

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu untuk penelitian yang akan dilakukan dimulai terhitung dari bulan Mei 2022 hingga bulan Juli 2022 guna mendapatkan hasil kuesioner dari responden. Fokus penelitian terhadap *followers* media sosial Instagram @Sasamelezatkan dengan menyebarkan kuesioner yang telah dibuat. Guna mempercepat penyelesaian penelitian, maka pengumpulan informasi akan dilakukan terhitung sejak bulan April hingga Juli 2022 dengan menyebar kusioner hingga pengolahan data.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:14).

C. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah kuantitatif eksplanatif. Secara rincinya Sugeng (2022:28) menjelaskan bahwa penelitian eksplanatif ialah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji dan menjelaskan hubungan (kausal) antarvariabel. Penelitian survei merupakan penelitian dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau interview supaya nantinya menggambarkan berbagai aspek dari populasi menurut Fraenkel dan wallen dalam Hardani, dkk (2020:54).

Menurut Hardani, dkk (2020:54) penelitian survei adalah penelitian yang bertujuan untuk:

- 1) Mencari informasi faktual yang mendetail yang mencandra gejala yang ada
- 2) Mengidentifikasi masalah-masalah atau untuk mendapatkan justifikasi keadaan dan kegiatan kegiatan yang sedang berjalan
- 3) Untuk mengetahui hal-hal yang dilakukan oleh orang-orang yang menjadi sasaran penelitian dalam memecahkan masalah, sebagai bahan penyusunan rencana dan pengambilan keputusan dimasa mendatang.

D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:61). Berdasarkan hubungan antara

satu variabel dengan variabel lainnya, peneliti menggunakan variabel yang terkait dengan penelitian ini yakni:

a) *Variabel Independen*

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predicator*, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

b) *Variabel Dependen*

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2015:61)

2. Operasional Variabel

Table 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Brand Trust (X)</i> Lau dan Lee 2005) dalam Adhari (2021:58-64)	1. <i>Brand Characteristic</i>	a. <i>Brand reputation</i> (Merek memiliki reputasi yang baik) b. <i>Brand predictability</i> (Merek meningkatkan kepercayaan karena konsistensi dan kualitas) c. <i>Brand competence</i> (Merek dapat menyelesaikan permasalahan dan kebutuhan konsumen)
	2. <i>Company Characteristic</i>	a. <i>Trust in company</i> (Mempercayai perusahaan) b. <i>Company perceived motives</i> (Perusahaan layak untuk dipercayai) 3. <i>Company integrity</i> (Perusahaan memiliki integritas tinggi)

	3. <i>Consumer-brand Characteristic</i>	<p>a. <i>Similarity between consumer self-concept</i> (Memilih merek karena kesamaan dengan diri konsumen)</p> <p>b. <i>Liking the brand</i> (Konsumen memilih merek karena menyukainya)</p> <p>c. <i>Experience with the brand</i> (Memilih merek karena telah mendapatkan pengalaman baik)</p> <p>d. <i>Satisfaction with the brand</i> (Kepuasan akan merek dapat memenuhi dan melampaui ekspektasi)</p> <p>e. <i>Peer support</i> (Memilih merek karena pengaruh individu lain)</p>
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Armstrong (2018:176-178)	1. Pengenalan Kebutuhan	<p>1. Konsumen mengenali suatu masalah atau kebutuhan</p> <p>2. Kebutuhan yang dipicu oleh internal ataupun eksternal</p>
	2. Pencarian Informasi	<p>1. Konsumen mencari informasi tentang merek</p> <p>2. Konsumen akan mencari informasi melalui teman atau keluarga</p> <p>3. Konsumen mendapatkan informasi media sosial atau internet</p>
	3. Evaluasi Alternatif	<p>1. Membandingkan merek dengan merek lainnya</p> <p>2. Konsumen membandingkan manfaat merek</p>
	4. Keputusan Pembelian	<p>1. Konsumen menyukai merek</p> <p>2. Konsumen mendapatkan dorongan dari orang lain</p> <p>3. Konsumen mendapatkan dorongan dari situasi</p>
	5. Perilaku Pasca Pembelian	<p>1. Kepuasan konsumen akan merek yang digunakan</p> <p>2. Dapat menuhi kebutuhan konsumen</p>

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2015:17).

Populasi yang dijadikan penelitian adalah pengguna Instagram yang telah mengikuti akun @Sasamelezatkan dan memberikan *like* serta komentar. Maka didapatkan sebanyak 257 populasi dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Followers Instagram @Sasamelezatkan
- b) Memberikan *like* dan komentar pada postingan Sasa Santan Kelapa di Instagram @Sasamelezatkan pada tanggal 9 dan 16 Juli 2022
- c) Sudah pernah membeli Sasa Santan Kelapa sebagai bahan masakan dan makanan

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:118). Menurut Usman dalam Agus Suradika dan Dirgantara Wicaksono (2019:54) ada beberapa kriteria pengambilan sampel, yakni:

- a. Tentukan daerah generalisasi.
- b. Tentukan batas-batas yang tegas tentang sifat-sifat populasi.
- c. Tentukan sumber-sumber informasi tentang populasi.

- d. Pilihlah teknik sampling dan hitunglah besar anggota sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Maka untuk mengetahui berapa responden yang akan diteliti, dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin.

Keterangan :

e : Nilai Ketelitian (Batas Ketelitian)

n : Besaran Sampel

N : Besaran Populasi

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

$$n = \frac{257}{1 + 257 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{257}{1 + 257 \cdot 0.01}$$

$$n = \frac{257}{1 + 2,57}$$

$$n = \frac{257}{3.57}$$

$$n = 71.98 \text{ (Dibulatkan menjadi 72)}$$

Hasil perhitungan yang telah didapatkan adalah 71,988 dan dibulatkan menjadi 72 responden.

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2015: 120) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *probability sampling* yang akan digunakan yaitu *simple random*

sampling karena peneliti akan mengambil sampel secara acak dari populasi tanpa memperhatikan strata yang ada.

F. Pengukuran dan pengamatan Variabel Penelitian

Pengukuran yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk Menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2015: 134-135).

Dalam penelitian ini skala likert yang digunakan berbentuk kata-kata dengan hasil skor yang sesuai untuk mendapatkan jawaban dari responden atas responnya terhadap tolak ukurnya terhadap item instrument.

Table 3.2
Skala *Likert*

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

(Sumber: Sugiyono,2015)

G. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian dapat dilakukan dengan berbagai cara untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang dilakukan. Meskipun dengan banyaknya metode penelitian yang ada tetapi semua pada dasarnya memiliki tujuan yang sama untuk mendapatkan data ataupun

informasi guna menjawab dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dengan objektif.

1) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data ke pada pengumpul data atau peneliti yang di mana hasil sumber data tersebut akan di olah menjadi data yang lebih terstruktur dan valid guna menjawab hasil penelitian yang dilakukan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2015:199)

Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang bertujuan mengetahui jawaban pada penelitian ini. Kuesioner yang digunakan akan berbentuk *google form* agar memudahkan, menghemat waktu, dan memangkas biaya untuk penelitian ini.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang didapatkan dari berbagai macam sumber seperti buku, jurnal, internet atau dokumentasi terdahulu yang bisa digunakan dalam penelitian ini dan saling berhubungan.

H. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:207) dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan statistik *inferensial*. Statistik *inferensial*, sering disebut juga statistik *induktif* atau statistik *probabilitas* adalah teknik statistic yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2015:209). Menurut Sugiyono (2015: 261-262) Analisis dapat dilanjutkan dengan menghitung persamaan regresinya. Persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila variabel independent dimanipulasi (dirubah-rubah). Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

- Y = Nilai yang diprediksi
- a = Konstanta atau bila harga X=0
- b = Koefisien regresi
- X = Nilai variabel independent

I. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas berdasarkan instrumen yang valid, berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015:173). Dalam uji validitas pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut valid
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid

Table 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	R tabel	R hitung	Keterangan
X1	0,361	0,748	Valid
X2	0,361	0,803	Valid
X3	0,361	0,758	Valid
X4	0,361	0,729	Valid
X5	0,361	0,672	Valid
X6	0,361	0,680	Valid
X7	0,361	0,474	Valid
X8	0,361	0,514	Valid
X9	0,361	0,602	Valid
X10	0,361	0,530	Valid
X11	0,361	0,522	Valid
X12	0,361	0,597	Valid
X13	0,361	0,699	Valid
X14	0,361	0,745	Valid
X15	0,361	0,761	Valid
X16	0,361	0,822	Valid
X17	0,361	0,784	Valid
X18	0,361	0,882	Valid
X19	0,361	0,754	Valid

(Sumber: Perhitungan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji validitas menurut perhitungan SPSS, 19 pernyataan variabel X di atas hasilnya valid karena r hitung $>$ r table. Pernyataan tersebut telah diisi oleh 30 orang responden.

Table 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	R tabel	R hitung	Keterangan
Y1	0,361	0,839	Valid
Y2	0,361	0,899	Valid
Y3	0,361	0,795	Valid
Y4	0,361	0,615	Valid
Y5	0,361	0,750	Valid
Y6	0,361	0,684	Valid
Y7	0,361	0,581	Valid
Y8	0,361	0,728	Valid
Y9	0,361	0,866	Valid
Y10	0,361	0,839	Valid
Y11	0,361	0,915	Valid
Y12	0,361	0,906	Valid
Y13	0,361	0,915	Valid
Y14	0,361	0,646	Valid
Y15	0,361	0,943	Valid
Y16	0,361	0,569	Valid
Y17	0,361	0,815	Valid

(Sumber: Perhitungan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji validitas menurut perhitungan SPSS, 17 pernyataan variabel Y di atas hasilnya valid karena r hitung $>$ r table. Pernyataan tersebut telah diisi oleh 30 orang responden.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berdasarkan instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2015:173). Dalam uji reliabilitas biasanya menggunakan perbandingan antara r alpha dengan r tabel. Maka dapat diklasifikasikan sebagai berikut.

Table 3.5
Tingkat Reliabilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,19	Kurang reliabel
>0,20 – 0,39	Agak reliabel
>0,40 – 0,50	Cukup reliabel
>0,60 – 0,79	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat reliabel

(Sumber: Sugiyono, 2016)

Table 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	19

(Sumber: Perhitungan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel X memiliki sebanyak 19 pernyataan yang telah diisi responden dinyatakan sangat reliabel. *Cronbach's alpha* yang didapatkan adalah 0,935 dan sesuai dengan tingkat reliabilitas.

Table 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	17

(Sumber: Perhitungan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel Y memiliki sebanyak 17 pernyataan yang telah diisi responden dinyatakan sangat reliabel. *Cronbach's alpha* yang didapatkan adalah 0,952 dan sesuai dengan tingkat reliabilitas.