

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara *online* pada akun instagram @Shopee_id yang merupakan brand dari Shopee dan dilakukan sebuah survey kepada beberapa followers pada akun tersebut dan akan diberikan survey tersebut pada link Google form. Waktu penelitian ini akan dilakukan selama 1 bulan.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan judul penelitian “Pengaruh Pesan Kampanye #BelanjaDariRumah Terhadap *Brand Image* Shopee”. Metode penelitian kuantitatif yaitu Pendekatan yang akan menguji logis teori dengan mendalami hubungan antar variabel. Variabel menyediakan data yang berupa angka - angka yang dapat diukur dengan alat dan dianalisis serta diolah dengan menggunakan prosedur statistik (Creswell & Creswell, 2017:39). Maka dari itu, Kriyantono penelitian eksplanatif merupakan proses dimana peneliti menemukan hubungan atau faktor sebab akibat yang terjadi antara dua variabel (Kriyantono, 2012:69).

Penelitian bersifat eksplanatif karena berintensi untuk mencari tahu pengaruh pesan kampanye #BelanjaDariRumah (variabel X) terhadap *brand image* Shopee (variabel Y).

C. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data melalui survei dan mengolahnya sebagai hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai alat bantu proses instrumen penelitian. Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan baku untuk memperoleh data.

Creswell Menyatakan bahwa inti yang diperoleh melalui metode penelitian terdapat dalam dua hal, yaitu rancangan metode survei & eksperimen guna mendalami hubungan antara variabel (Creswell 2018:215).

Metode ini digunakan untuk mencari jawaban di setiap responden berdasarkan judul penelitian. Selain penggunaan metode survei, memungkinkan peneliti untuk memperoleh data statistik berupa angka-angka untuk menjelaskan suatu hubungan antara variabel. Hasil responden yang telah dikumpulkan akan diproses menggunakan SPSS versi 25

D. Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X Sumber: Olahan Penelitian, 2022

Variabel	Dimensi	Indikator	Alat Ukur
Pesan Kampanye (X) Clow & Baack (2016)	Kognitif	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Generic messages</i> <ul style="list-style-type: none"> – Shopee menyampaikan informasi mengenai situasi sekarang ini terhadap pesan kampanye #BelanjaDariRumah kepada masyarakat 2. <i>Preemptive Emptive</i> <ul style="list-style-type: none"> – Pesan kampanye #BelanjaDariRumah menekankan angka penyebaran Covid-19 	

	Afektif	<p>1. <i>Resonance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Pesan kampanye #BelanjaDariRumah ini untuk saling mengingatkan dan peduli terkait virus Covid-19 <p>2. <i>Emotional</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Pesan kampanye #BelanjaDariRumah ini agar dapat menekankan angka penyebaran virus Covid-19 	<p>Skala</p> <p>Likert</p>
	Konatif	<p>Pesan kampanye #BelanjaDariRumah agar masyarakat lebih efisien dalam memenuhi kebutuhannya dan bisa mengurangi aktivitas diluar rumah</p>	

			<i>Skala Likert</i>
<i>Brand Image</i> (Y) David Aeker (2010)	<i>Recognition</i>	Kemampuan orang dalam mengenali sebuah brand Shopee terhadap pesan kampanye #BelanjaDariRumah yang telah dibuat	<i>Skala Likert</i>
	<i>Reputation</i>	Membangun citra yang positif terhadap pesan kampanye #BelanjaDariRumah	
	<i>Affinity</i>	Pesan kampanye #BelanjaDariRumah ingin membuat pergerakan masyarakat untuk tetap berada dirumah saja	

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan pembentukan kesimpulan secara umum dari subjek dan objek serta benda-benda alam yang lain, yang memiliki ciri

tingkah laku atau pemikiran yang khas yang oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian akan menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2013:80). Menurut Indriantoro dan Supomo dalam (Ruslan, 2013: 133) ialah masalah populasi timbul terutama pada penelitian opini yang menggunakan metode survei, sebagai teknik pengumpulan data. Populasi data yang diteliti meliputi sekelompok orang, kejadian, atau semua yang memiliki karakteristik tertentu dan anggota populasi tersebut merupakan elemen populasi

Maka karakteristik populasi yang diambil dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1 Umur : 15 – 35 Tahun
- 2 Jenis Kelamin : Laki – laki dan Perempuan
- 3 *Followers* Instagram : @shopee_id
- 4 Menyukai postingan pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram Shopee

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah *followers* Shopee Indonesia di instagram sejumlah 8,6 M dengan mengambil populasi berjumlah 22.000 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari total populasi dan harus dapat mewakili populasi. Menurut Kriyantono Teknik sampling dikategorikan menjadi dua yakni probability sampling dan juga non-probability. Probability merupakan usaha pengambilan sampel dengan pemberian kesempatan yang sama terhadap setiap data dari populasi untuk dipilih menjadi bagian sampel, sedangkan non-probability adalah cara yang pengambilan sampelnya tidak memberikan kesempatan yang sama pada tiap anggota ataupun data populasi untuk dijadikan sampel (Kriyantono, 2012:92).

Dalam penelitian ini akan memilih cara non-probability sebagai teknik pengambilan sampel dengan bentuk purposive sampling. Menurut

Sugiyono purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan konsiderasi dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2017:18). Dalam penentuan sampel responden pada penelitian ini sudah merupakan:

1. Pesan melihat Kampanye #BelanjaDariRumah

Dalam menentukan besaran sampel dari suatu populasi, jumlah sampel dapat diketahui dengan menggunakan perhitungan rumus Yamane.

Rumus Yamane :

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

Keterangan :

n= jumlah pada sampel

N= jumlah angka pada populasi

d= tingkat signifikansi yang diinginkan

Maka, dalam pengimplementasiannya untuk menghitung jumlah sampel pada penelitian ini akan dimasukkan nominal data terkait judul penelitian sebagai berikut:

$$n = \frac{22.000}{22.000 \times (0,1 \times 0,1)} + 1$$

$$n = 99,547$$

Jadi, sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini untuk mewakili jumlah populasi dari postingan pesan kampanye #BelanjaDariRumah yang disukai berjumlah 100 responden. Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang akan diinvestigasi oleh peneliti Sekaran & Bougie (2013:240).

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mempunyai definisi yaitu aktivitas yang dilakukan guna mengumpulkan berkas data yang dibutuhkan agar penelitian dapat berjalan lancar. Menurut Kriyantono Metode pengumpulan data adalah teknik

ataupun Berbagai aktivitas ataupun metode yang dilakukan guna mengumpulkan data. Pada penelitian kali ini, penggunaan data primer dan data sekunder menjadi acuan untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2012:87).

1. Data Primer

Kriyantono mengatakan kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang telah diurutkan serta bertahap dan wajib diisi oleh target responden. Pada penelitian ini akan menyediakan kuesioner yang sudah memiliki jawaban atau tertutup, sehingga target responden hanya akan memilih jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapatnya (Kriyantono, 2012:87).

Pada penelitian ini, juga akan menggunakan skala Likert. Penggunaan skala likert ini bertujuan untuk mendapatkan data skala pengukuran responden terkait tema penelitian dan untuk menghindari jawaban tidak pasti atau ragu-ragu (Kriyantono, 2012:93).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan oleh sumber kedua maupun sumber sekunder yang berasal dari data yang kita butuhkan menurut Bungin. Data sekunder pada penelitian ini dapat berupa buku referensi atau e-book, jurnal ilmiah, bahan publikasi resmi, maupun website sebagai referensi untuk penulisan penelitian (Bungin, 2019:132).

G. Teknik Pengukuran Data

Untuk penelitian ini akan menggunakan kuesioner yang nantinya akan diukur berdasarkan dengan skala likert unik mendapatkan pengukuran mengenai sikap, pendapat, dan persepsi dari responden mengenai fenomena sosial yang dialami baik secara langsung ataupun tidak langsung oleh responden. Skala Likert pada penelitian ini juga akan terbagi menjadi empat, yakni : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Tabel 3.2 Skala Likert

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

Sumber : Kriyanto (2020:274)

Saat sudah mengumpulkan data yang diperlukan melalui survei kuesioner, penelitian akan mengukur dan mengolah data-data yang ada dengan menghitungnya untuk menarik kesimpulan dengan SPSS 25. Sebuah perangkat lunak yang akan membantu pengolahan data penelitian metode kuantitatif.

H. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

.Uji Validitas menguji apakah indikator yang telah dirancang sebelumnya untuk mengukur konsep sebuah penelitian benar-benar mengukur konsep tersebut (Ghozali, 2016:52).

Penelitian ini akan dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden, para responden ini diambil melalui *followers* instagram @shopee_id. Hasilnya akan diolah menggunakan aplikasi SPSS 25 yang ber kriteria :

- apabila nilai r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid.
- jika nominal r hitung $<$ r tabel dinyatakan tidak valid.

Validitas ini ditentukan dengan r tabel untuk degree of freedom (dk = n-2) dengan taraf signifikan 5% (0,05).

Hasil Uji Validitas :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = nilai tabel t student

r = koefisien korelasi

N = ukuran sampel

A. Hasil Uji Validitas Variabel X (Pesan Kampanye)

Butir pernyataan variabel X berjumlah 10 pernyataan dengan taraf signifikan 5% = 0,361. Hasil uji validitas variabel X yang dapat diperoleh pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas X (Pesan Kampanye)

Pernyataan	R.Tabel	R.Hitung	Keterangan
Pernyataan 1	0,361	0,797	Valid
Pernyataan 2	0,361	0,785	Valid
Pernyataan 3	0,361	0,722	Valid
Pernyataan 4	0,361	0,670	Valid
Pernyataan 5	0,361	0,682	Valid
Pernyataan 6	0,361	0,670	Valid
Pernyataan 7	0,361	0,702	Valid
Pernyataan 8	0,361	0,451	Valid

Pernyataan 9	0,361	0,614	Valid
Pernyataan 10	0,361	0,466	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 Pesan Kampanye (X) dikatakan valid.

B. Hasil Uji Validitas Variabel Y (*Brand Image*)

Butir pernyataan variabel Y berjumlah 9 pernyataan dengan taraf signifikan 5% = 0,361. Hasil uji validitas variabel X yang dapat diperoleh pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.4

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Y (*Brand Image*)

Pernyataan	R.Tabel	R. Hitung	Keterangan
Pernyataan 1	0,361	0,724	Valid
Pernyataan 2	0,361	0,734	Valid
Pernyataan 3	0,361	0,554	Valid
Pernyataan 4	0,361	0,681	Valid
Pernyataan 5	0,361	0,698	Valid
Pernyataan 6	0,361	0,688	Valid
Pernyataan 7	0,361	0,644	Valid
Pernyataan 8	0,361	0,689	Valid
Pernyataan 9	0,361	0,704	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 *Brand Image* (Y) dikatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Penggunaan pengujian reliabilitas menurut Adamson & Prior dalam (Yusuf, 2016) menggunakan uji Alfa Cronbach's dilakukan dengan tujuan instrumen yang memiliki hasil akan jawaban benar lebih dari 1. Instrumen yang dimaksud tersebut misalnya instrumen berbentuk esai, kuesioner atau angket. Uji reliabilitas merupakan sebuah alat pengukuran data kuesioner yang menjadi pernyataan dari sumber variabel. Reliabilitas akan menunjukkan konsistensi internal dari sebuah pengukuran konstruk (Ghozali, 2013:47). Penelitian ini akan menggunakan SPSS dengan metode Alpha Cronbach's dalam menguji reliabilitas. Pada penelitian ini teknik yang digunakan adalah Alfa Cronbrach.

Herlina uji reliabilitas berguna untuk memperkuat kepercayaan pada kuesioner yang digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Kuesioner yang dianggap reliabel apabila memberikan hasil yang relatif sama pada saat dilakukan pengukuran pada suatu objek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau hasil yang tetap. Nilai yang diuji tingkat reliabilitasnya dikategorikan sebagai berikut dalam (Herlina, 2019:70) :

- a. Cronbach's alpha $< 0,50$ = tingkat reliabilitas rendah
- b. Cronbach's alpha $0,51 \text{ -- } 0,70$ = tingkat reliabilitas moderat
- c. Cronbach's alpha $0,71 \text{ -- } 0,90$ = tingkat reliabilitas tinggi
- d. Cronbach's alpha $> 0,91$ = tingkat reliabilitas sempurna

A. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Pesan Kampanye)

Tabel 3.5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	10

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25)

Berdasarkan reliabilitas statistics diatas, terbukti bahwa hasil perhitungan *Cronbach Alpha* untuk variabel Pesan Kampanye (X) sebesar 0,836 maka dinyatakan bahwa pernyataan variabel Pesan Kampanye (X) pada penelitian ini tingkat reliabilitas tinggi.

B. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (*Brand Image*)

Tabel 3.6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	9

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25)

Berdasarkan reliabilitas statistics diatas, terbukti bahwa hasil perhitungan *Cronbach Alpha* untuk variabel *Brand Image* (Y) sebesar 0,891 maka dinyatakan bahwa pernyataan variabel *Brand Image* (Y) pada penelitian ini tingkat reliabilitas tinggi.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji T

Dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh satu variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan pada uji T adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $> 0,05$ berarti hipotesis tidak terbukti maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Jika signifikansi $< 0,05$ berarti hipotesis terbukti maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

2. Regresi Linear

Teknik analisis uji regresi linear sederhana yang dipakai pada penelitian ini seperti yang dikutip dari (Sugiyono, 2017:298) digunakan berdasarkan pada relasi kausal atau fungsional satu variabel dengan variabel terikat yang dipakai. Pada penelitian ini uji regresi linear sederhana dipakai dengan tujuan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh dari “pesan kampanye #BelanjaDariRumah” terhadap “brand image Shopee”. Menurut Kriyantono (2020:341) rumus untuk melakukan uji regresi linear sederhana adalah

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen (Variabel bebas)

a = Nilai konstan

b = Koefisien regresi

Analisis data pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 25. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis sehingga dapat menjadi pedoman dan acuan dalam penelitian untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh antar variabel yang diteliti.