

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini adalah di akun Instagram @Sportaway waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus – Desember 2022.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data yang menggunakan instrument penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif yang bias disebut dengan statistic berupa tujuan yang menguji hipotesis yang telah ditetapkan, maka penelitian kuantitatif dilakukan pada sampel yang akan diambil secara random, dan kesimpulan hasil penelitian dapat di generalisasikan pada populasi dan sampel yang akan diambil (Sugiyono, 2014:13).

Penulis menggunakan kuantitatif karena pengambilan sampel melalui uji statistic atau SPSS yang dapat diukur dengan cara membagikan kuesioner dengan cara melalui direct message instagram @Sportways.

3.3 Metode penelitian

Penelitian survei akan menjelaskan mengenai penelitian kuantitatif yang akan dilakukan secara menyusun daftar yang ditunjukkan koresponden. Penelitian survei dapat digunakan untuk meneliti gejala perilaku individu. Penggalan data terstruktur ini biasa disebut dengan istilah kuesioner (Sujarweni, 2014:8). Karena dalam melakukan secara survei mempunyai penelitian dapat melakukan secara kuesioner atau angket yang dihasilkan berbentuk sumber data utama. Menggunakan penelitian survei akan dimintai untuk diberikan jawaban singkat yang sudah tertulis yang berbentuk hasil

kuesioner atau angket lalu dijawab dari semua reponden tersebut yang akan diolah menggunakan teknik analisis kuantitatif.

3.4 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini digunakan dalam penelitian kuantitatif dan bersifat eksplanatif. Eksplanatif yang mempunyai tujuan untuk menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel lain untuk menguji pada hipotesis. Penelitian eksplanatif yang dilakukan terhadap sampel dan penelitian ini dapat di generalisasikan terhadap populasinya. Eksplanatif ini menjelaskan suatu penelitian yang dapat digeneralisasi sampel kepada populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel lain. Tujuan eksplanatif ini menghubungkan pola-pola yang berbeda tetapi memiliki keterkaitan yang menghasilkan pola hubungan sebab-akibat(Bungin, 2017: 29).

Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel secara mendalam serta akurat melalui penguji hipotesis. Penelitian ini yang dikur adalah pengaruh dari kedua variabel yang menggunakan variabel bebas yaitu pengaruh terpaan iklan media instagram @Sportaways terhadap keputusan pembelian followers.

3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Variabel

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orangdengan yang lain atau obyek dengan obyek yang lain. (Sugiyono,2015:60). 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 (Sudarmanto,2013:9).

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu:

1. Variabel Independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013:39). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Terpaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah unsur-unsur yang mempengaruhi terpaan iklan media instagram @Sportaways sedangkan variabel terikat Keputusan pembelian
2. Variabel Dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:39). Pada penelitian ini variabel terikat (Y) adalah Keputusan pembelian. Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:39). Pada penelitian ini variabel terikat (Y) adalah Keputusan pembelian.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah unsur-unsur yang mempengaruhi terpaan iklan media instagram @Sportaways sedangkan variabel terikat Keputusan pembelian.

3.5.2 Definisi Operasional

Menurut (Dharma, 2011:61), Definisi operasional ini bertujuan untuk membuat variabel menjadi lebih kongkrit dan dapat diukur, bagaimana mengukurnya, apa saja kriteria pengukurannya, instrumen yang digunakan untuk mengukurnya dan skala pengukurannya.

1. Terpaan iklan media instagram @Sportaways (Variabel X)

Semakin banyak anda melihat iklannya, semakin banyak perhatian audiens, pada saat yang sama perubahan kecil juga akan menarik perhatian yang akan dipengaruhi oleh pikiran bawah sadar kita (Rakhmat:52-53).

2. Keputusan pembelian (Variabel Y)

Minat beli konsumen merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

NO	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
1	DIMENSI TERPAAN IKLAN (X) (Ardianto,2014:168)	a. Frekuensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menonton tayangan iklan lebih dari sekali. 2. Tingkat keseringan melihat / menonton iklan.
		b. Durasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Durasi melihat akun Instagram @Sportaways. 2. Durasi waktu yang sudah dihabiskan melihat iklan. 3. Lama waktu 4. Melihat iklan
		c. Intensitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen memahami iklan @sportaways 2. Konsumen mengerti dengan postingan akun Instagram @sportaways 3. Konsumen 4. Mengerti dari 5. Penyampaian pesan iklan.

2.	TAHAPAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y) Kotler&keller, (2016:194)	a. Pengenalan masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen mengetahui kebutuhan produk sebelum membeli. 2. Konsumen mengetahui adanya masalah/kebutuhan yang harus dipenuhi. 3. Produk yang dibutuhkan merupakan solusi.
		b. Pencarian informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen mencari informasi produk @sportaways. 2. Konsumen mencari informasi melihat media sosial.
		c. Evaluasi Alternatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen meyakinkan Produk @sportaways sebelum membeli. 2. Konsumen membandingkan produk dengan brand lain.
		d. Keputusan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen membeli produk yang sudah direncanakan. 2. Konsumen menggunakan produk.

	e. Perilaku pasca pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen merasa kepuasan/ tidak puas dengan produk @sportaways 2. Melakukan pembelian berulang. 3. Konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain.
--	-----------------------------	---

3.6 Populasi dan Sampel (Teknik Sampling)

3.6.1 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. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain (Sugiyono,2015:117).

Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah sebagaiberikut:

1. Mengikuti Instagram @sportaways 433K.
2. Mengetahui produk/*brand* @Sportaways
3. Sudah melakukan pembelian produk.
4. Melakukan tagged tanggal 21 april 2021 – 4 maret 2022sebanyak 199 *followers* pada sportaways.

Berdasarkan karakteristik populasi di atas jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 199 *followers*.

Tabel 3. 2 Karakteristik Populasi

No	Tanggal, bulan, tahun	Jumlah
1	21 april 2021	1 tag
2	24 april 2021	2 tag
3	25 april 2021	1 tag

No	Tanggal, bulan, tahun	Jumlah
4	28 april 2021	2 tag
5	2 mei 2021	3 tag
6	3 mei 2021	2 tag
7	4 mei 2021	2 tag
8	5 mei 2021	3 tag
9	6 mei 2021	1 tag
10	11 mei 2021	1 tag
11	12 mei 2021	1 tag
12	13 mei 2021	2 tag
13	16 mei 2021	1 tag
14	17 mei 2021	1 tag
15	21 mei 2021	1 tag
16	27 mei 2021	5 tag
17	28 mei 2021	9 tag
18	29 mei 2021	4 tag
19	31 mei 2021	2 tag
20	1 juni 2021	2 tag
21	2 juni 2021	4 tag
22	6 juni 2021	2 tag
23	10 juni 2021	3 tag
24	21 juni 2021	2 tag
25	22 juni 2021	1 tag
26	25 juni 2021	1 tag
27	29 juni 2021	1 tag
28	6 juli 2021	2 tag

No	Tanggal, bulan, tahun	Jumlah
29	7 juli 2021	2 tag
30	17 juli 2021	1 tag
31	19 juli 2021	2 tag
32	21 juli 2021	1 tag
33	22 juli 2021	1 tag
34	25 juli 2021	1 tag
35	28 juli 2021	1 tag
36	29 juli 2021	1 tag
37	30 juli 2021	1 tag
38	2 agustus 2021	2 tag
39	5 agustus 2021	1 tag
40	6 agustus 2021	1 tag
41	7 agustus 2021	1 tag
42	8 agustus 2021	1 tag
43	9 agustus 2021	1 tag
44	11 agustus 2021	1 tag
45	12 agustus 2021	4 tag
46	13 agustus 2021	6 tag
47	15 agustus 2021	2 tag
48	16 agustus 2021	1 tag
49	18 agustus 2021	1 tag
50	21 agustus 2021	1 tag
51	22 agustus 2021	2 tag
52	26 agustus 2021	2 tag
53	29 agustus 2021	3 tag

No	Tanggal, bulan, tahun	Jumlah
54	4 september 2021	1 tag
55	5 september 2021	1 tag
56	10 september 2021	3 tag
57	11 september 2021	1 tag
58	18 september 2021	2 tag
59	20 september 2021	1 tag
60	24 september 2021	1 tag
61	5 oktober 2021	1 tag
62	6 oktober 2021	1 tag
63	7 oktober 2021	2 tag
64	10 oktober 2021	1 tag
65	12 oktober 2021	3 tag
66	20 oktober 2021	2 tag
67	22 oktober 2021	1 tag
68	30 oktober 2021	3 tag
69	1 november 2021	2 tag
70	3 november 2021	1 tag
71	7 november 2021	2 tag
72	8 november 2021	1 tag
73	10 november 2021	1 tag
74	15 november 2021	3 tag
75	16 november 2021	2 tag
76	21 november 2021	2 tag
77	22 november 2021	3 tag
78	24 november 2021	1 tag

No	Tanggal, bulan, tahun	Jumlah
79	26 november 2021	1 tag
80	1 desember 2021	1 tag
81	2 desember 2021	1 tag
82	3 desember 2021	2 tag
83	7 desember 2021	1 tag
84	9 desember 2021	1 tag
85	13 desember 2021	1 tag
86	14 desember 2021	1 tag
87	16 desember 2021	2 tag
88	18 desember 2021	1 tag
89	20 desember 2021	1 tag
90	23 desember 2021	2 tag
91	26 desember 2021	1 tag
92	30 desember 2021	1 tag
93	2 januari 2022	2 tag
94	3 januarui 2021	2 tag
95	24 januari 2022	2 tag
96	25 januari 2022	3 tag
97	28 januari 2022	3 tag
98	1 februari 2022	1 tag
99	3 februari 2022	2 tag
100	7 februari 2022	1 tag
101	8 februari 2022	1 tag
102	14 februari 2022	1 tag
103	16 februari 2022	2 tag

No	Tanggal, bulan, tahun	Jumlah
104	19 februari 2022	1 tag
105	20 februari 2022	1 tag
106	22 februari 2022	1 tag
107	23 februari 2022	1 tag
108	27 februari 2022	1 tag
109	1 maret 2022	1 tag
110	2 maret 2022	2 tag
111	4 maret 2022	1 tag
	Jumlah	199 Tagged

3.6.2 Sampel

Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik dapat dimiliki oleh populasi dan sampel yang diambil dari populasi ini harus benar-benar representative atau mewakili. Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang nantinya akan diambil darisuatu populasi. (Sugiyono, 2014:73)

Probability sampling Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi semua unsur (anggota) populasi yang dapat dipilih menjadi anggota sampel. Teknik penulis ini menggunakan Random sampling dikatakan simple atau sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi itu (Sugiyono, 2017: 82). Berdasarkan populasi, maka untuk menghitung jumlah sampel penunakan rumus slovin. Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya. Peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampe

N= Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan

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

$$n = \frac{199}{1+(199 \times 0,1)^2}$$

$$n = \frac{199}{1+1.99}$$

$$n = \frac{199}{2.99}$$

$$n = 66,55 \text{ responden}$$

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yang dimaksudkan dalam hal ini untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Karena data kuantitatif Teknik analisis datanya menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. (Sugiyono, 2015:243).

3.7.1 Angket (Kuesioner)

Teknik dengan cara menyebarkan angket atau disebut dengan kuesioner dilakukan dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden dan untuk dijawab, kuesioner ini pengumpulan data secara efisien agar peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner cocok digunakan dengan jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas, kuesioner ini memberikan pertanyaan-pertanyaan secara tertutup atau terbuka dapat dikirimkan secara langsung, atau melalui internet (Sugiyono, 2017:142).

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan statistik (Sugiyono, 2015: 243)

Analisis data terdapat teknik pengolahan analisis inferensi dimana statistik inferensial berusaha membuat berbagai inferensi terhadap sekumpulan data yang berasal dari suatu sampel. Tindakan inferensi ini dengan cara melakukan pemikiran, peramalan pengambilan keputusan dari dua variabel atau lebih. Dalam analisis inferensi yang akan diolah dengan dua variabel atau lebih dengan menggunakan teknik pengujian inferensial (Sujarweni, 2014: 105)

$$Y = a + bX$$

Y = Variabel Akibat (Dependent)

X = Variabel Faktor Penyebab (Independent)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

3.9 Uji Validitas dan Reabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:2) menyatakan bahwa valid derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Berdasarkan definisi di atas, maka validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait dengan tingkat pengukuran sebuah alat test (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan diinginkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

3.9.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas dilakukan bersama – sama terhadap seluruh pertanyaan atau pernyataan kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi antara hasil pengamatan dengan instrumen atau alat ukur yang digunakan pada waktu yang berbeda. Pernyataan yang sudah valid, dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut : 51 1. Jika r alpha positif atau $> r$ tabel maka pernyataan reliabel 2. Jika r alpha negatif atau $< r$ tabel maka pernyataan tidak reliabel Tujuan utama dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk mengetahui konsistensi dan keteraturan hasil dari suatu instrumen penelitian atas apa yang diukur, tingkat reliabilitas dapat dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach*.

3.10 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan sebelum penyebaran kuesioner terhadap sampel penelitian. Penyebaran kuesioner yang sudah dilakukan pada 66 responden melalui Direct message pada tagged Instagram @Sportaways. Hasil uji ini akan membuktikan bahwa pernyataan atau pertanyaan yang dilakukan kepada responden valid atau tidak valid. Uji validitas dengan membandingkan nilai dengan tingkat signifikansi sebesar 10% maka sebesar 0,242. Hasil uji variabel X (Terpan) yang dijelaskan pada tabel di bawah ini

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X
(Terpaan)**

No	Pernyataan	Rtabel	rhitung	Keterangan
1.	X1	0,242	0,395	VALID
2.	X2	0,242	0,448	VALID
3.	X3	0,242	0,658	VALID
4.	X4	0,242	0,694	VALID
5.	X5	0,242	0,607	VALID
6.	X6	0,242	0,523	VALID
7.	X7	0,242	0,466	VALID
8.	X8	0,242	0,715	VALID
9.	X9	0,242	0,515	VALID

Sumber: : Perhitungan SPSS for Windows Versi 22

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 9 pernyataan padavariabel X (Terpaan) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,242 (rtabel).

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y
(Keputusan Pembelian)**

No	Pernyataan	Rtabel	rhitung	Keterangan
1.	Y1	0,242	0,420	VALID
2.	Y2	0,242	0,358	VALID
3.	Y3	0,242	0,551	VALID
4.	Y4	0,242	0,677	VALID
5.	Y5	0,242	0,500	VALID
6.	Y6	0,242	0,446	VALID
7.	Y7	0,242	0,572	VALID
8.	Y8	0,242	0,590	VALID
9.	Y9	0,242	0,297	VALID
10.	Y10	0,242	0,701	VALID
11.	Y11	0,242	0,553	VALID
12.	Y12	0,242	0,575	VALID
13.	Y13	0,242	0,609	VALID

Sumber: : Perhitungan SPSS for Windows Versi 25

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 13 pernyataan pada variable Y (Keputusan Pembelian) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,242 (rtabel).

Berikut ini adalah tabel reliabilitas pengukuran variabel penelitian Y yaitu Keputusan Pembelian.

1. Hasil Uji Reabilitas X (Terpaan)

Berikut ini adalah tabel reabilitas pengukuran variabel penelitian X yaitu Terpaan.

Tabel 3. 5 Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,731	9

Dari hasil tabel di atas dapat di jelaskan bahwa nilai kolom Cronbach's Alpha dari variabel X sebesar 0,731 dan berdasarkan ukuran ketepatan Cronbach's Alpha sudah dikatakan bahwa 9 pernyataan variabel X sangat reliabel.

Tabel 3. 6 Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,785	13

Dari hasil tabel di atas dapat di jelaskan bahwa nilai kolom Cronbach's Alpha dari variabel Y sebesar 0,785 dan berdasarkan ukuran ketepatan Cronbach's Alpha sudah dikatakan bahwa 13 pernyataan variabel Y sangat reliabel