

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan dengan survey kepada followers akun Instagram @familymartid secara online. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner secara online, dengan menggunakan Google Form dan menyebarkan melalui *direct message* Instagram. Waktu Penelitian ini dimulai pada bulan November tahun 2022 dan diperkiarakan selesai pada bulan Juli tahun 2023.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2022 : 7) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan variabel, menguji teori, dan generalisasi fenomena yang diteliti. Pendekatan kuantitatif dipilih dalam penelitian ini karena dirasa sesuai dengan penelitian ini yang menggunakan populasi dan sampel tertentu, menguji teori dan untuk membuktikan hasil hipotesis yang telah di buat.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey. Menurut (Sugiyono, 2022 : 6) metode survey adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. Metode survey di pilih karena sesuai dengan pengumpulan data dalam penelitian ini.

D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel

Variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, yang kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2022 : 38)

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *influencer*.

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat penggunaan atau minat beli.

2. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel yang menjadi objek dalam penelitian memiliki dimensi sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel X
(*Influencer*)

No.	Variabel X	Dimensi	Indikator
1.	<i>Influencer</i> (Herbert Kelman, 2017)	<i>Credibility</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Influencer</i> jujur dalam menyampaikan informasi 2. <i>Influencer</i> memiliki integritas diri yang baik 3. Informasi dari <i>influencer</i> dapat dipercaya 4. <i>Influencer</i> memiliki pengalaman dalam merekomendasikan produk 5. <i>Influencer</i> memiliki keahlian dalam

No.	Variabel X	Dimensi	Indikator
			menyampaikan informasi terkait produk yang di sampaikan
		<i>Attractiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Influencer</i> memiliki karakteristik tersendiri 2. <i>Influencer</i> memiliki kesamaan dengan khalayak 3. <i>Influencer</i> dapat membangun keakraban dengan khalayak 4. <i>Influencer</i> memiliki kesukaan yang sama dengan khalayak.
		<i>Power</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Influencer</i> memiliki kekuatan untuk mempengaruhi atau tidaknya seseorang 2. Pesan yang disampaikan oleh influencer dapat mendorong perilaku seseorang.

Tabel 3.2
Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y
(Minat Beli)

No.	Variabel Y	Dimensi	Indikator
2.	Minat Beli (Ferdinand, 2014)	Minat Transaksional	1. Keinginan untuk memiliki produk
		Minat Referensial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan merekomendasikan produk kepada orang lain 2. Keinginan menyarankan produk kepada orang lain
		Minat Preferensial	1. Keinginan untuk memilih produk tersebut menjadi

No.	Variabel Y	Dimensi	Indikator
			<p>produk utama yang dipilih</p> <p>2. Mengabaikan pilihan produk yang lain</p>
		Minat Eksploratif	<p>1. Mencari informasi mengenai produk</p> <p>2. Menggali informasi mengenai produk yang diminati</p>

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya ((Sugiyono, 2022 : 80). Sehingga dalam penelitian ini populasi dikarakteristikan sebagai berikut :

- a. *Followers* akun instagram @familymart
- b. Mengetahui *influencer* @jktdelicacy
- c. Pernah memberikan komentar pada postingan instagram @familymartid pada tanggal 03 November 2022, yang terdiri dari 7 postingan.

Sebelumnya populasi di dapatkan sebanyak 609 orang, dan setelah dilakukan filterisasi di dapatkan menjadi 503 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. (Sugiyono, 2022 : 81). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *random sampling* atau sampel acak. Dari 503 orang, kemudian diundi menjadi 83 orang menggunakan rumus Taro Yamane.

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

$$n = \frac{503}{503 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{503}{503 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{503}{6,03}$$

$n = 83,4$ (dibulatkan menjadi 83)

F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan Menurut (Sugiyono, 2022 : 93) Skala likert diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Skor	Keterangan
1	5	Sangat Setuju
2	4	Setuju
3	3	Ragu-ragu
4	2	Tidak Setuju
5	1	Sangat Tidak Setuju

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian dibutuhkan data, untuk mendapatkan hasil penelitian. Terdapat dua teknik dalam pengumpulan data, yaitu data primer dan data skunder menurut (Sugiyono, 2022 : 137) sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah, data yang langsung memberikan data, kepada pengumpul data. Pada penelitian ini, penulis mendapatkan data primer dengan cara berupa kuisisioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data, kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain, atau dokumen. Penulis mendapatkan data sekunder dalam penelitian ini data sekunder di dapatkan dari buku, jurnal, juga internet.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hubungan pengaruh kedua variabel. Yaitu antara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan variabel X berhubungan dengan variabel Y. Menurut ((Sugiyono, 2022 : 188) dirumuskan sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

Y' = Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Penggunaan

a = Nilai intercept (konstanta) atau harga Y bila $X = 0$

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel *independent*. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Nilai variabel *independent* (*Influencer*)

2. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat

(*dependent*) yang diuji pada tingkatan 0,01. Jika probability t lebih kecil dari 0,01 maka variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Rumus sebagai berikut :

Jika sig dari $F_{hitung} < 0,01$ atau 0,05 atau 0,1 maka H_0 ditolak

Jika sig dari $F_{hitung} > 0,01$ atau 0,05 atau 0,1 maka H_0 diterima

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah untuk menguji pengaruh variabel X dengan variabel Y yang telah di dapat dilakukan uji hipotesis. Menurut (Sugiyono, 2022 : 184) dengan rumus pengujian hipotesis sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

I. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2022 : 121). Uji validitas pada penelitian ini dilakukan kepada 30 responden, yang akan di uji kepada *followers* twitter @FamilyMart_ID. *Degree o Freedom* dalam penelitian ini, dapat dihitung dengan $df = n - 2$, maka $df = 30 - 2 = 28$, dengan signifikansi 10%, maka nilai r_{tabel} sebesar 0,422. Pengujian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan

hubungan, juga membuktikan hipotesis, hubungan antara variabel atau data, atau interval. Simbol korelasi product moment adalah huruf “r”, dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument atau item pernyataan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument atau item pertanyaan tidak valid

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Uji reabilitas dilakukan untuk sejauh mana hasil pengukuran dengan objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama ((Sugiyono, 2022 : 122). Pernyataan yang sudah valid dalam uji validitas, akan di tentukan dengan reabilitas, dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika r alpha positif atau $> r$ tabel maka pernyataan reliabel
2. Jika r alpha negatif atau $< r$ tabel maka pernyataan tidak reliabel

Tingkat reabilitas metode *Alpha Cronbach* diukur dengan skala *alpha* 0 sampai 1. Ukuran kemantapan alpha, Menurut (Sugiyono 2022 : 184) dikelompokan menjadi lima kelas, dengan range yang sama, di interpretasi dengan tabel berikut ini :

Tabel 3.4
Tingkat Reabilitas berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reabilitas
0,00 – 0,19	Kurang Reliabel
0,20 – 0,39	Agak Reliabel
0,40 – 0,59	Cukup Reliabel
0,60 – 0,79	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

J. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan sebelum penyebaran kuisioner. Penyebaran validitas dalam penelitian ini adalah kepada 30 responden, di luar sampel penelitian. Responden yang mengetahui *Influencer* Jktdelicacy dari Family Mart dan berkomentar pada postingan instagram Family Mart pada tanggal 03

November 2022. Dalam penelitian ini, nilai $df = 2$, maka di dapatkan $df = 30-2 = 28$, dengan signifikansi sebesar 10%, maka r_{tabel} sebesar 0,422.

Berikut adalah hasil uji validitas :

1. Uji Validitas Variabel X (*Influencer Jktdelicacy*)

Hasil uji validitas X Influencer Jktdelicacy dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel X
(Influencer)

No.	Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
1	X1	0,422	0,752	VALID
2	X2	0,422	0,503	VALID
3	X3	0,422	0,827	VALID
4	X4	0,422	0,703	VALID
5	X5	0,422	0,620	VALID
6	X6	0,422	0,660	VALID
7	X7	0,422	0,600	VALID
8	X8	0,422	0,674	VALID
9	X9	0,422	0,727	VALID
10	X10	0,422	0,732	VALID

Dari hasil uji validitas diatas, jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Tetapi jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 10 butir pernyataan pada variabel X (Influencer) dapat dikatan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar daro 0,422 (r_{tabel})

2. Uji Validitas Variabel Y (Minat Penggunaan)

Hasil uji validitas variabel Y (Minat Beli) dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Y
(Minat Penggunaan)

No.	Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
1	Y1	0,422	0,756	VALID
2	Y2	0,422	0,624	VALID
3	Y3	0,422	0,749	VALID
4	Y4	0,422	0,569	VALID
5	Y5	0,422	0,618	VALID
6	Y6	0,422	0,779	VALID
7	Y7	0,422	0,608	VALID
8	Y8	0,422	0,547	VALID

Dari hasil uji validitas diatas, jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Tetapi jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 8 butir pernyataan pada variabel X (Influencer) dapat dikatan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar daro 0,422 (r_{tabel}).

K. Hasil Uji Reabilitas

1. Uji Reabilitas Variabel X (*Influencer*)

Tabel 3.7
Hail Uji Reabilitas Variabel X
(Influencer)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	10

Dari tabel hasil uji reabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari variabel X (Influencer) sebesar 0,872. Berdasarkan ukuran Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa 10 butir pernyataan variabel X sangat reliabel.

2. Uji Reabilitas Variabel Y (Minat Penggunaan)

Tabel 3.8
Hasil Uji Reabilitas Variabel Y
(Minat Penggunaan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	8

Dari tabel hasil uji reabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari variabel Y (Minat Penggunaan) sebesar 0,813 Berdasarkan ukuran Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa 8 butir pernyataan variabel Y sangat reliabel.