

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian mengenai “Pengaruh Konten Erigo #Turkeytakeover di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian” dilakukan survei pada *followers* akun *Instagram @erigostore* secara *Online*. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner secara *Online* dengan menggunakan *Google Form* dan menyebarkannya melalui *Direct Message* Instagram. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan November 2021 dan diperkirakan berakhir pada bulan Mei 2022.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) Metode Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan penelitian kuantitatif memiliki hasil analisis penelitian dengan keakuratan yang relatif tinggi dan sesuai dengan aturan. Selain itu pada penelitian kuantitatif biasanya terdapat adanya hubungan interaksi antar dua variabel serta bisa lebih.

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode survey. Menurut Sugiyono (2017:6), metode survey adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisisioner, *test*, dan wawancara yang terstruktur.

Metode survey merupakan penelitian yang sumber data dan informasi utamanya diperoleh oleh responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan kuisioner atau angket sebagai instrument pengumpulan data. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan data, baik dalam bentuk tabel maupun grafik, mencari rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), standar deviasi dan lainnya.

3.4 Definisi Variabel dan Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono,2017:38). Dalam penelitian ini menggunakan dua *variabel*, yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel Bebas (X) adalah *variabel* yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017:39). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Konten Instagram.

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel Terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017 : 39). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

3.4.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel yang menjadi objek dalam penelitian memiliki dimensi-dimensi sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Konten Instagram (X) Miles (2019:38)	1. <i>Feeds</i>	1. Konten berupa foto 2. Konten berupa video
		2. <i>IGTV</i> yang berkembang menjadi <i>Reels</i>	1. Video yang memiliki durasi lebih lama dari <i>Stories</i> . 2. Fitur untuk mendesain beberapa foto dan video menjadi menarik dengan tools yang ada didalamnya (Audio, Kecepatan, Efek, Riasan, Tata letak video, dsb). 3. Foto/video yang ditampilkan pada fitur <i>Reels</i> menjadi lebih keren
		3. <i>Story</i>	1. Tampilan konten yang bersifat sementara 2. Video <i>Boomerang</i> (Video 1 detik dengan gerakan berulang) 3. Konten <i>Stories</i> yang sudah di posting kemudian di simpan (<i>Highlights</i>)
2.	Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Keller (2016:195 - 200)	1. Pengenalan Masalah	1. Mengenali sebuah masalah atau kebutuhan 2. Kebutuhan dari stimulus internal 3. Rangsangan eksternal
		2. Pencarian informasi	1. Mencari lebih banyak informasi terkait produk 2. Sumber informasi pribadi 3. Sumber informasi komersial 4. Sumber informasi publik 5. Sumber informasi berdasarkan pengalaman
		3. Evaluasi <i>alternative</i>	1. Penilaian konsumen secara sadar dan rasional 2. Mencari manfaat tertentu dalam suatu produk untuk kepuasan

			3. Manfaat produk yang paling sesuai dalam memenuhi kebutuhan konsumen
		4. Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preferensi <i>Merk</i> 2. Pembelian produk sesuai kebutuhan 3. Faktor keputusan pembelian berdasarkan konsumen lain 4. Faktor keputusan pembelian situasional
		5. Perilaku pasca pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kepuasan konsumen 2. Konsumen yang merasa puas maka akan melakukan pembelian berulang.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah seluruh sekelompok orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti atau yang ingin dibuat kesimpulan (berdasarkan statistik sampel) oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @erigostore yang pernah berkomentar pada postingan Instagram @erigostore pada saat postingan #turkeytakeover. Jumlah *followers* akun Instagram @erigostore sendiri sebanyak mencapai 2,5 Juta (data yang diakses pada 12 Mei 2022). Dari jumlah tersebut maka didapatkan 510 orang dengan karakteristik pernah melakukan pembelian produk erigo dan pernah memberikan komentar pada postingan @erigostore #turkeytakeover (Desember 2021-Januari 2022). Dalam mencari responden untuk pengisian kuisioner penulis menghitung dengan menggunakan rumus Taro Yamane kemudian setelah mendapatkan hasilnya penulis menggunakan teknik random sampling dengan melakukan pengocokan terhadap nama-nama yang memiliki

karakteristik pernah melakukan pembelian produk erigo dan pernah memberikan komentar pada postingan @erigostore #turkeytakeover (Desember 2021-Januari 2022).

3.5.2 Sampel

Berdasarkan data yang diperoleh maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan tabel Taro Yamane:

Responden yang dijadikan sampel penelitian diambil dengan tingkat presisi sebesar 10% menggunakan rumus Taro Yamane:

$$\frac{N}{N(e^2) + 1}$$

$$n = \frac{510}{510 (10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{510}{510 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{510}{6,1}$$

$$n = 83,6$$

$$= 84 \text{ (dibulatkan)}$$

Dimana :

n = jumlah sampel yang akan diambil

N = jumlah populasi

e = persentasi kelonggaran/ketidaktelitian (10%)

Berdasarkan hasil penghitungan rumus penentuan jumlah sampel, maka didapat jumlah sampel dari populasi dan ditentukan sebanyak **84 reponden.**

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan teknik pengumpulan data primer dan sekunder untuk memperoleh data atau informasi dilakukan metode sebagai berikut :

3.6.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, setelah dikumpulkan dan dioleh sendiri oleh peneliti langsung. Saat melakukan metode data primer menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan serangkaian daftar pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun, yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban (Sugiyono, 2016: 142). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara membuat daftar kuesioner dengan masing-masing kuesioner digunakan untuk mengukur nilai variabel yang sedang diteliti. Kuesioner yang dilakukan untuk pengukuran tersebut dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap kuesioner yang diisi harus mempunyai skala penilaian (Sugiyono, 2016: 92). Skala dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016: 93).

Pada skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item kuesioner. Item-item kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang jawabannya memiliki gradasi penilaian dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2016: 93). Responden pada penelitian ini adalah Followers dari akun Instagram @erigostore.

Tabel 3.2
Skala Likert

Kategori	Bobot Penilaian
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono: 2016:94

Dalam penelitian ini digunakan lima kategori pilihan jawaban, yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Setiap pilihan jawaban memiliki bobot nilai yang berbeda, yang terdiri dari lima jenjang penilaian dari nilai 1 sampai 5 dengan rincian sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS)	diberi nilai	5
Setuju (S)	diberi nilai	4
Ragu-ragu (R)	diberi nilai	3
Tidak Setuju (TS)	diberi nilai	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi nilai	1

Setelah semua jawaban responden terkumpul, kemudian jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobot nilainya sehingga menghasilkan suatu data yang dapat ditarik kesimpulan.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yang mendukung dengan penelitian ini. Sumber data kedua dalam penelitian ini seperti sumber bacaan, buku referensi, jurnal penelitian, data-data dari situs internet.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain telah terkumpul. Dalam proses ini melakukan analisis data yang berupa jawaban dari seluruh responden yang telah dikumpulkan. Data yang telah terkumpul, kemudian dikelompokkan 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 (Sugiyono, 2016: 147).

Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah regresi linier sederhana yaitu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2016: 148).

Teknik regresi yang digunakan untuk melakukan prediksi seberapa jauh nilai variabel bebas mempengaruhi nilai variabel terikat.

Formulasi regresi Sederhana : (Sugiyono, 2016: 188)

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

Y = Sebagai nilai yang dipredisikan

a = Nilai *intercept* (konstanta)

B = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau *penurunan* variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Sebagai nilai variabel *independen* (Konten Instagram)

Teknik analisa data dilakukan dengan tabel frekuensi, dengan cara menyusun kuesioner yang kemudian dianalisa dan dijelaskan. Hasil yang telah dianalisa dapat dijadikan daftar tabel yang memberikan gambaran dari penelitian ini yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh

konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap keputusan pembelian (survei pada *followers* @erigostore).

3.8 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan melihat sejauh mana suatu alat pengukur yang digunakan dalam mengukur itu valid. Suatu instrumen atau kuesioner yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. (Sugiyono, 2016: 121). Uji validitas untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu menghasilkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan butir-butir pertanyaan kuesioner yang nantinya akan diberikan kepada responden. Penelitian uji validitas dan reliabilitas dilakukan kepada 30 orang responden dengan signifikansi 10%. Dalam pengukuran tingkat validitas dan reliabilitas digunakan software SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 24 *for windows*. Pengujian validitas menggunakan angka r hasil dari korelasi Pearson yang dihasilkan melalui menu **correlate** pada pilihan **Bivariaten**.

Untuk mendapatkan r tabel, dapat menggunakan rumus $df = n - 2$ atau $df = 30 - 2 = 28$. Sehingga hasil perhitungan r_{xy} (r *product moment*) pada taraf signifikansi 10% diperoleh angka r_{tabel} adalah 0,361. Apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,361 maka item tersebut dapat dikatakan valid (Nurgiyantoro, 2009: 382).

Kriteria pengujian validitas ialah sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bisa (bebas bersalah). Uji reliabilitas bertujuan mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap pertanyaan-pertanyaan di dalam kuesioner. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya.

Metode pengujian reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Standar yang digunakan dalam untuk mengetahui suatu instrumen penelitian reliabel atau tidaknya, umumnya menggunakan perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel. Dalam penelitian ini taraf kepercayaan 90% atau tingkat signifikansi 10%. Dalam pengujian reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach*, nilai r hitung diwakilkan oleh nilai Alpha. Jika Alpha hitung lebih besar daripada r tabel dan alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrumen dapat dikatakan reliabel.

Tingkat reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala Alpha 0 sampai dengan 1. Apabila skala tersebut dikelompokkan kedalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat di interpretasi seperti tabel berikut ini:

Table 3.3
Tingkat Reliabilitas

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 : (Triton, 2006: 248)

3.9 Uji Korelasi

Dalam penelitian ini korelasi yang diuji adalah pengaruh konten Instagram terhadap keputusan pembelian. Teknik analisis yang digunakan adalah perhitungan statistik *Pearson Correlation (Product Moment)*. Teknik statistic ini berguna untuk mengetahui koefisien korelasi atau seberapa kuat hubungan antara variabel bebas (variabel X) konten Instagram terhadap variabel terikat (variabel Y) keputusan pembelian.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi

N : Jumlah subyek

X : Skor setiap item

Y : Skor total

(Sugiyono, 2016: 183).

Untuk mengetahui tingkatan kuat koefisien korelasi antara Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram dan keputusan pembelian dengan melihat pada ketentuan yang tertera pada tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut ini :

Tabel 3.4

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 s.d 0,199	Sangat Rendah
0,20 s.d 0,399	Rendah

0,40 s.d 0,599	Sedang
0,60 s.d 0,799	Kuat
0,80 s.d 1,00	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2016: 184)

Nilai koefisien korelasi ini terletak antar interval -1 sampai 1 ($-1 \leq r \leq 1$).

1. Jika r bernilai positif, maka variabel-variabel berkorelasi positif. Makin dekat nilai r ke $+1$, makin kuat korelasinya demikian pula sebaliknya.
2. Jika r bernilai negatif, maka variabel-variabel berkorelasi negatif. Makin dekat nilai r ke -1 , makin kuat korelasinya demikian pula sebaliknya.
3. Jika r bernilai 0, variabel-variabel tidak menunjukkan korelasi.
4. Jika r bernilai $+1$ atau -1 , maka variabel-variabel menunjukkan korelasi yang positif atau negatif sempurna.

3.10 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis dengan Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*Independen*) memiliki hubungan atau pengaruh signifikan dengan variabel terikat (*Dependen*). Pengaruh variabel terikat secara individual untuk setiap variabel. Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai t -hitung adalah rumus uji hipotesis dua arah.

Jika t hitung $< t$ tabel atau t hitung $\leq t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika t hitung $> t$ tabel atau t hitung $\geq t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3.11 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada 30 orang responden. Hasil Uji ini untuk membuktikan setiap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada responden valid atau tidak valid. Uji validitas dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dalam penelitian ini, nilai df (*degree of freedom*) dapat dihitung $df = n - 2$ maka didapatkan

$df = 30 - 2 = 28$. Dengan tingkat signifikansi sebesar 10%, maka nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hasil pengujian validitas dapat dilihat seagai berikut :

a. Uji Validitas Variabel X (Konten Instagram)

Hasil uji validitas Variabel X (Konten Instagram) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Instagram)

Pernyataan	R_{tabel}	R_{hitung}	Keterangan
1	0,361	0,775	VALID
2	0,361	0,900	VALID
3	0,361	0,785	VALID
4	0,361	0,713	VALID
5	0,361	0,920	VALID
6	0,361	0,843	VALID
7	0,361	0,820	VALID
8	0,361	0,823	VALID
9	0,361	0,653	VALID
10	0,361	0,698	VALID
11	0,361	0,775	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji diatas, jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 11 butir pernyataan pada Variabel X (Konten Instagram) dapat dikatakan **Valid** karena nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,361 (r_{tabel}).

b. Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Hasil uji validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pernyataan	R_{tabel}	R_{hitung}	Keterangan
1.	0,361	0,775	VALID
2.	0,361	0,671	VALID
3.	0,361	0,742	VALID
4.	0,361	0,744	VALID
5.	0,361	0,615	VALID
6.	0,361	0,830	VALID
7.	0,361	0,703	VALID
8.	0,361	0,826	VALID
9.	0,361	0,867	VALID
10.	0,361	0,826	VALID
11.	0,361	0,755	VALID
12.	0,361	0,851	VALID
13.	0,361	0,766	VALID
14.	0,361	0,569	VALID
15.	0,361	0,774	VALID
16.	0,361	0,754	VALID
17.	0,361	0,602	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji diatas, jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 17 butir pernyataan pada Variabel Y (Keputusan

Pembelian) dapat dikatakan **Valid** karena nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,361 (r_{tabel}).

3.12 Hasil Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Varibel X (Konten Instagram)

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Konten Instagram)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	11

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari Variabel X (Konten Instagram) sebesar 0,933. Berdasarkan ukuran ketetapan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa 11 butir pernyataan Variabel X (Konten Instagram) adalah **Sangat Reliabel**.

b. Uji Reliabilitas Varibel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 3.8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	17

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari Variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 0,949. Berdasarkan ukuran ketetapan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa 17 butir pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian) adalah **Sangat Reliabel**.