

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk mendapatkan sebuah hasil yang signifikan dan juga objektif, maka penelitian ini berfokus pada pengikut dari akun Instagram @sehataqua. Dan guna mempersingkat waktu dalam kegiatan survei, maka pelaksanaan waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juni-Agustus 2023. Waktu ini akan dimanfaatkan peneliti sebaik mungkin agar fokus melaksanakan penelitian ini.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Ardianto, 2016:47) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dijelaskan menggunakan angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan. Menurut Sugiyono, (2019:8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang meneliti suatu populasi atau sampel tertentu.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei. Metode survei ini merupakan salah satu bentuk metode penelitian kuantitatif. Dan subjek dari penelitian ini adalah *followers* Instagram @sehataqua. Menurut (Ardianto, 2016: 51-52) metode survei biasanya digunakan pada populasi yang besar sehingga diperlukannya teknik dalam penentuan sampel. Survei digunakan untuk mengukur gejala-gejala yang ada tanpa menyelidiki kenapa gejala-gejala tersebut ada. Metode survei yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner.

3.4 Variabel dan Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019: 38) variabel adalah segala sesuatu berbentuk apa saja yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk diperoleh,

dipelajari informasinya terkait hal tersebut, dan akan ditarik kesimpulannya. Didalam penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Bebas (X) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lainnya yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel dependen (Silaen, 2018:73). Variable bebas (X) dalam penelitian ini adalah Konten Instagram.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Terikat (Y) merupakan variabel yang dapat dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel independen (Silaen, 2018:73). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Citra Merek (*Brand image*).

3.4.2 Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel yang menjadi objek memungkinkan untuk di uji, berikut dalam penelitian ini memiliki dimensi dan indikator dari masing-masing variabel:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Konten Instagram (X) (Miles (2019: 125))	1. <i>Follow</i>	a. Mengikuti akun Instagram b. Kepercayaan akun Instagram
	2. <i>Comment</i>	a. Bagian dari Interaeksi b. Menyampaikan pendapat
	3. <i>Like</i>	a. Menyukai Konten Instagram
	4. <i>Caption</i>	a. Deskripsi sebuah postingan dalam feed b. Kalimat yang menyampaikan pesan dalam sebuah feed c. Kata-kata yang menarik pengguna lainnya

Citra Merek (<i>Brand image</i>) (Y) (Keller, (2015: 52-53))	1. Kekuatan Asosiasi Merek	a. Ketepatan informasi b. Kesan positif c. Tujuan merek
	2. Keunggulan Asosiasi Merek	a. Harga b. Fungsional c. Manfaat produk
	3. Keunikan Asosiasi Merek	a. Nama merek b. Perbedaan merek c. Logo merek

3.5 Populasi dan Sampel (Teknik *Sampling*)

3.5.1 Populasi

Menurut Ardianto (2016: 170) populasi adalah semua bagian atau anggota dari objek yang akan diamati. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dari penelitian ini adalah *followers* dari akun Instagram @sehataqua.

Jumlah *followes* akun Instagram @sehataqua sebanyak 208.000 *followers* (data diambil dari 22 Juni 2023 sampai dengan 22 Juli 2023) dan populasi dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Merupakan *followers* dari akun instagram @sehataqua
2. Memberikan komentar yang relevan terkait konten instagram @sehataqua dalam postingan Instagram @sehataqua yang di upload pada 22 Juni 2023 - 11 Juli 2023

Dari karakteristik populasi di atas, maka jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebesar 385.



Gambar 3. 1 Capture Komentar Pada Akun Instagram @sehataqua

3.5.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019: 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan waktu dalam penelitian. Apa saja informasi yang disimpulkan dari sampel tersebut merepresentatifkan populasi. Menurut (Ardianto, 2016: 171) sampel penelitian digunakan untuk mengestimasi suara dari populasi.

Menurut (Sugiyono, 2019: 82) teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik ini memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *probability sampling* yang digunakan oleh penulis yaitu dengan metode *simple random sampling*. Dimana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *slovin* digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui. Berdasarkan populasi yang sesuai dengan kriteria maka untuk menghitung jumlah sampel digunakan rumus slovin dengan presisi 10% yaitu sebagai berikut:

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

n = jumlah sampel yang akan diambil

N = jumlah populasi (populasi yang sesuai kreteria sampel)

e = persentasi kelonggaran/ketidaktelitian

(10%)

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

$$n = \frac{385}{1+385(0,1)^2}$$

$$n = \frac{385}{4,85}$$

$n = 79.38$ (dibulatkan menjadi 79)

Dari perhitungan di atas menggunakan rumus *slovin* dapat diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 79,3 jika dibulatkan menjadi 79 responden. Pada pengambilan sampel ini digunakan teknik sampel *random sampling*, yang mana seluruh masyarakat dari segala lapisan yang sesuai dengan ketentuan dapat mengisi survei yang akan dibuat dengan Google Form. Menurut Sugiyono (2017) teknik *simple random sampling* yaitu teknik untuk mengambil sampel dari anggota populasi yang ditujukan dengan cara melakukannya secara acak tanpa memperhatikan latar belakang yang ada pada populasi tersebut.

3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* dengan interval 1-4. Menurut (Sugiyono, 2019: 93) skala ini digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi seseorang atau individu tentang fenomena sosial. Skala ini membuat peringkat atau skor pada masing-masing pertanyaan. Jawaban yang tidak mendukung diberi skor rendah, sedangkan untuk jawaban setuju akan diberikan skor tinggi. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pernyataan	Penilaian
Sangat setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Melalui skala *Likert* tersebut, nantinya penyebaran kuesioner diberikan melalui DM Instagram pada *followers @sehataqua*. Dengan skala *likert* tersebut tiap pertanyaan yang akan dijawab oleh responden akan dihitung pada setiap bobotnya setelah itu dijumlahkan secara keseluruhan untuk mengetahui nilai dari setiap responden dan dapat dijadikan skor penilaian terhadap variabel – variabel pada penelitian.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data (Sugiyono, 2016:193). Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket (Kuesioner). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dapat diberikan secara langsung atau melalui pos atau internet. Jenis angket ada dua, yaitu tertutup dan terbuka. Kuesioner yang digunakan dalam hal ini adalah kuesioner tertutup yakni kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung.(Sugiyono, 2008).

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2019: 147) ialah kegiatan setelah data-data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Teknik analisis data yang akan digunakan peneliti yaitu teknik regresi linier sederhana. Penggunaan teknik analisis data ini berdasarkan dari jumlah variabel yang didapat dalam penelitian ini. Terdapat dua variabel penelitian, yang pertama variabel X yaitu Konten Instagram dan yang kedua variabel Y yaitu Citra Merek (*Brand image*). Sehingga penggunaan teknik analisis regresi linier sederhana ini akan menjadi pilihan yang tepat untuk melihat hubungan secara linier yang terjadi diantara variabel X dan Y.

3.9 Uji validitas dan Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2012). Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antara skor butir

pertanyaan 7 dengan total skor konstruk atau variabel (Ghozali, 2012).

$$\frac{\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
 Xi = Variabel bebas yang ke-i
 Yi = Variabel terikat yang ke-i
 N = Banyaknya pasangan data

Sesudah melakukan proses pengumpulan data dari tempat penelitian, maka data akan diolah serta dijadikan sebagai tolak ukur apakah instrumen penelitian yang digunakan sudah dalam kategori valid. Pengukuran tingkat validitas memakai alat analisis SPSS 25.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Instagram)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,633	0,361	Valid
2	0,592	0,361	Valid
3	0,518	0,361	Valid
4	0,607	0,361	Valid
5	0,506	0,361	Valid
6	0,454	0,361	Valid
7	0,473	0,361	Valid
8	0,653	0,361	Valid
9	0,647	0,361	Valid
10	0,476	0,361	Valid
11	0,572	0,361	Valid
12	0,465	0,361	Valid
13	0,458	0,361	Valid
14	0,610	0,361	Valid

Sumber: Hasil Outpus SPSS 25, 2023

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Brand image)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,507	0,361	Valid
2	0,640	0,361	Valid
3	0,534	0,361	Valid
4	0,534	0,361	Valid
5	0,496	0,361	Valid

6	0,503	0,361	Valid
7	0,596	0,361	Valid
8	0,733	0,361	Valid
9	0,434	0,361	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 25, 2023

3.9.2 Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, terdapat juga uji reliabilitas yang akan dilakukan oleh peneliti. Uji reliabilitas adalah sebuah kestabilan dan konsistensi yang diterima dari responden saat menjawab kuesioner yang mana menjadi sebuah dimensi dalam variabel yang sudah ditentukan oleh peneliti (Sujarweni, 2012: 186). Reliabilitas berfungsi sebagai penunjuk sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Tingkatan reliabilitas sendiri dibagi menjadi beberapa tingkatan dengan kriteria alpha menurut Ghazali, sebagai berikut:

- 1) 0,80-1,00 = Reliabilitas Baik
- 2) 0,60-0,79 = Reliabilitas Diterima
- 3) <0,60 = Reliabilitas Buruk

k.r

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k-1) r}$$

Keterangan :

α = Koefisien Reliabilitas

r = Korelasi antar item

k = Jumlah item

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Konten Instagram)

N: 23

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.821	14

Sumber: Hasil Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel diatas, terbukti bahwa Variabel X (Konten Instagram) memiliki Cronbach Alpha yaitu sebesar 0,821. Maka dapat dinyatakan Variabel X (Konten Instagram) adalah Reliable.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (*Brand image*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.700	9

Sumber: Hasil Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel diatas, terbukti bahwa Variabel Y (*Brand image*) memiliki Cronbach Alpha yaitu sebesar 0,700. Maka dapat dinyatakan Variabel Y (*Brand image*) adalah Reliable.