

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan secara *online* dengan menyebarkan kuesioner kepada *followers* akun instagram @eatsambel. Adapun waktu penelitian yang dilaksanakan yaitu April 2023 – Juli 2023.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **C. Metode Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, metode penelitian yang digunakan ialah metode survei dengan menyebarkan angket secara *online* dengan bantuan *Google Form*. Menurut (Sugiyono, 2015) metode survei merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Sedangkan metode kuesioner merupakan sebuah cara yang memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

#### **D. Variabel dan Definisi Oprasional Variabel**

##### **1. Definisi Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya (Sugiyono, 2017:39). Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

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

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel (X) dalam penelitian ini adalah konten media sosial dari Jason Miles dalam bukunya yang berjudul *Instagram Power*. Dengan dimensi sebagai berikut: *Feeds*, *Instagram Stories*, *IG-TV*, *Follow*, *Likes*, *Comment*.

**b. Variabel Terikat (*Dependen Variable*)**

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel terikat biasa disebut dengan variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipegaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen, dengan dimensi: *Repeat Purchase*, *Retention*, *Refferals*.

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel X dan Variabel Y**

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Konten Media Sosial (Variabel X) Miles (2019:39-125)	<i>Feeds</i>	1. Hasil foto dan video yang di posting pada akun Instagram. 2. Halaman profile yang menampilkan foto dan video.
		<i>Instagram Stories</i>	1. Postingan yang berdurasi hanya 1-60 detik dan berlaku 24 jam. 2. Membagikan momen yang bersifat tidak permanen.

No	Variabel	Dimensi	Indikator
		Instagram TV	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Sorotan (highlight) dari Instagram Story.</li> <li>1. Fitur yang disediakan Instagram untuk mengunggah video yang berdurasi 1 menit sampai maksimal 10 menit.</li> <li>2. Instagram TV menyediakan durasi video selama 1 jam hanya untuk akun yang sudah diverifikasi.</li> </ol>
		<i>Follow</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fitur yang disediakan oleh Instagram untuk mengikuti/berteman dengan pengguna lainnya.</li> <li>2. Memungkinkan mengikuti pengguna atau akun Instagram lain yang dianggap menarik.</li> </ol>
		<i>Likes</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fitur yang digunakan untuk menyukai postingan dari sebuah foto dan video pada akun Instagram.</li> <li>2. Postingan yang memiliki jumlah likes banyak biasanya adalah postingan terpopuler atau yang sedang hits.</li> </ol>
		<i>Comment</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fitur Instagram untuk memberikan tanggapan pada suatu postingan</li> </ol>

No	Variabel	Dimensi	Indikator
			<p>pengguna lain di Instagram.</p> <p>2. Pengguna dapat mengungkapkan kesan, keluhan dan saran pada kolom komentar.</p>

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Loyalitas Konsumen (Variabel Y) Kotler & Armstrong (2016:49)	<i>Repeat Purchase</i> (Pembelian ulang terhadap produk)	<p>1. Perusahaan memiliki pelanggan yang setia.</p> <p>2. Konsumen melakukan pembelian produk secara berulang.</p>
		<i>Retention</i> (Ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan)	<p>1. Konsumen tidak tertarik membeli produk lain.</p> <p>2. Konsumen tidak memperdulikan kekurangan perusahaan.</p>
		<i>Refferals</i> (Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan)	<p>1. Konsumen merekomendasikan produk kepada orang lain yang dapat membangun eksistensi perusahaan.</p> <p>2. Konsumen memberikan rekomendasi dengan sukarela kepada orang lain.</p>

## E. Populasi dan Sampel (Teknik Sampling)

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau 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. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu sendiri (Sugiyono 2017:80).

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 386.000 populasi dari *followers* Instagram @eatsambel berdasarkan data per-tanggal 10 April 2023. Jumlah tersebut direduksi dengan mengambil *followers* yang sesuai dengan kriteria, seperti:

- a. Merupakan *followers* aktif akun Instagram @eatsambel
- b. *Followers* Eat Sambel yang pernah melakukan pembelian lebih dari dua kali
- c. Memberikan *comment* pada postingan Eat Sambel per tanggal 01 Mei-11 Mei 2023

**Tabel 3.2**  
**Tabel Populasi**

<b>Postingan</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Jumlah Komentar</b>
1	1 Mei 2023	14 Komentar
2	1 Mei 2023	26 Komentar
3	2 Mei 2023	7 Komentar
4	2 Mei 2023	16 Komentar
5	2 Mei 2023	8 Komentar
6	3 Mei 2023	4 Komentar
7	3 Mei 2023	14 Komentar
8	3 Mei 2023	9 Komentar
9	4 Mei 2023	20 Komentar
10	4 Mei 2023	11 Komentar
11	4 Mei 2023	5 Komentar
12	5 Mei 2023	2 Komentar

<b>Postingan</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Jumlah Komentar</b>
13	5 Mei 2023	4 Komentar
14	5 Mei 2023	12 Komentar
15	6 Mei 2023	17 Komentar
16	6 Mei 2023	7 Komentar
17	7 Mei 2023	4 Komentar
18	7 Mei 2023	4 Komentar
19	7 Mei 2023	27 Komentar
20	8 Mei 2023	237 Komentar
21	8 Mei 2023	8 Komentar
22	9 Mei 2023	9 Komentar
23	9 Mei 2023	5 Komentar
24	9 Mei 2023	7 Komentar
25	10 Mei 2023	13 Komentar
26	10 Mei 2023	25 Komentar
27	11 Mei 2023	2 Komentar
28	11 Mei 2023	6 Komentar
29	11 Mei 2023	1 Komentar
<b>Jumlah</b>		<b>524 Komentar</b>

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative*.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *Probability Sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *probability sampling* yang digunakan yaitu dengan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono 2017:82).

Keseluruhan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah jumlah *followers* Instagram @eatsambel yang berjumlah 386.000 dan direduksi menjadi 524 orang. Pada penelitian ini untuk menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan responden pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Untuk menentukan sampel perhitungannya sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

$Ne^2$  = Derajat Ketidaktelitian

$$n = \frac{524}{1 + 524 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3275}{39}$$

$$n = 83.974$$

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

Berdasarkan perhitungan rumus penentuan jumlah sampel diatas, maka didapatkan jumlah sampel dari populasi sebanyak 83.974 dan dibulatkan berdasarkan perhitungan diatas menjadi 84 responden.

#### **F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini pengukuran menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2017:93) 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, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian

Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2017:93). Dalam Skala Likert terdapat tingkatan jawaban yaitu:

Skor 4 untuk jawaban sangat setuju (SS)

Skor 3 untuk jawaban setuju (S)

Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)

Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

#### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dengan bantuan *Google Form* dan menyebarkannya kepada responden yang telah ditentukan. Jika dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer* dan sumber *sekunder*.

##### **1. Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan nantinya diolah lagi. Teknik pengumpulan data yang dipakai di dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data



yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono 2017:187), dalam penelitian ini penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui *Google Form*, lalu disebarakan responden yaitu para *followers* Instagram @eatsambel.

## 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:187) data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder merupakan informasi secara tidak langsung tetapi berdasarkan buku, internet, artikel, penelitian terdahulu seperti skripsi, jurnal dan sumber informasi lain yang diperoleh dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

## H. Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2018) “Analisis data merupakan kegiatan mencari atau menyusun secara sistematis data yang diperoleh setelah data keseluruhan responden dan mengelompokan data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyiapkan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dilakukan”. Dalam menalisis data penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Sederhana.

Menurut Sugiyono (2011) Analisis Regresi Sederhana alat analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) yaitu dengan rumus :

$$Y = a + bX$$

Dengan keterangan:

X = Variabel Bebas

Y = Variabel Terikat

a = Konstanta

$b$  = Koefisien Korelasi

## I. Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah data yang diperoleh dari hasil angket yang disebarakan kepada responden, kemudian dilakukan pengujian terhadap angket untuk mengukur tingkat kebaikan angket, maka dilakukan Uji Validitas dan Reliabilitas.

### 1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur apa yang akan diukur. Oleh karena itu, jika peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, maka kuesioner yang disusun oleh peneliti harus dapat mengukur apa yang akan diukur dan memastikan bahwa sebelum menggunakan alat penelitian perlu dilakukan pengecekan terlebih dahulu keabsahannya. Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian Sugiyono (2018;267). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner.

Uji validitas diukur menggunakan *corrected item-total correlations*. Kuesioner perlu diuji validitasnya dengan melakukan penyebaran kepada 30 responden diluar sampel yaitu *followers* Instagram Eat Sambel yang memberikan komentar pada postingan Instagram Eat Sambel pada tanggal 12-22 Mei 2023. Data yang sudah didapatkan tersebut dianalisis dengan menggunakan program aplikasi perhitungan (SPSS). Hasil analisis tersebut ( $r$  hitung) dibandingkan dengan nilai ( $r$  tabel). Dalam membuat keputusan, pernyataan akan dinyatakan valid apabila:

- a. Nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut valid.
- b. Nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid.

Nilai  $r$  tabel diperoleh dari tabel paten korelasi *product moment* dengan menggunakan rumus  $df = (N-2)$ .  $N$  merupakan jumlah subjek

sebanyak 30 responden sehingga  $df = 30 - 2 = 28$  dan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 10% (0,1) maka didapatkan hasil  $r$  tabel = 0,306.

**a. Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Media Sosial Instagram)**

**Tabel 3.3**

**Hasil Uji Validitas Variabel X**

<b>Pernyataan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Keterangan</b>
X1	0,568	0,306	Valid
X2	0,642	0,306	Valid
X3	0,449	0,306	Valid
X4	0,469	0,306	Valid
X5	0,353	0,306	Valid
X6	0,531	0,306	Valid
X7	0,531	0,306	Valid
X8	0,500	0,306	Valid
X9	0,404	0,306	Valid
X10	0,647	0,306	Valid
X11	0,682	0,306	Valid
X12	0,634	0,306	Valid
X13	0,792	0,306	Valid
X14	0,742	0,306	Valid
X15	0,686	0,306	Valid
X16	0,567	0,306	Valid
X17	0,587	0,306	Valid
X18	0,585	0,306	Valid
X19	0,402	0,306	Valid
X20	0,445	0,306	Valid
X21	0,404	0,306	Valid
X22	0,585	0,306	Valid
X23	0,512	0,306	Valid
X24	0,449	0,306	Valid
X25	0,424	0,306	Valid
X26	0,550	0,306	Valid
X27	0,449	0,306	Valid

Sumber: Perhitungan *SPSS For Windows 23*

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, sebanyak 27 pertanyaan pada variabel Konten Media Sosial Instagram (X) dinyatakan valid, karena nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel 0,306.

**b. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Konsumen)**

**Tabel 3.4**

**Hasil Uji Validitas Variabel Y**

<b>Pernyataan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Y1	0,464	0,306	Valid
Y2	0,567	0,306	Valid
Y3	0,445	0,306	Valid
Y4	0,447	0,306	Valid
Y5	0,390	0,306	Valid
Y6	0,536	0,306	Valid
Y7	0,471	0,306	Valid
Y8	0,612	0,306	Valid
Y9	0,623	0,306	Valid
Y10	0,306	0,306	Valid
Y11	0,474	0,306	Valid
Y12	0,623	0,306	Valid
Y13	0,431	0,306	Valid

Sumber: Perhitungan *SPSS For Windows 23*

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, sebanyak 13 pertanyaan pada variabel Loyalitas Konsumen (Y) dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0,306.

**2. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2018;268) uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk dalam penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relative sama (tidak beda jauh). Pengujian reliabilitas dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*.

Nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka butir dalam pertanyaan dalam instrumen penelitian tersebut reliabel. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,50 maka butir pernyataan tidak reliabel.

**Tabel 3.5**  
**Pedoman Nilai Uji Reliabilitas**

Nilai	Keterangan
$alpha < 0,50$	Reliabilitas Rendah
$alpha 0,50 - 0,70$	Reliabilitas Moderat
$alpha 0,70 - 0,90$	Reliabilitas Tinggi
$alpha > 0,90$	Reliabilitas Sempurna

**a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Konten Media Sosial Instagram)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.908	27

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwa dari 27 pertanyaan dalam kuesioner variabel Konten Media Sosial Instagram (X) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,908 dengan nilai tersebut maka dapat dinyatakan bahwasanya pernyataan pada variabel X yaitu sempurna dan reliabel.

**b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas Konsumen)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.700	13

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwa dari 13 pertanyaan dalam kuesioner variabel loyalitas konsumen (Y) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,700 dengan nilai tersebut maka dapat dinyatakan bahwasanya pernyataan pada variabel Y yaitu tinggi.