

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *followers* akun Instagram @donuthing.co.id. Pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuesioner secara online menggunakan bantuan google form, kemudian disebarakan melalui *direct message* ke *followers* akun Instagram @donuthing.co.id.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dan pengolahan data serta menganalisis data dilakukan dari awal bulan Februari 2022 sampai dengan akhir bulan Juli 2022.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana pendekatan kuantitatif ini menurut Sugiyono (2017 : 8) adalah merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena pada penelitian ini menggunakan data statistic dan metode kuantitatif yang relevan untuk penelitian ini, perhitungan data statistic diperlukan untuk keterkaitan dengan fenomena yang diteliti sehingga hasil hitungan tersebut memperlihatkan hubungan mendasar antara empiris dan kuantitatif.

C. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2014 : 2) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode survei yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menyebarkan kuesioner, test, wawancara, terstruktur, dan sebagainya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yang menggunakan test dan kuesioner sebagai instrument datanya, dengan tujuan utamanya ialah untuk mengumpulkan informasi dari sejumlah responden yang mewakili populasi tertentu yang telah dipilih dan menganalisis data secara statistic untuk menguji hipotesis yang diajukan.

D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Definisi Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel menjadi dasar dalam pengumpulan data sehingga tidak terjadi bias terhadap data apa yang diambil. Variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk di teliti sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut dan dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016: 38). Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Pengaruh/Bebas (*Independent Variable*)

Variabel pengaruh (X) Variabel pengaruh dapat dikatakan variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2016: 39).

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *Personal Branding*, terdapat dimensi : *Competency, Style, Standart*.

b. Variabel terikat atau *dependent variabel* (variabel Y)

Variabel terikat atau *dependent variable* (variabel Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015:61).

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian, terdapat indikator : Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Pasca Membeli.

2. Definisi Operasionalisasi

Definisi operasional variabel dibuat agar tidak terjadi salah penafsiran makna kata dalam sebuah penelitian. Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Variabel (X) Personal Branding McNally dan Speak dalam Indah & Rachman (2020:70)	<i>1. Competency</i>	a. Memiliki bakat & reputasi yang luar biasa dalam bidangnya b. Memiliki “nama” dalam lingkungan umum, yang artinya harus dikenal masyarakat c. Memiliki peran yang luas dalam masyarakat d. Menjadi pujaan fans dan khalayak
		<i>2. Style</i>	a. Mempunyai gaya atau style yang mencerminkan sebuah kepribadian yang berkualitas

			<ul style="list-style-type: none"> b. Memiliki gaya atau style yang menjadikan diri seseorang unik di dalam benak orang lain c. Memiliki karakter gaya atau style tersendiri sebagai cara untuk berhubungan dengan orang lain
		3. <i>Standart</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Memiliki standart kualitas yang dapat diterima khalayak b. Memiliki kinerja yang dapat diandalkan c. Memiliki keunggulan secara keseluruhan dalam bidangnya d. Memiliki tingkat kualitas yang memuaskan
2.	Variabel (Y) Keputusan Pembelian Kotler dan Keller (2016 : 194)	1. Pengenalan Masalah	Konsumen mengenali masalah dan kebutuhannya
		2. Pencarian informasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsumen mencari informasi melalui sumber pribadi (keluarga, teman, dan kenalan). b. Konsumen mencari informasi melalui sumber komersil (iklan, kemasan, pajangan di toko). c. Konsumen mencari informasi melalui media massa. d. Konsumen mencari informasi melalui sumber pengalaman yang pernah membeli produk.
		3. Evaluasi alternative	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsumen menetapkan tujuan pembelian. b. Konsumen menilai dan menyeleksi produk.

		4. Keputusan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsumen tertarik untuk membeli produk. b. Konsumen akan membeli produk tersebut lagi
		5. Perilaku pasca membeli	Konsumen akan memberikan indicator kepuasan dalam memakai produk tersebut

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016 : 80). Populasi dalam penelitian ini adalah pada *followers* akun Instagram @donuthing.co.id. Jumlah *followers* akun Instagram Donuthing sampai tanggal 12 Mei 2022 pukul 18.00 adalah 102.000 *followers*. Karakteristik populasi pada penelitian kali ini adalah followers aktif akun instagram @donuthing.co.id, memberikan *like* serta komentar pada postingan akun instagram @donuthing.coid yang menampilkan Baim Wong pada periode tanggal 26 Februari 2022 sampai 12 Juli 2022, dan sudah pernah melakukan pembelian produk Donuthing. Dalam akun instagram @donuthing.co.id ada sebanyak 375 *followers* yang sesuai dengan karakteristik populasi, yang mana 375 followers tersebut dipilih dengan karakteristik yang sudah ditentukan dan yang paling sering muncul dalam *Instagram Story* akun Instagram @donuthing.co.id.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Menurut Kriyantono (2014:153) sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Pada umumnya peneliti tidak dapat melakukan penelitian kepada seluruh anggota dari sebuah populasi karena terlalu banyak, karena

keterbatasan biaya, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* yakni dengan menggunakan *Simple Random Sampling* guna melakukan uji pengaruh. Penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin dengan obyek penelitian *followers* akun instagram @donuthing.co.id yang memenuhi karakteristik populasi.

Dari jumlah populasi 375 *followers*, maka besarnya sampel dihitung sebagai berikut :

Rumus Slovin

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

$$n = \frac{375}{1+375 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{375}{1+375 (0.01)}$$

$$n = \frac{375}{4,75}$$

$$n = 78,90$$

$$n = 79 \text{ responden (dibulatkan)}$$

Dimana :

n = jumlah sampel yang akan diambil

N = jumlah populasi

e = standar error sebesar 10%

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 79 orang, hal ini

dilakukan guna mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai pedoman untuk mengajukan pertanyaan atau pernyataan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset. Setiap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan, akan diberikan pilihan jawaban berupa dukungan yang diungkapkan dengan kata – kata sebagai berikut: (SS); Sangat Setuju, (S); Setuju, (N); Netral, (STS); Sangat Tidak Setuju. (Kriyantono, 2014:138). Pilihan jawaban pada penelitian ini tidak diberikan pilihan ragu – ragu atau netral. Hal ini dilakukan karena bila responden mendapatkan pilihan tersebut, maka responden akan cenderung memilihnya. Pilihan ragu – ragu atau netral, cenderung dipilih responden karena mereka ragu atau bingung memilih jawaban mana yang tepat. Sehingga banyak data yang hilang yang seharusnya didapatkan oleh peneliti karena pilihan jawaban tersebut (Kriyantono, 2016: 139).

Tabel 3.2
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Elvinaro (2019 : 162) teknik pengumpulan data yang utama adalah angket/kuesioner, sedangkan wawancara dan documenter adalah teknik penunjang data saja. Sumber data dalam penelitian ini mencakup 2 (dua) jenis data, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer berupa kuesioner. Responden pada penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @donuthing.co.id. Pengumpulan data survei dari kuesioner tersebut dilakukan dengan cara *self completion*, yang dikatakan *Self completion* merupakan pengisian kuesioner yang diisi sendiri oleh responden tanpa pengawasan. Kuesioner tersebut disebar atau diberikan secara langsung kepada responden yang bersangkutan atau dengan menggunakan media lain seperti media sosial (Purwanto dan Sulistyastuti 2017).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung diberikan sari sumber kepada pengumpul data melainkan diperoleh dari buku, jurnal, dokumen, internet, artikel, atau tulisan – tulisan lain yang relevan (Sugiyono, 2016:129).

Data sekunder ini merupakan data yang diperoleh dengan cara mencari di dalam buku-buku, jurnal, dan sumber bacaan lain yang memiliki relevansi dan mempunyai kaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, cara mengumpulkan data sekunder dengan mencari sumber data internal yaitu dengan mengambil beberapa berita informasi terkait judul penelitian ini.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisa adalah metode atau model teknik analisis yang digunakan untuk menguji keterkaitan atau peluang antara variabel independen dan variabel dependen. Teknik analisis tersebut anatara lain regresi, regresi logistic, chi-square, Multiple Classification Analysis (MCA), path analysis, dan korelasi (Muhyiddin, dkk 2017:109). Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus regresi linear sederhana.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Teknik pengolahan data dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regersi Linear Sederhana. Regresi linear sederhana menjelaskan mengenai hubungan antar dua variabel yang biasanya dapat dinyatakan dalam suatu garis regresi, serta merupakan teknik dalam statistika parametrik yang digunakan secara umum untuk menganalisis rata – rata respons dari variabel y yang berubah sehubungan dengan besarnya intervensi dari variabel x (Kurniawan & Yuniarto, 2016 : 63).

Rumus regresi linier sederhana :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel Independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila X=0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

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

Tabel 3.3
Kriteria Rentang Skala

Tingkat 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 – 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2013:184)

I. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka dapat dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus :

$$T = \frac{\sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara x dan y

n = Jumlah sampel

Maka dengan demikian :

Jika t hitung > t tabel Ho ditolak dan Ha diterima (ada pengaruh).

Jika t hitung < t tabel Ho diterima dan Ha ditolak (Tidak ada pengaruh).

J. Uji Validitas & Reliabilitas

Menurut Arikunto (2019 : 203) instrument penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

Berikut adalah instrumen data penelitian Pengaruh Personal Branding Baim Wong Pada akun Instagram @donuthing.co.id Terhadap Keputusan Pembelian :

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki validitas yang tinggi, sedangkan instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto 2013 : 211).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian perlu diuji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Sedangkan uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan

menghasilkan data yang sama. Uji validitas instrument dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya.

Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan butir-butir pernyataan 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 25 for windows. Seperti telah dijelaskan pada metode penelitian bahwa untuk melihat valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total butir pernyataan, apabila koefisien korelasinya lebih besar atau sama dengan 0.30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Untuk menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan korelasi item dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan:

R = Koefisien Korelasi

ΣXY = Jumlah skor item

ΣXY = Jumlah skor total (item)

N = Jumlah respondens

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejumlah suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Elvinaro, 2019 : 189). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan

jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal (reliabel).

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} .

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

R_{11} = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pernyataan yang di uji

$\sum t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

t^2 = Varians total

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:

Tabel 3.6

Tingkatan Reliabilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
>0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 s.d 0,80	Reliabel
>0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Sugiyono (2016)

Skala di atas dapat dijelaskan bahwa ada 5 tingkat realibilitas, dengan keterangan sebagai berikut: 0,00-0,20 artinya kurang reliabel,

0,20-0,40 artinya agak reliabel, 0,40-0,60 artinya cukup reliabel, 0,60-0,80 artinya reliabel, 0,80-1,00 artinya sangat reliabel.

3. Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian ini menggunakan sampel uji kuesioner sebanyak 30 responden yang diuji pada Juni 2022 dengan tingkat signifikansi sebesar 10%. Untuk menentukan r_{tabel} maka menggunakan rumus $Df = (N-2)$ dimanadidapatkan persamaan $(30-2) = 28$, pada r_{tabel} angka 28 responden dalam tingkat signifikansi 10% menunjukkan nilai r_{tabel} sebesar 0,463. Sehingga jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pernyataan dikatakan valid.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel (X) (*Personal Branding* Baim Wong)

No.	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1.	X1	0,626	0,463	Valid
2.	X2	0,473	0,463	Valid
3.	X3	0,691	0,463	Valid
4.	X4	0,799	0,463	Valid
5.	X5	0,845	0,463	Valid
6.	X6	0,775	0,463	Valid
7.	X7	0,684	0,463	Valid
8.	X8	0,791	0,463	Valid
9.	X9	0,661	0,463	Valid
10.	X10	0,644	0,463	Valid
11.	X11	0,780	0,463	Valid

Sumber : *Perhitungan SPSS for Windows Versi 25 Juli 2022*

Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas di atas, perhitungan uji validitas variabel X (*Personal Branding* Baim Wong), diperoleh hasil bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid, karena $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0,463).

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel (Y) (Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1.	Y1	0,679	0,463	Valid
2.	Y2	0,673	0,463	Valid
3.	Y3	0,612	0,463	Valid
4.	Y4	0,600	0,463	Valid
5.	Y5	0,558	0,463	Valid
6.	Y6	0,756	0,463	Valid
7.	Y7	0,794	0,463	Valid
8.	Y8	0,787	0,463	Valid
9.	Y9	0,837	0,463	Valid
10.	Y10	0,675	0,463	Valid

Sumber : *Perhitungan SPSS for Windows Versi 25 Juli 2022*

Berdasarkan pada tabel hasil uji validitas di atas, perhitungan uji validitas variabel X (Keputusan Pembelian), diperoleh hasil bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid, karena $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0,463).

4. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (*Personal Branding Baim Wong*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.861	11

Sumber : *Perhitungan SPSS for Windows Versi 25 Juli 2022*

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel X (*Personal Branding Baim Wong*) memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60 yaitu sebesar 0,861. Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel X pada penelitian ini sangat reliabel.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	10

Sumber : *Perhitungan SPSS for Windows Versi 25 Juli 2022*

Berdasarkan tabel diatas, meunjukkan bahwa variabel Y (Keputusan Pembelian) memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60 yaitu sebesar 0,786. Hasil tersebut membuktikan bahwa variabel Y pada penelitian ini reliabel.