

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini dilaksanakan di akun Instagram @yamahaindonesia. Pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuesioner secara *online*. Secara *online* dengan bantuan *Google Form* dan menyebarkan melalui *direct message* Instagram kepada followers akun Instagram @yamahaindonesia. Waktu penelitian yaitu bulan Juni - November 6 bulan sejak SK dikeluarkan.

2. Metoda Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan skor atau nilai peringkat dan frekuensi (Kriyantono, 2014:55).

Menurut Sugiyono (2012:7) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei bersifat eksplansif. Metode ini digunakan bila periset ingin mengetahui situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Periset tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu dapat terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain, periset ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel (Kriyantono, 2014:60). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat dan

besar pengaruh fitur media sosial Instagram terhadap keputusan pengguna aplikasi Yamaha Indonesia.

3. Variable dan Definisi Operasional Variabel

A. Definisi variable Penelitian

Sugiyono (2015:60) secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai " variasi " antara satu orang dengan yang lain atau obyek dengan obyek yang lain.

Sudarmanto (2013:9) menambahkan variabel penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi fokus pengamatan atau penelitian yang ditetapkan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi guna menarik sesuatu kesimpulan berkaitan dengan fokus penelitian yang dilakukan. Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu:

- a) Variabel bebas atau independent variabel (variabel X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat) (Sugiyono, 2015:61).
- b) Variabel terikat atau dependent variabel (variabel Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2015:61). Pada penelitian ini variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian.

B. Definisi Operasional

Menurut (Dharma, 2015:61), definisi operasional ini bertujuan untuk membuat variabel menjadi lebih kongkrit dan dapat diukur, bagaimana mengukurnya, apa saja kriteria pengukurannya, instrument yang digunakan untuk mengukurnya dan skala pengukurannya.

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

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variable	Dimensi	Indikator
1.	Konten Media Instagram @yamahaindonesia (Variabel X) (Miles, (2019:29-153))	1. Followers (pengikut)	a. Konsumen mengikuti/follow akun Yamaha indonesia b. Reaksi minat untuk mengikuti Yamaha indonesia
		2. Like	a. Konsumen menyukai postingan Yamaha indonesia b. Konsumen senang menyukai konten Yamaha indonesia
		3. Comment	a. Tanggapan terhadap unggahan Yamaha indonesia b. Konsumen terkesan dengan unggahan Yamaha indoensia
		4. IG TV	a. Visualisasi dalam unggahan menarik b. Informasi yang disampaikan dalam video sangat jelas
		5. Instagram Storis	a. Pengguna sering melihat Instagram storis b. Konten Instagram storis Yamaha sangat menarik
		6. Feed	a. Unggahan foto Yamaha indonesia menyajikan ke unggulan produk b. Konsumen lebih menyukai informasi yang berupa vidio
		7. Profil	a. Adanya foto profil sebagai identitas Yamaha indonesia b. Adanya bio yang berisikan informasi yang singkat dan jelas

			c. Hasilnya menjadi poin penting dalam menyampaikan informasi
		8. Caption	a. Tulisan atau keterangan yang berkaitan dengan foto dan video. b. informasi yang menarik agar follower lebih tertarik untuk membaca
2.	Keputusan pembelian (Variable Y) Kotler dan Keller (2016:166)	1. Pengenalan Masalah	a. Membeli produk karena adanya kebutuhan. b. Konsumen membeli produk karena harganya sesuai
		2. Pencairan Informasi	a. Saya mencari informasi karena adanya kebutuhan b. Mencari informasi kepada orang lain/teman yang sudah pernah menggunakan c. Mendapatkan informasi dari berbagai media
		3. Evaluasi Alternatif	d. Konsumen melakukan evaluasi produk e. Mencari informasi kepada orang lain/teman yang sudah pernah menggunakan f. Mendapatkan informasi dari berbagai media
		4. Keputusan Pembelian	g. Memiliki produk karena meningkatkan h. Konsumen memiliki produk karena populer dikalangan masyarakat
		5. Tingkah Laku Pasca Pembelian	i. Merasa puas karena produk Yamaha nmax 155 sesuai dengan keinginan konsumen j. Merekomendasikan produk kepada orang lain k. Melakukan pembelian produk

4. Populasi dan Sampel

A. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi pada penelitian ini adalah *followers* Instagram @yamahaindonesia sebanyak 690.000 pada tanggal 1 juni 2022. Akan tetapi, jumlah *followers* tersebut tidak bisa dipastikan semuanya aktif di Instagram dan bisa terjadi hanya sekedar *followers* tanpa mengikuti perkembangan konten Instagram @yamahaindonesia. Sehingga peneliti menetapkan karakteristik populasi dengan melakukan observasi pemantauan selama satu minggu terhitung pada tanggal (1 juli 2022 sampai dengan 7 juli 2022) melalui seluruh komentar-komentar yang terhadap postingan konten yang diunggah @yamahaindonesia. Setelah dilakukan pemantauan hanya terhadap pengguna aktif 480 pengguna aktif akun Instagram yang menjadi *followers* @yamahaindonesia. Sehingga populasi dalam penelitian ini berjumlah 480 *followers*. Populasi pada penelitian ini memenuhi karakteristik sebagai berikut

1. Mengikuti akun Instagram @yamahaindonesia
2. Berusia 18 – 44 Tahun lebih
3. Perempuan atau Laki-laki
4. Sudah Membeli Yamaha nmax 155
5. Pernah melakukan pembelian

B. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan Probability Sampling. Probability Sampling adalah teknik sampling yang ditarik berdasarkan probabilitas dimana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara matematis (Kriyantono,2014:154).

Pada penelitian ini mengukur sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin dari jumlah populasi Followers akun Instagram @yamahaindonesia. Dibawah ini adalah perhitungan sampel menggunakan Rumus Slovin:

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

$$n = \frac{480}{1 + 480(0,1)^2}$$

$$n = \frac{480}{1 + 480(0,1)}$$

$$n = \frac{480}{1 + 4,8}$$

$$n = \frac{480}{4,8}$$

$$n = 82,75$$

$$n = 83(\text{dibulatkan})$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan (10%)

5. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan Skala Likert pada jawaban guna memudahkan untuk membuat kesimpulan dan analisis secara kuantitatif 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, yaitu selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. 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. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai

gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain (Sugiyono 2015:135).

Tabel 3.2
Skala Likert

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah/Negatif Diberi Skor
2	Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah/Negatif Diberi Skor
3	Setuju/Sering/Positif Diberi Skor
4	Sangat Setuju/Sangat Positif Diberi Skor

6. Teknik pengumpulan data

A. Data primer

Data Premiere adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, setelah dikumpulkan data akan diolah sendiri oleh peneliti secara langsung, saat melakukan metode data premiere menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan serangkaian daftar pernyataan yang telah disusun lalu akan diberikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban. (Sugiyono 2016:142).

B. Data Skunder

Data Sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan dari sumber kepada pengumpul data melainkan diperoleh dari buku, jurnal, dokumen, internet, artikel, atau tulisan-tulisan yang realvan (Sugiyono 2016:129). Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner dimana sekumpulan pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk menjawabnya. Pertanyaan pada kuesioner

bersifat tertutup artinya jawaban yang dipilih oleh responden tidak diberikan kesempatan untuk memberikan jawaban diluar jawaban yang diberikan.

7. Teknik analisi data

A. Uji Regresi Linier Sederhana

Sederhana korelasi antara dua variabel Analisis regresi dilakukan jika mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) (Kriyantono, 2014:183). Rumus yang digunakan yaitu rumus regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana adalah jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu (Kriyantono,2014:184). Rumus regresi linier sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y= variable tidak bebas

X= variable bebas

A= nilai intercept (konstan)

B= Koefisien regresi, angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau pun penurunan variable terkait yang didasarkan pada variable bebas. Bila b(+) maka naik, bila b(-) maka terjadi penurunan.

B. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Jika nilai probability t lebih kecil dari 0,05 maka variable *independent* berpengaruh signifikan terhadap variable *dependent*.

Rumus:

Jika sig dari Fhitung < 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho ditolak.

Jika sig dari Fhitung > 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho diterima.

C. 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 :

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi antara X dan Y

n = jumlah sampel

maka dengan demikian:

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

Jika t hitung < table Ho diterima dan Ha ditolak (tidak ada pengaruh)

8. Uji validasi dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dikatakan valid jika nilai sig < 0,05 atau sebesar 5%. Sehingga jika nilai signifikansinya sebesar 0,05 berarti data tersebut dinyatakan valid.

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah/valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada angket maupun untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh pertanyaan tersebut.

1. Jika r hitung > r tabel, dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ maka Ho ditolak artinya instrument valid.
2. Jika r hitung < r tabel, dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ maka Ho diterima artinya instrument tidak valid.

B. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama di lain kesempatan walaupun digunakan berulang kali. Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan (*dependable*) dan tetap (*consistent*) (Kriyantono, 2006:140).

Tujuan utama pengujian reabilitas adalah untuk mengetahui kosekuensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrument penelitian disebut reliable apabila instrument tersebut konsisten dalam memberikan penilaian atas apa yang diukur. Dalam pengujian reabilitas ini menggunakan metode *Alpha Cronbach*.

Untuk mengetahui instrument reabilitas atau tidak, standar yang digunakan untuk menentukan reabilitasnya adalah perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} pada taraf signifikansi (α) 5 %. Apabila *Alpha* hitung lebih besar dari tabel dan *Alpha* hitung bernilai positif, maka suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliabel.

Tingkat reabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *Alpha* 0 sampai dengan 1. Apabila skala tersebut dikelompokkan ke dalam lima kelas dalam range yang sama, maka ukuran ketetapan *Alpha* dapat diinterpretasi seperti tabel berikut :

Tabel 3.3

Tingkat Reabilitas

<i>Alpha</i>	Tingkat Reabilitas
>0,00 s.d 0,19	Kurang Reliabel
>0,20 s.d 0,39	Agak Reliabel
>0,40 s.d 0,59	Cukup Reliabel
>0,60 s.d 0,79	Reliabel
>0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabel

9. Hasil Uji Validasi dan Reabilitas

Sebelum dilakukan penyabaran kusioner terhadap terhadap sampel penelitian, terlebih dahulu menguji validasi dengan menyabarkan kusioner pada 30 orang. Responden diminta untuk menyatakan jawaban pada penelitian jawaban yang telah disediakan, yang didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Uji Validasi Variabel X (Akun Instagram)

Tabel dengan taraf signifikan 5% = 0,361. Hasil uji validasi Akun Instagram dapat dijelaskan dapat tabel dijelaskan tabel di bawah ini:

Tabel 3.4

Uji Validitas X (Akun Instagram)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1	X1	0,727	0,361	Valid
2	X2	0,704	0,361	Valid
3	X3	0,719	0,361	Valid
4	X4	0,660	0,361	Valid
5	X5	0,720	0,361	Valid
6	X6	0,763	0,361	Valid
7	X7	0,416	0,361	Valid
8	X8	0,733	0,361	Valid
9	X9	0,706	0,361	Valid
10	X10	0,610	0,361	Valid
11	X11	0,674	0,361	Valid
12	X12	0,643	0,361	Valid
13	X13	0,539	0,361	Valid
14	X14	0,614	0,361	Valid
15	X15	0,665	0,361	Valid
16	X16	0,605	0,361	Valid
17	X17	0,561	0,361	Valid

Untuk mengetahui validitas butir pernyataan tersebut dibandingkan dengan r tabel. Dengan taraf kesalahan 5% dan N=30 maka r tabel 0,361. Item angket dalam uji validitas dikatakan valid jika r hitung > r tabel pada nilai signifikansi 5%. Kemudian dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada variabel X atau Akun Instagram adalah valid karena nilainya lebih dari 0,361.

2. Uji Validasi Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel dengan taraf signifikan 5% = 0,361. Hasil uji validasi iklan dapat dijelaskan tabel dibawah ini:

Tabel 3.5

Uji Validasi variabel Y (Keputusan Pembelian)

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
1	Y1	0,634	0,361	Valid
2	Y2	0,694	0,361	Valid
3	Y3	0,690	0,361	Valid
4	Y4	0,766	0,361	Valid
5	Y5	0,515	0,361	Valid
6	Y6	0,688	0,361	Valid
7	Y7	0,715	0,361	Valid
8	Y8	0,555	0,361	Valid
9	Y9	0,700	0,361	Valid
10	Y10	0,804	0,361	Valid
11	Y11	0,673	0,361	Valid
12	Y12	0,612	0,361	Valid
13	Y13	0,809	0,361	Valid
14	Y14	0,688	0,361	Valid
15	Y15	0,802	0,361	Valid
16	Y16	0,533	0,361	Valid
17	Y17	0,685	0,361	Valid

Untuk mengetahui validitas butir pernyataan tersebut dibandingkan dengan r tabel. Dengan taraf kesalahan 5 % dan N = 30 maka r tabel 0,361. Item angket dalam uji validitas dikatakan valid jika r hitung > r tabel pada nilai signifikansi 5 %. Kemudian dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada variabel Y atau Keputusan Pembelian adalah valid karena nilainya lebih dari 0,361.

10. Hasil Uji Reabilitas

A. Uji Reabilitas Variabel X (Akun Instagram)

Tabel 3.6

Uji Reabilitas Variabel X (Akun Instagram)

Cronbach'Alpha	N Of Items
0,933	17

Dari tabel di atas juga didapatkan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari variable X (Akun Instagram) 0,933. Berdasarkan ketentuan Cronbach's Alpha dapat dikatakan bahwa butir pernyataan variable X (Akun Instagram) **Reliable**.

B. Uji Reabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 3.7

Uji Reabilitas Variable Y Keputusan Pembelian

Cronbach'Alpha	N Of Items
0,925	17

Dari tabel di atas juga didapatkan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari variabel Y (Keputusan Pembelian) 0,925 berdasarkan ketentuan Cronbach's Alpha dapat dikatakan bahwa butir pernyataan variabel Y (Keputusan pembelian) **Reliable**.