

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di komunitas virtual @ohmybeautybank dengan survei kepada para *followers* akun Twitter @ohmybeautybank secara online. Data akan diambil dengan menyebarkan kuesioner secara online. Penelitian ini dimulai pada bulan November 2022 sampai bulan Juli 2023.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:8) metode penelitian kuantitatif merupakan metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode survei sebagai metode penelitian. Menurut Sendjaja (1993) dalam Muhtadi (2015) Metode survei merupakan metode penelitian sosial yang dapat digunakan untuk memahami gejala-gejala komunikasi, kedudukannya sama dengan metode observasi, metode eksperimental, metode analisis jaringan dan metode grounded.

Dalam metode survei sumber data dan informasi utamanya berasal dari responden sebagai sampel penelitian dan untuk mendapatkannya menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Penelitian

ini juga menggunakan metode deskriptif untuk mendeskripsikan atau menjelaskan data, baik dalam tabel maupun grafik, mencari rata-rata (mean), nilai tengah (median), standar deviasi dan lainnya.

3.4 Definisi Variabel dan Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Variabel Penelitian

Dalam buku yang ditulis oleh Sugiyono (2018:38), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Hatch dan Farhady (1981) dalam sugiyono (2018:39) Secara teoritis variabel penelitian didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain, lalu ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

a. Variabel bebas (*Independent*)

Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono 2018:39). Dalam penelitian ini variabel bebas (X) adalah komunitas virtual.

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2018:39). Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian.

3.4.2 Operasional Variabel

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

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel X dan Y

No	Variabel X	Dimensi	Indikator
1.	<p align="center">Komunitas Virtual Van Dijk (1997) dalam Alyusi (2016:37)</p>	1. Komposisi dan Aktivitas	a. Jenis kegiatan yang dilakukan oleh komunitas melalui jejaring internet. b. Membahas minat yang sama.
2. Organisasi Sosial		a. Terdapat kepemilikan komunitas virtual. b. Terdapat aturan yang dipatuhi oleh semua anggota komunitas virtual.	
3. Bahasa dan Interaksi		a. Terdapat penggunaan Bahasa/kata/perilaku khusus bagi para anggota komunitas. b. Terjadi interaksi antar anggota komunitas virtual.	
4. Budaya dan Identitas		a. Terdapat kesamaan budaya (karakteristik, minat, pilihan, aktivitas, dan pendapat) antar sesama anggota b. Identitas merupakan tanda pengenalan anggota komunitas	
	Variabel Y	Dimensi	Indikator
2.	<p align="center">Keputusan pembelian Belch & Belch (2015:111)</p>	1. Pengenalan masalah	a. Memiliki kebutuhan terhadap produk. b. Merasa tidak cocok dengan produk sebelumnya

	Variabel Y	Dimensi	Indikator
2.		2. Pencarian informasi	a. Mencari informasi mengenai <i>brand</i> / produk b. Mendapatkan informasi mengenai produk dari orang terdekat
		3. <i>Evaluasi alternatif</i>	a. Menggali informasi mengenai manfaat <i>brand</i> / produk. b. Menggali informasi mengenai harga produk
		4. Keputusan pembelian	a. Manfaat yang digambarkan produk cocok terhadap calon konsumen. b. Harga yang ditawarkan pas dengan kantong calon konsumen.
		5. Evaluasi pasca pembelian	a. Konsumen puas terhadap produk. b. Konsumen akan melakukan pembelian ulang.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Silalahi (2015:372) populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen dimana penyidik tertarik. Populasi adalah seluruh unit-unit dari mana sampel dipilih. Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok individu, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa, atau laporan dimana sampel diambil untuk diukur. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* komunitas virtual di Twitter @ohmybeautybank dengan karakteristik populasi yaitu yang pernah memberikan *like* pada

posting-an @ohmybeautybank mengenai *brand skincare* Skintific. komunitas virtual @ohmybeautybank di Twitter memiliki *followers* sebanyak 1.222.918 akun (diakses pada tanggal 24 Oktober 2022), kemudian didapatkan 439 orang dengan sebagai populasi karakteristik sebagai berikut:

- a. *Followers* aktif dari akun Twitter @ohmybeautybank
- b. Pernah membeli produk *skincare* Skintific
- c. Pernah memberikan komentar telah membeli atau *me-review* produk Skintific yang pernah digunakan pada bulan Juni sampai dengan Oktober 2022.



Gambar 3.1 Komentar Anggota Komunitas Virtual
Oh My Beauty Bank Membeli Skintific

Sumber: Twitter @ohmybeautybank



Gambar 3.2 Review Skintific Anggota Komunitas Virtual

Oh My Beauty Bank

Sumber: Twitter @ohmybeautybank

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, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono 2018:81). Penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling* atau pengambilan sampel acak sederhana, prosedur pengambilan sampel dengan cara mengundi 439 akun menjadi 81 responden untuk diambil sebagai sampel. Simple random sampling, yaitu metode pemilihan ukuran sampel dari satu populasi, yang setiap anggota populasinya mempunyai peluang yang sama dan semua kemungkinan penggabungannya yang diseleksi sebagai sampel mempunyai peluang yang sama (Weirisma (1975) dalam Muhtadi (2015))

Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin agar mendapat ukuran populasi dan batas kesalahan sebagai berikut:

n = jumlah sampel yang akan diambil

N = jumlah populasi

e = persentase kelonggaran/ketidakteelitian (10%)

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

$$n = \frac{439}{1 + 439(10\%)^2}$$

$$n = \frac{439}{1 + 439(0,01)}$$

$$n = \frac{439}{5,39}$$

$$n = 81,44$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus penentuan jumlah sampel, maka didapatkan sampel dari populasi ditentukan sebanyak 81,44 dan dibulatkan menjadi 81 responden.

3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini pengukuran penelitian untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap pernyataan yang telah diberikan yaitu menggunakan Skala *Likert*.

Menurut Muhtadi (2015:303) skala *likert* merupakan jawaban responden memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Skor tertinggi diberikan pada jawaban sangat positif. Penggunaan Skala *Likert* dalam penelitian ini menggunakan model 4 tingkatan atau pilihan (skala empat), dari yang paling positif hingga ke negatif dengan penjabaran skor sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Dengan menggunakan pengukuran skala *likert* pada penelitian ini nantinya seluruh pernyataan yang dijawab respon pada kuesioner akan dihitung setiap bobotnya lalu 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 digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang digunakan dan diolah untuk memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua teknik pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder.

3.7.1 Data Primer

Sumber primer adalah suatu objek atau dokumen original-material mentah atau orang dari pelaku yang disebut "*first-hand information*". Data yang dikumpulkan dari situasi aktual dimana peristiwa terjadi dinamakan data primer. (Silalahi, 2015:433). Dalam penelitian ini data primer didapatkan dari metode angket atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Responden dari penelitian ini adalah followers akun Twitter @ohmybeautybank

3.7.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data yang dikumpulkan melalui sumber-sumber lain yang tersedia dinamakan data sekunder. Sumber sekunder adalah tulisan tentang sesuatu berdasarkan bukti-bukti dari sumber primer. Sumber sekunder meliputi komentar, interpretasi, atau pembahasan tentang materi orisinal. Kamu dapat memikirkan tentang sumber sekunder sebagai "*second-hand information*".

(Silalahi, 2015:433). Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari buku, jurnal, serta artikel yang bersumber dari website-website resmi mengenai komunikasi pemasaran, komunitas virtual, keputusan pembelian serta *brand* Skintific yang mendukung penelitian ini.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana karena dalam penelitian ini hanya terdiri dari satu variabel bebas atau *independent*. Pengujian menggunakan regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui keterkaitan antara variabel X dan Variabel Y yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel *dependent* yaitu, keputusan pembelian.

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel *independent* yaitu komunitas virtual.

3.8.2 Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t atau uji parsial adalah untuk menguji pengaruh antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*) yang diuji pada tingkatan 0,1. Jika probability t lebih kecil dari 0,1 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (*dependent*)

Rumus :

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.

3.8.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu prosedur yang digunakan untuk menguji validitas hipotesis statistik suatu populasi, dengan menggunakan data dari sampel populasi. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Dalam buku yang Sugiyono (2018:267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Penelitian ini melakukan pengujian kepada responden dengan mengajukan pertanyaan menggunakan kuesioner. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada followers Twitter @ohmybeautybank dengan kriteria responden pernah melakukan *like* dan *comment* pada postingan pada akun Twitter @ohmybeautybank dan didapatkan 30 responden dengan signifikansi sebesar 10%.

Uji validitas membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dan dalam penelitian ini nilai df (degree of freedom) dihitung menggunakan rumus:

$df = n - 2$. Maka $df = 30 - 2 = 28$, dengan tingkat signifikansi 10% maka nilai r_{tabel} sebesar 0,422.

Pengujian ini menggunakan rumus korelasi *producty* moment, karena signifikansi adalah 10% maka r_{tabel} sebesar 0,422. Jika nilai $r_{hitung} > 0,422$ maka item dapat dikatakan valid. Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

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

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

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Susan Stainback (1988) dalam Sugiyono (2018) menyatakan bahwa *“Reliability is often defined as the consistency and stability of data or findings. From a positivistic perspective, reliability typically is considered to be synonymous with the consistency of data produced by observations made by different researchers (e.g interrater reliability), by the same researcher at different times (e.g test retest) or by splitting a data set in two parts (split half)”* Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Kalau peneliti satu menemukan dalam objek berwarna merah, maka peneliti yang lain juga demikian. Kalau seorang peneliti dalam objek kemarin menemukan data berwarna

merah, maka sekarang atau besok akan tetap berwarna merah. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian pada objek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, walaupun belum tentu valid. Orang yang berbohong secara konsisten akan terlihat valid, walaupun sebenarnya tidak valid.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Pernyataan uji validitas yang sudah valid akan ditentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

Jika r alpha positif atau $> r$ tabel maka pernyataan reliabel

Jika r alpha negative atau $< r$ tabel maka pernyataan tidak reliabel

Metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Skala tersebut dikelompokkan dalam 5 kelas dengan range yang sama dengan interpretasi sebagai berikut:

Tabel 3.2
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
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

3.10 Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian ini sebelum menyebarkan kuesioner terhadap sampel penelitian akan dilakukan uji validitas dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang responden di luar sampel responden yang juga termasuk kedalam kriteria populasi yaitu

merupakan anggota komunitas, pernah membeli dan melakukan *review* ataupun komen pada konten komunitas virtual. Penyebaran kuesioner kepada 30 orang responden nantinya akan menjadi hasil uji validitas yang membuktikan apakah setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden akan valid atau tidak. Hasil uji validitas akan didapatkan dengan perbandingan r_{tabel} dengan r_{hitung} . Nilai df (degree of freedom) pada penelitian ini dihitung $df = n - 2$, menjadi $df = 30 - 2$ dengan hasil 28. Dengan tingkat signifikan sebesar 10% maka nilai dari r_{tabel} sebesar 0,422. Berikut hasil pengujian validitas

3.10.1 Hasil Uji Validitas Variabel X (Komunitas Virtual)

Hasil uji validitas variabel X dijelaskan dengan tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel X

ITEM	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
X1	0,306	0,564	VALID
X2	0,306	0,509	VALID
X3	0,306	0,677	VALID
X4	0,306	0,718	VALID
X5	0,306	0,611	VALID
X6	0,306	0,713	VALID
X7	0,306	0,837	VALID
X8	0,306	0,654	VALID
X9	0,306	0,661	VALID
X10	0,306	0,544	VALID
X11	0,306	0,606	VALID

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan pengolahan data dari hasil kuesioner, nilai r_{hitung} pada 11 item pernyataan lebih besar dari r_{tabel} (0,422) maka total item pada pernyataan kuesioner variabel X yaitu komunitas virtual terdapat 11 item pernyataan.

3.10.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan pembelian)

Hasil uji validitas variabel Y (keputusan pembelian) akan dijelaskan dengan tabel dibawah ini.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Y

ITEM	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Y1	0,306	0,548	VALID
Y2	0,306	0,642	VALID
Y3	0,306	0,661	VALID
Y4	0,306	0,608	VALID
Y5	0,306	0,761	VALID
Y6	0,306	0,519	VALID
Y7	0,306	0,593	VALID
Y8	0,306	0,509	VALID
Y9	0,306	0,601	VALID
Y10	0,306	0,667	VALID
Y11	0,306	0,524	VALID
Y12	0,306	0,594	VALID
Y13	0,306	0,715	VALID
Y14	0,306	0,561	VALID

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan pengolahan data dari hasil kuesioner, nilai r_{hitung} pada 14 item pernyataan lebih besar dari r_{tabel} (0,422) maka total item pada pernyataan kuesioner variabel Y yaitu keputusan pembelian terdapat 14 item pernyataan.

3.11 Hasil Uji Reliabilitas

3.11.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Komunitas Virtual)

Hasil uji reliabilitas variabel X (komunitas virtual) terdapat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Komunitas Virtual)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	11

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Hasil uji reliabilitas berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari Variabel X (komunitas virtual) sebesar 0,841. Berdasarkan ukuran ketetapan Cronbach's Alpha bahwa terdapat 11 butir pernyataan variabel X (komunitas virtual) yang dinyatakan sangat reliabel.

3.11.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan pembelian)

Hasil uji reliabilitas variabel Y (keputusan pembelian) terdapat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan pembelian)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,691	14

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Hasil uji reliabilitas berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari Variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 0,691. Berdasarkan ukuran ketetapan Cronbach's Alpha dapat dikatakan bahwa terdapat 14 butir pernyataan variabel Y (keputusan pembelian) yang dinyatakan reliabel.