilitas, diperlukannya pengujian reliabilitas terlebih dahulu, sehingga hasil angkanya bisa diukur berdasarkan Tabel 3.3 dibawah ini.

Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha

Cronbach's 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, 2018)

Tabel 3.4 Hasil Reliabilitas X

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	16

(Sumber: Output SPSS, 2022)

Tabel 3.4 di atas menunjukkan bahwa setelah dilakukannya uji reliabilitas pada variabel konten media sosial Instagram (X), memperoleh hasil *cronbach's alpha* sebesar 0,831 yang dapat disimpulkan bahwa variabel konten media sosial sangat reliabel.

Tabel 3.5 Hasil Reliabilitas Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	6

(Sumber: Output SPSS, 2022)

Pada Tabel 3.5 di atas menunjukkan bahwa setelah melakukan uji reliabilitas pada variabel *brand awareness* (Y), memperoleh hasil *cronbach's alpha* sebesar 0,759 yang merupakan kategori reliabel untuk variabel tersebut.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012, p. 31) bahwa penelitian yang menggunakan metode kuantitatif ini, menggunakan statistik merupakan teknik analisis data, sehingga dapat menggunakan jenis statistik berupa statistik induktif/ inferensial atau deskriptif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik non-parametris (Sugiyono 2012, p. 31). Pada penelitian ini, dilakukan secara *random*. Data hasil analisis selanjutnya daisajikan dan diberikan pembahasan secara menyeluruh. Penyajian data dapat berupa tabel, tabel distribusi frekuensi, grafik batang, grafik garis, dan diagram lingkaran.

3.7.1 Analisis Korelasi

Analisis Korelasi bertujuan untuk mengetahui seberapa erat hubungan 2 variabel yaitu variabel X (independen) dengan variabel Y (dependen), dengan kata lain untuk mencari tahu seberapa kuat atau lemahnya hubungan antara variabel X dan variabel Y. Analisis Korelasi menunjukkan lemah atau kuatnya hubungan antara kedua variabel dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi, sedangkan kekuatan

dan arah hubungan antara dua variabel atau lebih, yang dinyatakan dalam bentuk sebab akibat atau hubungan yang negatif atau positif.

Menurut Sugiyono (2017, p. 228), bahwa untuk mencari tahu terhadap hubungan yang signifikan & positif antar kedua variabel X (independen) yaitu *brand awareness* dengan variabel Y (dependen) perilaku nasabah, maka dari itu Di dalam penelitian ini, menggunakan rumus analisis korelasi dari *pearson* yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\}(\sqrt{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2})}}$$

Keterangan:

R = Koefisien Korelasi

N = Jumlah Sampel

Y = Variabel Dependen (*Brand Awareness*)

X = Variabel Independen (Konten Media Sosial Instagram)

Tabel 3.6 Skala Interval Koefisien Korelasi

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

(Sumber: Sugiyono, 2017, p. 184)

Dalam penelitian ini, hasil koefisien ditunjukkan kepada simbol “r” yang berarti koefisien korelasi. Hasil dapat dikatakan hubungan yang positif sempurna

antara kedua variabel tersebut, jika koefisien korelasi (r) bernilai +1, sebaliknya apabila nilai koefisien (r) memiliki hasil nilai antara -1 sampai dengan +1 maka dapat dikatakan negatif sempurna.

3.7.2 Uji Normalitas

Pada umumnya, uji normalitas dalam suatu variabel dapat terdeteksi dengan melalui uji grafik atau statistik. Untuk mengetahui dan menghindari keberadaan terhadap distribusi jawaban normal/ tidaknya, diperlukan uji normalitas untuk mengolah data dengan tujuan variabel yang memiliki residual atau pengganggu bisa teratasi. Ghozali (2018, p. 161).

Menurut Ghozali (2018), bahwa terdiri dari dua fondasi untuk mengambil suatu kesimpulan di dalam pemilihan uji normalitas dinyatakan normal apabila grafik histogram serta tersebar disekitar garis yang berbentuk diagonal atau garis dengan mengikuti arah diagonal tersebut.

1.7.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan kepada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono 2017, p. 216).

Persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan (Variabel Dependen)

a = Nilai konstanta regresi.

b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila (+) maka naik dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Variabel independen.

3.7.4 Uji Frekuensi Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017, p. 147), analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data tertentu dengan menggambarkan data yang

dikumpulkan apa adanya, tanpa bermaksud menarik kesimpulan apa pun yang relevan dengan penerapan umum, atau generalisasi. Untuk mengevaluasi variabel X dan Y, analisis yang digunakan didasarkan pada nilai mean (rata-rata) masing-masing variabel. Rerata yang dihasilkan dari penambahan sebanyak pada setiap variabel kemudian dibagi dengan jumlah responden.

