

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

III.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan secara online pada konten Instagram Fashion Muslim Brand L by Laudya Cynthia Bella @LbyLcb yang merupakan akun bisnis resmi dari brand L BY Laudya Cynthia Bella. Dan akan melakukan survei terhadap followers instagram @LbyLcb, lalu untuk waktu penelitian akan dilaksanakan selama 4 bulan.

III.2. Pendekatan Penelitian

Menurut Borg and Gall (1989) menyatakan sebagai berikut. Pendekatan kuantitatif dinamakan sebagai metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini disebut kuantitatif karena data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik(Sugiyono,2021:16).

III.3. Metode Penelitian

Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode survei dengan tujuan penulis ingin memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Survey sendiri adalah riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Konten instagram Fashion Muslim Brand L BY Laudya Cynthia Bella @LbyLcb (variabel x) & keputusan pembelian sebagai

(variabel y). Untuk survey ini akan dilakukan dengan menyebarkan kuisioner menggunakan google form.

III.4. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

III.4.1 Definisi Variabel

Dalam hal ini akan di temukan beberapa variabel seperti variabel dependen dan independen . Variabel depeden adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel (bebas). Sedangkan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono,2021:67).

Variabel X : Konten Media Sosial Instagram

Pada variabel indepeden yaitu konten media sosial instagram, terdapat: *Hastag*: Suatu tag berupa kata yang diberikan awalan simbol #(tanda pagar), *caption*: keterangan tertulis tentang foto atau vidio, *Follow*: Suatu sistem untuk menjadi mengikuti suatu akun pengguna lainnya, *Like*: Sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto telah diunggah pengguna lain, *Comment*: Bagian dari interaksi dalam instagram dengan memberi komentar, *profile*: profil pemilik akun yang terdiri dari biodata dan foto profil,*Sharing*: tidak hanya dapat membaginya dalam instagram namun dapat berbagi juga melalui jejaring lainnya,*Saved*: fitur instagram ini bisa klik tepat di kanan dalam sebuah konten berupa foto dan vidio,*Igtv*: fitur dalam instagram yang jika video berdurasi panjang ,*Ig reels*:membuat video singkat berdurasi 15detik ditambah tools kreatif lainnya dan *Picture*: sebuah gambar yang di unggah dalam instagram.

Variabel Y: Brand Awareness

Dimensi yang digunakan pada variabel dependen adalah keputusan pembelian dengan menggunakan lima tahap proses dalam keputusan pembelian yaitu: Pertama *pengenalan kebutuhan* adalah proses pembelian dalam mengenali masalah atau kebutuhan, Kedua *pencaarian informasi* adalah ditahap ini konsumen mungkin mulai tertarik atau mungkin mulai tidak tertarik, Tiga *evaluasi alternatif* adalah memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif yang dihadapi serta daya tariknya masing-masing, Kempat *Keputusan Pembelian* adalah

konsumen mulai membuat peringkat merek dan membentuk niat beli, Kelima *Perilaku Pasca Pembelian* adalah tahap ini dimana konsumen setelah membeli maka konsumen akan merasa puasa atau merasa tidak puas.

III.4.2. Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Konten instagram (x) (Miles,Jason.22:2019)	<i>Hastag</i>	1.Mengkategorikan foto 2.Memudahkan followers menemukan foto
		<i>Caption</i>	1.Informatif 2.Mengajak
		<i>Follow</i>	1. berteman dengan pengguna instagram lainnya.
		<i>Like</i>	1..Tombol love yang diartikan sebagai menyukai unggahan tersebut.
		<i>Comment</i>	1.Interaksi dengan cara berkomentar antar para followers.
		<i>Profile</i>	1.Pemilik akun meliputi: foto profil dan biodata.
		<i>Sharing</i>	1.Berbagi ke jejaring sosial lainnya.
		<i>Saved</i>	Fitur ini terdapat di dalam konten berupa foto dan video.
		<i>Igtv</i>	Video berdurasi panjang

		<i>Ig reels</i>	Video singkat berdurasi 15detik dan kreatif
		<i>Picture</i>	1. Menarik Perhatian 2.Konsistensi Tema
2.	Keputusan Pembelian (y) (Kotler&amstrong,2018:175)	Pengenalan masalah	1. Proses pembelian ketika pembeli menyadari suatu masalah. 2.produk sesuai kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.
		Pencarian informasi	Konsumen mencari informasi yang sehubungan dengan kebutuhannya.
		Evaluasi alternative	1.Pembeli memperoleh gambaran yang jelas tentang alternatif beserta daya tarik masing-masing. 2.Tingkat berikutnya, seseorang dapat memasuki informasi aktif
		Keputusan pembelian	1.Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. 2.Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu sikap orang lain dan faktor situasional.
		Perilaku pasca pembelian	1.Apabila barang yang dibeli tidak sesuai harapan maka pembeli tidak akan membeli

			<p>produk dan jika merasa puas maka akan membeli lagi.</p> <p>2.Keyakinan dan evaluasi yang memperkuat pilihan konsumen dan membatunya merasa nyaman</p>
--	--	--	--

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian

III.5. Populasi dan Sampel (Teknik Sampling)

III.5.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek yang diteliti. Menurut cooper,Donald,R;schindler,Pamela S;2003 menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan element yang akan di jadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan di ukur, yang merupakan unit yang diteliti. Agar hasil yang di dapatkan sesuai, penyebaran kuisisioner harus dilakuan kepada responden yang memenuhi kriteria yang cocok dengan penelitian ini. Maka dari itu, ditentukanlah kriteria sampel yang akan diteliti sebagai berikut ini: (Sugiyono,2021:126).

1. Mengikuti akun @Lbylcb
2. Telah memberikan komentar pada unggahan di akun instagram @Lbylcb,terhitung mulai dari tanggal 4 April 2022 - 13 April 2022.
3. Telah melakukan keputusan pembelian produk fashion muslim brand L by Lcb

Berdasarkan dari karakteristik populasi yang disebutkan di atas, maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 153 *followers*. Hasil tersebut didapatkan dari konten-konten yang terdapat laudya cyhtia bella sebagai modelnya, itu karena di antara semua konten @lbylcb yang paling banyak dikomentari oleh followers ialah konten yang terdapat bella sebagai modelnya.

III.5.2. Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik probability sampling artinya teknik pengambilan sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono,2021:129). Teknik *probability sampling* yang digunakan yaitu dengan metode simple random sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dalam penelitian kuantitatif ini,. Peneliti menggunakan teknik probability sampling dengan metode nya adalah simple random sampling. Teknik ini penulis ambil karena dianggap paling sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. pengambilan sampel dilakukan pada *followers* media sosial instagram @laudyacynthiabella. Pada penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel sebesar 60 responden yang di dapatkan dengan menggunakan rumus slovin.

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

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = (10% = 0,1) Nilai kritis (batas ketelitian).

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

$$\frac{n= 153}{1+(153) \times (0,1)^2}$$

$$n= \frac{153}{1+(153) \times (0,01)}$$

$$= \frac{153}{2,53}$$

2,53

= 60,47 dibulatkan menjadi 60 responden

III.6. Pengukuran dan Pengamatan Variabel

Dalam penelitian ini, variabel variabel ini yang di ungkap dalam kuisisioner berisi tentang pertanyaan dalam skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator. Kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan(Sugiyono,2021:146).

Tabel 3.2 Skala Likert

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

Dalam kenyataan di lapangan, sebagian besar responden akan memilih jawaban tengah yaitu “ragu-ragu”. Dengan demikian dalam penarikan kesimpulan, hasil penelitian yang diperoleh menjadi kurang maksimal karena akan sulit memberikan kriteria penilaian pada jawaban “ragu-ragu”. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan empat pilihan jawaban yaitu: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

III.7. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis memilih Kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner juga teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden(Sugiyono,2021:199-200). Kuesioner ini berupa pertanyaan atau pernyataan terbuka atau tertutup, dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun online mealui internet. Dalam penelitian ini, peneliti melakuka pembagian kuesioner secara online. Dan di bawah ini adalah kisi-kisi soal yang digunakan sebagai dasar pembuatan instrumen dalam penelitian ini sebagai berikut.

III.7.1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Teknik pengumpulan data kuisioner tersebut diberikan dengan bantuan google form. Peneliti membagikan kusioner kepada responden yang telah ditetapkan menggunakan rumus slovin(Sugiyono 2018:456).

III.7.2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan sebagai instrument pengmpulan data dalam penelitian ini berupa sumber bacaan,buku referensi,internet dan lain sebagainya yang berkaitan dengan masalah yang teliti. Dalam penelitian ini,peneliti juga mengumpulkan data sekunder dengan mencari sumber data internal yaitu dengan mengambil beberapa berita informasi mengenai media sosial instagram @ LbyLcb.

III.8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data

adalah: mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono,2021:206). Analisis data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

III.8.1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik pengolahan data dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel dependen(Sugiyono,2021:252-261). Berikut ini adalah rumus formulasi regresi linear sederhana.

$$y':a+b$$

y' : nilai yang diprediksikan

b : konstanta atau bila harga $X=0$

X : nilai variabel independen

III.8.2. Uji Koefisien Regresi

Untuk mengetahui tingkat pengaruh, peneliti menggunakan pedoman unutk memberikan penafsiran koefisein korelasi yang ditemukan besar atau kecil,maka berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3 pedoman koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang

0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat kuat

III.9. Uji Validitas dan Reliabilitas

III.9.1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada aspek ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran sendiri dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak aspek dalam kuantitatif, suatu aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang yang dinyatakan oleh skornya pada instrument pengukur yang bersangkutan(Suryani dan Hendryadi,2015:14).

Uji validitas ini memiliki tujuan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur. Uji ini menggunakan alat bantu yaitu SPSS versi 25. Untuk dapat menganalisa validitas dan reliabilitas maka dalam penelitian ini uji coba diberikan kepada 30 responden *followers* instagram @Lbylcb di luar sampel dan populasi dan dibawah ini adalah hasil uji validitasnya.

III.9.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Instagram)

Butir pernyataan variabel x yang berjumlah 25 pernyataan dengan taraf signifikan 10%= 0,306. Hasil uji validitas variabel x dapat dilihat sebagai berikut ini.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Instagram)

Pernyataan	R. Tabel	R. Hitung	Keterangan
Pernyataan 1	0,306	0,641	Valid
Pernyataan 2	0,306	0,670	Valid
Pernyataan 3	0,306	0,679	Valid
Pernyataan 4	0,306	0,742	Valid

Pernyataan 5	0,306	0,745	Valid
Pernyataan 6	0,306	0,584	Valid
Pernyataan 7	0,306	0,543	Valid
Pernyataan 8	0,306	0,780	Valid
Pernyataan 9	0,306	0,740	Valid
Pernyataan 10	0,306	0,653	Valid
Pernyataan 11	0,306	0,582	Valid
Pernyataan 12	0,306	0,690	Valid
Pernyataan 13	0,306	0,614	Valid
Pernyataan 14	0,306	0,805	Valid
Pernyataan 15	0,306	0,663	Valid
Pernyataan 16	0,306	0,775	Valid
Pernyataan 17	0,306	0,565	Valid
Pernyataan 18	0,306	0,665	Valid
Pernyataan 19	0,306	0,724	Valid
Pernyataan 20	0,306	0,710	Valid
Pernyataan 21	0,306	0,796	Valid
Pernyataan 22	0,306	0,732	Valid
Pernyataan 23	0,306	0,738	Valid
Pernyataan 24	0,306	0,509	Valid
Pernyataan 25	0,306	0,720	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas variabel X di atas, dapat dilihat bahwa hasil r hitung lebih besar dari r tabel, Maka pernyataan-pernyataan pada variabel konten instagram (X) dikatakan valid.

III.9.1.2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Butir pernyataan variabel y yang berjumlah 14 pernyataan dengan taraf signifikan $10\% = 0,306$. Hasil uji validitas variabel x dapat dilihat sebagai berikut ini.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pernyataan	R. Tabel	R. Hitung	Keterangan
Pernyataan 1	0,306	0,707	Valid
Pernyataan 2	0,306	0,694	Valid
Pernyataan 3	0,306	0,783	Valid
Pernyataan 4	0,306	0,597	Valid
Pernyataan 5	0,306	0,574	Valid
Pernyataan 6	0,306	0,747	Valid
Pernyataan 7	0,306	0,635	Valid
Pernyataan 8	0,306	0,619	Valid
Pernyataan 9	0,306	0,810	Valid
Pernyataan 10	0,306	0,742	Valid
Pernyataan 11	0,306	0,507	Valid
Pernyataan 12	0,306	0,668	Valid
Pernyataan 13	0,306	0,727	Valid
Pernyataan 14	0,306	0,531	Valid
Pernyataan 15	0,306	0,558	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas variabel Y di atas, dapat dilihat bahwa hasil r hitung lebih besar dari r tabel, Maka pernyataan-pernyataan pada variabel (Y) keputusan pembelian dikatakan valid.

III.9.2 Uji Reliabilitas

III.9.2.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Konten Instagram)

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Konten Instagram)

Reability Statistics	
<i>Cronbach's</i>	N of
<i>Alpha</i>	Items
.951	25

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas, terbukti bahwa hasil perhitungan Cronbach's Alpha untuk Variabel X (Konten Instagram) sebesar 0,951. Maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan Variabel X (Konten Instagram) pada penelitian ini ini sangat reliabel.

III.9.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan pembelian)

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reability Statistics	
<i>Cronbach's</i>	N of
<i>Alpha</i>	Items
.904	15

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas, terbukti bahwa hasil perhitungan Cronbach's Alpha untuk Variabel Y (Keputusan pembelian) sebesar 0,904. Maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan Variabel Y (Keputusan pembelian) pada penelitian ini ini sangat reliabel.