

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *followers* akun Instagram @TheHolograil. Waktu penelitian dari Bulan Mei – Juli 2024.

3.2 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menggunakan angka-angka. Angka-angka ini berupa bilangan yang nantinya akan diperoleh data yang akan dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif (Sugiyono, 2016:11). Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyederkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Pada umumnya, penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar. Menurut Sugiyono (2016:13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu teknik pengambilan sampel data. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian ini menggunakan pendekatan *survey* dimana data yang diambil dengan cara observasi langsung ke lapangan dan juga menyebarkan kuesioner kepada sekelompok orang yang disebut responden. Penelitian ini bersifat asosiatif (korelasional) yaitu model penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan hubungan antar variabel

yang di teliti. Dalam penelitian survey dilakukan pada followers akun Instagram @TheHolograil.

3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yang di antaranya adalah:

- a. Variabel pengaruh/bebas atau *independen variabel* (Variabel X)
Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Konten Instagram untuk mengetahui apakah terdapat pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian.
- b. Variabel tergantung tak bebas atau variabel dependen (Variabel Y)
Keputusan Pembelian pada *Followers* akun Instagram @TheHolograil.

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang ada menjadi objek penelitian mencakup dimensi-dimensi sebagai berikut :

Tabel 3. 1

Definisi Operasional Variabel

Nomor	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Konten Instagram (X) (Miles, 2019:16)	1. Profil	<ol style="list-style-type: none"> a. Profil akun Instagram sebagai elemen penting dari konten yang bisa dipublikasikan. b. Profil akun termasuk nama profil, bio, gambar profil, tautan, harus dioptimalkan untuk mencerminkan brand dan menarik pengikut c. Profil yang kuat memberikan kesan pertama yang baik dan membantu dalam menarik serta mempertahankan

			audiens
		2. <i>Feed Post</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Membagikan foto dan video pada urutan atas kabar beranda pengguna b. <i>Feed Post</i> yang paling dikenal dan paling sering digunakan. c. Konten <i>Feed Post</i> berada di <i>tab Home</i> menu navigasi utama
		3. <i>Instagram Stories</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Konten yang diunggah pada <i>Instagram Stories</i> bersifat interaktif dan beragam. b. <i>Instagram Stories</i> akun Instagram diperbaharui secara berkala untuk menjaga keterlibatan audiens. c. <i>Instagram Stories Highlight</i> pada akun Instagram digunakan untuk mengarsipkan konten penting yang dapat diakses kapan saja
		4. <i>IGTV/Reels</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Video yang diunggah ke IGTV pada akun Instagram memiliki kualitas yang tinggi. b. Video yang diunggah ke IGTV pada akun Instagram bersifat informatif dan menarik. c. Setiap video yang diunggah ke IGTV pada akun Instagram memiliki deskripsi yang jelas dan menarik sehingga meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan terhadap merek.
2	Keputusan Pembelian (Y) (Kotler dan	1. Pilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Konsumen harus memilih kategori produk sebelum membeli produk

	Amstrong, 2016:188)		
		2. Pilihan Merek	a. Konsumen harus mengambil keputusan tentang produk mana yang akan dibeli setiap produk memiliki perbedaan tersendiri
		3. Pilihan Penyalur	a. Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur yang akan dikunjungi b. Konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah dan persediaan barang yang lengkap
		4. Waktu Pembelian	a. Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian b. Konsumen membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali
		5. Jumlah Pembelian	a. Konsumen mengambil keputusan tentang banyak produk yang akan dibeli
		6. Metode Pembayaran	a. Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan pembelian

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:78), populasi adalah suatu wilayah umum yang memuat berbagai macam objek dan benda dengan sifat dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dievaluasi selanjutnya. Di sini kelompoknya tidak terbatas pada individu, tetapi juga mencakup objek dan fenomena alam lainnya. Lebih lanjut perlu dipahami bahwa populasi tidak hanya merujuk pada jumlah seluruh obyek atau mata pelajaran yang diteliti, namun mencakup seluruh atribut dan karakteristik yang dimiliki setiap mata pelajaran atau objek. Oleh karena itu, ketika mengidentifikasi populasi, peneliti harus mempertimbangkan berbagai aspek spesifik dari entitas yang diteliti. Mengenai penelitian ini, kriteria dari sampel harus memiliki karakteristik sebagai berikut; Karakteristik populasi yang ditetapkan pada penelitian ini adalah followers akun Instagram @TheHolograil yang berkomentar pada unggahan Instagram @TheHolograil dari tanggal 1 Mei 2024 sampai dengan 29 Juni 2024 dan pernah melakukan pembelian terhadap produk souvenir The Holograil. Dari karakteristik yang telah ditetapkan tersebut, maka didapati hasil populasi pada penelitian ini sebanyak 154 *Followers*.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah 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, 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 benar-benar *representative* (mewakili) (Sugiyono, 2013:81). Sampel merupakan bagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2016:122) *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang yang sama bagi setiap unsur

atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sampel yang diambil pada penelitian ini menggunakan metode *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*.

Dalam menghitung Sampel penulis menggunakan teori Slovin. Menurut Ghozali (2016:108), Slovin sebagai rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel minimum dalam penelitian kuantitatif, terutama ketika populasi tidak diketahui atau sulit untuk dihitung. Rumus ini dikembangkan oleh Sam Slovin pada tahun 1968 dan dianggap mudah digunakan karena tidak memerlukan informasi populasi yang lengkap

$$\text{Rumus slovin : } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{154}{1+154 \cdot 0,1^2}$$

$$: n = \frac{154}{1+154 \cdot 0,1^2}$$

$$: 60,6$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang akan diambil

N= Jumlah populasi

e= *Margin of Error* (10%)

Dari hasil rumus diatas peneliti berhasil mendapatkan jumlah hasil sampel sebanyak 60,6 responden, yang dibulatkan menjadi 61 responden.

3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel

Skala pengukuran instrument yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2017), 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 menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Setiap pernyataan atau pertanyaan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3. 2

Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik sebagai atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian (Hasan, 2012:83). Pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan kuisioner yaitu melakukan penyebaran angket yang berupa pernyataan kepada responden untuk kemudian diisi oleh responden. Angket (kuesioner) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyusun daftar pernyataan untuk responden, pernyataan kuisioner menggunakan skala likert, yaitu memberikan kode pada jawaban-jawaban responden.

3.7.1 Angket (kuesioner)

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei kepada 100 responden yang merupakan sampel dari penelitian ini. Alat bantu yang digunakan peneliti adalah menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142). Sedangkan tipe kuesioner yang digunakan dalam proses pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul, pertanyaan/pernyataan dalam angket perlu dibuat kalimat positif dan negatif agar responden dalam memberikan jawaban setiap pertanyaan lebih serius dan tidak mekanistik (Sugiyono, 2017:143).

3.7.2 Studi Kepustakaan

Peneliti menggunakan studi pustaka, karena peneliti ingin memperoleh data-data sekunder sebagai sumber informasi. Berupa penelitian terdahulu, buku-buku, dan literatur sebagainya yang relevan dan bisa digunakan dalam penelitian.

3.8 Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Sederhana

Persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila variabel independen dimanipulasi (dirubah-rubah) (Sugiyono, 2017:188). Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y= Nilai yang dipresisikan

a = Konstanta atau bila harga X=0

b = Koefisien regresi

X = Nilai Variabel Independen

b. Uji T

Uji t-test ini digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh dua variabel yang berpasangan. Yaitu variabel independen adalah Konten Instagram The Holograil dan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian survey pada followers akun Instagram @TheHolograil.

Rumusnya sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{(n - 2)}}{\sqrt{(1 - r^2)}} \quad \text{Keterangan: } t = t$$

hitung r = koefisien korelasi sederhana n

= jumlah responden.

c. Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016: 136). Obyek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden. Setiap pernyataan atau pertanyaan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata: sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS) atau sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, sangat tidak puas atau sangat baik, baik, sedang, buruk, sangat buruk dan tergantung indikator penelitian (Kriyantono, 2014: 138).

Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi sub-indikator yang dapat diukur. Akhirnya sub-indikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat

suatu pertanyaan/ Pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Kemudian masing – masing jawaban tersebut dapat diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3. 3

Skala Likert

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

Peneliti menggunakan *Skala Likert 4* jenjang ini, seluruh pertanyaan yang akan dijawab oleh responden akan dihitung pada setiap bobotnya dan dijumlahkan seluruhnya untuk dapat diketahui nilai dari setiap responden untuk dijadikan skor penilaian terhadap variabel-variabel yang ditanyakan.

7) Uji Koefisien Determinan

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel x terhadap variabel y, dipergunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien

determinasi r = Koefisien

korelasi

3.9 Uji Validitas

Bila instrumen valid maka pengujian tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sofyan Siregar (2017) validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product moment*:

$$R = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

R = Koefisien Korelasi *product moment*

N = Jumlah subyek

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum y$ = Jumlah skor total

Adapun instrumen dikatakan valid dengan koefisien korelasi Product Moment melebihi 0,306 dengan tingkat signifikansi 10% jika nilai r hitung > r table, dan jika nilai r hitung < r table, maka pernyataan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X

Kuesioner	R hitung	R Tabel	Keterangan	Sig.	Alpha	Keterangan	Keputusan
Q1	0.953	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q2	0.945	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q3	0.946	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q4	0.929	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q5	0.988	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q6	0.980	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q7	0.947	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q8	0.929	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q9	0.975	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q10	0.907	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q11	0.923	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q12	0.970	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q13	0.958	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q14	0.956	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q15	0.977	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q16	0.961	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q17	0.960	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q18	0.977	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q19	0.977	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q20	0.983	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q21	0.970	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q22	0.967	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q23	0.997	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q24	0.988	0.306	>	0	0.1	<	Valid
Q25	0.958	0.306	>	0	0.1	<	Valid

Hasil uji validitas X menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner yang diukur memiliki nilai R hitung lebih besar dari R tabel sebesar 0,36. Seluruh pertanyaan (Q1 hingga Q25) memiliki nilai signifikan (Sig.) kurang dari 0.1 dan nilai Alpha yang lebih kecil dari 0.1, yang berarti setiap item kuesioner valid. Dengan demikian, seluruh item dalam kuesioner X dapat dikatakan sah untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Kuesioner	R hitung	R Tabel	Keterangan	Sig.	Alpha	Keterangan	Keputusan
Q1	0.935	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q2	0.976	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q3	0.966	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q4	0.965	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q5	0.955	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q6	0.976	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q7	0.990	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q8	0.995	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q9	0.995	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q10	0.967	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q11	0.967	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q12	0.991	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q13	0.995	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q14	0.995	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q15	0.991	0.3061	>	0	0.1	<	Valid
Q16	0.590	0.3061	>	0	0.1	<	Valid

Hasil uji validitas Y juga menunjukkan bahwa setiap item dalam kuesioner memiliki nilai R hitung lebih besar dari R tabel sebesar 0,361. Semua pertanyaan (Q1 hingga Q16) memiliki nilai signifikan (Sig.) kurang dari 0.1 dan nilai Alpha yang lebih kecil dari 0.1, menandakan bahwa setiap item kuesioner Y valid. Oleh

karena itu, semua item kuesioner Y dianggap valid untuk mengukur variabel yang dimaksud.

3.10 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana hasil pengukuran pada objek yang sama menghasilkan data yang sama. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan derajat konsistensi dan reliabilitas suatu instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen penelitian yang dapat memberikan data yang konsisten dan stabil meskipun digunakan oleh peneliti yang berbeda atau pada waktu yang berbeda. Hal ini penting karena data yang konsisten dan stabil akan menghasilkan hasil penelitian yang lebih akurat dan dapat diandalkan.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Konten Media Sosial	0,997	25	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,997	16	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel konten media sosial adalah 0,997 dengan 25 item, dan untuk variabel keputusan pembelian adalah 0,997 dengan 16 item. Nilai Cronbach's Alpha yang sangat tinggi ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki reliabilitas yang sangat baik. Artinya, kuesioner yang digunakan konsisten dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti.

3.11 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan teknik 57nstagram yang digunakan untuk mengetahui apakah data mempunyai distribusi normal. Distribusi normal adalah distribusi data yang berbentuk kurva lonceng dengan 57nstragra besar data

berpusat di sekitar nilai rata-rata dan frekuensinya menurun menjelang ujung kurva. Uji normalitas bertujuan untuk menguji normalitas variabel-variabel yang diteliti, terlepas dari apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Hal ini penting karena 58nstagram parametrik tidak dapat digunakan untuk pengujian hipotesis jika data setiap variabel tidak normal (Sugiyono, 2016: 239). Pada penelitian ini, uji normalitas akan menggunakan rumus Monte Carlo Sig 99%. Menurut Ghozali (2016), Uji Monte Carlo Sig 99% adalah salah satu metode uji normalitas data yang termasuk dalam kategori uji normalitas non-parametrik. Artinya, metode ini tidak bergantung pada asumsi tentang distribusi data dan dapat digunakan untuk berbagai jenis data. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu sampel data berdistribusi normal dengan tingkat signifikansi 99%. Distribusi normal, yang juga dikenal sebagai distribusi Gaussian, merupakan pola sebaran data yang berbentuk lonceng, simetris, dan dengan 58nstagra besar data terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata (*mean*)

4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas merupakan bagian penting dalam analisis regresi untuk memastikan asumsi klasik regresi linier yaitu varians residual konstan terpenuhi. Dengan melakukan pengujian ini, memberikan panduan komprehensif dalam melakukan berbagai uji heteroskedastisitas dan menginterpretasikan hasilnya, yang sangat berguna untuk analisis data kuantitatif (Ghozali 2016:103). Uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Glejser. Metode Glejser melakukan regresi nilai absolut dari sisa variabel bebas dengan menggunakan persamaan regresi sebagai berikut: Jika variabel *58nstagram58t* berpengaruh signifikan secara 58nstagram terhadap variabel *dependen*, hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar atau sama dengan α (0,05) maka dapat diasumsikan tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria 58nstagram uji heteroskedastisitas adalah:

- Jika $\text{sig} \geq \alpha$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Jika $\text{sig} < \alpha$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas