

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penulisan skripsi ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian krusial dalam penelitian kuantitatif. Hal ini memberikan gambaran atau jawaban akan hubungan yang fundamental dari hubungan kuantitatif (Siyoto dan Sodik, 2015).

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional yaitu berkaitan dengan pengumpulan data untuk menentukan ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih dan seberapa tingkat hubungannya. Penelitian korelasi memungkinkan pembuatan suatu prakiraan bagaimanakah hubungan antara dua variabel. Jika dua variabel mempunyai hubungan erat, koefisien korelasi akan diperoleh hampir 1,00. Jika dua variabel hampir tidak mempunyai hubungan, akan diperoleh koefisien hampir 0,00. Makin erat hubungan antara dua variabel, prakiraan yang dibuat berdasarkan hubungan tersebut semakin tepat (Darmadi, 2011:165)

3.3 Unit Analisis

3.3.1 Jenis Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data kuantitatif menunjukkan kuantitas, bentuk angka absolute (*parametric*) sehingga dapat ditentukan magnitudenya (besarannya) (Hardani *et.al.*, 2020: 240).

Selanjutnya, sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan jenisnya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam suatu penelitian diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain-lain. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka.

3.3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua individu atau unit-unit yang menjadi target penelitian. Populasi dalam setiap penelitian harus disebutkan secara tersurat yaitu yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang disebutkan secara tersurat yaitu yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang dicakup. Tujuan diadakannya populasi ialah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi (Usman & Purnomo, 2009).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke PT PMLI Bogor. Jumlah populasi mengacu pada data kunjungan ke PT PMLI Bogor pada bulan Mei 2022 yaitu sebanyak 450 orang. Selanjutnya peneliti melakukan uji coba instrument 30 orang untuk menguji validitas dan realibilitas kuesioner, dimana merupakan instrument dalam penelitian ini.

2. Sampel

Sampel menurut adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mengukur sampel pada penelitian ini digunakan rumus Slovin (Umar, 2008:141), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dan ukuran populasi dengan persentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir atau diinginkan.

Dalam pengambilan sampel ini digunakan tarif kesalahan sebesar 10%.

Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

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

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 10% atau 0.1

$$n = \frac{450}{1+(450(0.1^2))}$$

$$n = \frac{450}{1+(450 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{450}{1+4,5}$$

$$= 81,81 = 82$$

Dengan demikian sampel yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 82 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang.

Metode penarikan sampling pada penelitian ini menggunakan metode dengan teknik acak atau *Simple Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.3.3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a) Uji Validitas

Uji coba dari instrument *Pemasaran melalui media instagram* dan *Minat kunjungan konsumen* terhadap responden dimaksudkan untuk menguji keabsahan dan kehandalan butir-butir instrumen yang digunakan dalam penelitian. Validitas artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran, dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Hardani *et.al.*, 2020).

Peneliti menggunakan SPSS 21 dengan mengolah data yang diperoleh di lapangan kedalam program tersebut untuk mengukur validitas instrument dalam penelitian ini.

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi Pearson atau sering disebut Kolerasi *Product Moment*. Item yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasinya tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Dengan r table dengan mencari *degree of freedom* (df) = N-2, dalam hal ini N adalah sampel. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah jika r hitung \geq r table (pada jumlah sampel dan tingkat alpha yang ditetapkan dan bernilai positif, maka butir pertanyaan dinyatakan valid). Sebaliknya, jika tingkat korelasi atau r antara butir pertanyaan dengan skor total butir pertanyaan nilainya kurang dari nilai r table pada jumlah sampel dan tingkat alpha yang ditetapkan, maka butir dalam instrumen dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (X)

n = 30

Indikator	r tabel	r hitung	Sig	Ket
X1	0,306	0,712	0,000	Valid
X2	0,306	0,627	0,000	Valid
X3	0,306	0,556	0,000	Valid
X4	0,306	0,711	0,000	Valid
X5	0,306	0,574	0,000	Valid
X6	0,306	0,594	0,000	Valid
X7	0,306	0,659	0,000	Valid

X8	0,306	0,567	0,000	Valid
X9	0,306	0,712	0,000	Valid

Sumber: Diolah dari data premier, 2022

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)

n = 30

Indikator	r tabel	r hitung	Sig	Ket
Y1	0,306	0,622	0,000	Valid
Y2	0,306	0,564	0,000	Valid
Y3	0,306	0,740	0,000	Valid
Y4	0,306	0,597	0,000	Valid
Y5	0,306	0,628	0,000	Valid
Y6	0,306	0,685	0,000	Valid
Y7	0,306	0,577	0,000	Valid
Y8	0,306	0,613	0,000	Valid

Sumber: Diolah dari data premier, 2022

Berdasarkan uji validitas tersebut, maka semua instrument mulai dari variabel X (Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial) semuanya menghasilkan nilai r hitung \geq r tabel sebesar 0,306, kemudian untuk variabel Y (Minat Beli Konsumen) menghasilkan nilai r hitung \geq r tabel sebesar dan nilai

signifikan dari kedua variabel adalah valid, karena kurang dari 0,05, dapat disimpulkan kuesioner pada penelitian ini dapat dikatakan valid sehingga dapat digunakan untuk instrument penelitian.

b) Uji Reliabilitas

Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Adapun alat analisisnya menggunakan rumus “*Alpha Cronbach*” yang perhitungannya menggunakan SPSS versi 21. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai koefisien *Cronbach’s Alpha* > dari 0.60 dengan bantuan *software* SPSS versi 21 dan pengambilan keputusan uji reliabilitas dapat disimpulkan sebagai berikut:

Jika *Cronbach’s Alpha* > 0.60 → *Cronbach’s Alpha* dapat diterima atau reliabel. Jika *Cronbach’s Alpha* < 0.60 → *Cronbach’s Alpha* tidak dapat diterima atau tidak cukup reliabel sehingga instrumen tidak dapat digunakan dalam penelitian (Nugroho, 2009).

Tabel 3.3 Skala Reliabilitas

Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Tidak reliabel
>0,20 – 0,40	Tidak cukup reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat reliabel

Sumber: Malhotra, 2002

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha. Uji signifikan dilakukan pada taraf $\alpha = 0,10$. Instrument dapat dikatakan *reliable* jika alpha lebih besar dari r tabel. Hasil dari reliabilitas variabel X dan Y dengan aplikasi SPSS sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	9

Sumber: Diolah dari data premier, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variabel Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (X) memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 yaitu 0,811. Maka semua instrumen pertanyaan pada variabel X dikatakan baik.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	8

Sumber: Diolah dari data premier, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variabel Minat Beli Konsumen (Y) memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 yaitu 0,781. Maka semua instrumen pertanyaan pada variabel Y dikatakan baik.

3.3.4 Uji Hipotesis

a) Uji Analisis Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah persamaan regresi untuk meneliti hubungan antara satu variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Analisis linear sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (*independent variable*) terhadap Minat Beli Konsumen (*dependent variable*). Data angket dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 21.

Pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana dapat mengacu pada dua hal, yakni:

membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05.

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

b) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variasi variabel independen dapat menerangkan dengan baik variasi variabel dependen. Untuk mengukur kebaikan suatu model (*goodness of fit*) dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel tak

bebas (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (X). Koefisien determinasi dirumuskan sebagai berikut:

1. Nilai yang kecil atau mendekati nol, berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel tidak bebas sangat terbatas.
2. Nilai mendekati satu, berarti kemampuan variabel-variabel bebas menjelaskan hampir semua informasi yang digunakan untuk memprediksi variasi variabel tidak bebas.

c) Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas secara individual dalam mengukur variasi variabel dependen terikat. Jika nilai t hitung > dari t tabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual terpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individu berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen. Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Dalam uji t ini digunakan perumusan bentuk hipotesis sebagai berikut:

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

Keterangan:

r: Koefisien korelasi

t: thitung yang selanjutnya dibandingkan dengan t tabel

n: Jumlah data dan observasi

Bila t hitung lebih kecil atau sama dengan t tabel ($t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *Pemasaran Melalui Media Sosial (X)* tidak mempunyai pengaruh terhadap *Minat Beli Konsumen (Y)*.

Sedangkan bila t hitung lebih besar dari t tabel ($t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya *Pemasaran Melalui Media Sosial (X)* sangat berpengaruh terhadap *Minat Beli Konsumen (Y)*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.4.1 Data Premier

Data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran atau menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi dan wawancara (Hardani *et.al.*, 2020: 247)

Data premier dalam penelitian ini yakni kuesioner. Kuesioner Menurut Kusuma (2011: 78), kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Kuesioner dapat mempermudah peneliti dalam memperoleh gambaran yang sesuai dengan kenyataan yang terdapat di lapangan melalui jawaban dari para responden. Serta memiliki keuntungan dalam penggunaannya, seperti yang dijelaskan oleh Arikunto (2010: 195):

- a. Tidak memerlukan kehadiran peneliti.
- b. Dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden.
- c. Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing, dan menurut waktu senggang responden.
- d. Dapat dibuat anonim sehingga responden bebas, jujur dan tidak malu-malu menjawab.
- e. Dapat dibuat terstandar sehingga semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama.

Terdapat berbagai jenis angket yang dapat digunakan dalam melakukan sebuah penelitian. Angket atau kuesioner yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu jenis tertutup. Hal ini sesuai dengan diterangkan Arikunto (2010: 195), bahwa kuesioner dibeda-bedakan atas beberapa jenis disesuaikan dengan cara menjawabnya. Kuesioner terbuka memeberikan kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kalimat sendiri. Kemudian kuesioner tertutup yaitu jawaban sudah disediakan sehingga responden hanya tinggal memilih.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen grafik (formulir, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain-lain), foto, film, video, objek, dan lain-lain. Data lain yang dapat memperkaya aslinya dan dapat memperkaya data utama (Arikunto, 2010: 22). Data sekunder dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumen merupakan rekaman

kejadian masa lalu yang tertulis atau dicetak mereka dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen (Suharsaputra, 2014: 215)

Dokumentasi yang diperlukan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen yang berhubungan dengan IPC Residence guna mendukung data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Untuk memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data sekunder pada saat di lapangan, peneliti membuat pedoman pengumpulan data sekunder yang tertera pada

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah (Hardani *et.al.*, 2020: 160).

Teknik analisis data ini menggunakan rumus WMS (*Weight Mean Score*). Sedangkan skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur perilaku, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena tertentu. Skala ini disusun untuk mewakili suatu negatif dan kemudian diberi angka atau nilai (*scoring*). Gradasi yang digunakan dari sangat positif sampai negatif, yang dapat berupa kata-kata (sangat setuju, setuju, tidak berpendapat, tidak setuju, dan sangat tidak setuju).

Data diolah untuk memperoleh angka penafsiran atau interpretasi terhadap jawaban responden melalui angket dengan menggunakan rumus “WMS (*Weight*

Mean Skor)” yang dikemukakan oleh Lambovitz dan Hagedom yang dialih bahasakan oleh Siregar (1993: 3) sebagai berikut:

$$M = \sum f(x)/n$$

M = Perolehan angka penafsiran atau kriteria penafsiran

\sum = Penjumlahan

f = Frekuensi jawaban responden

x = Pembobotan

n = Jumlah sampel penelitian

Karena alternatif jawaban menggunakan urutan kedudukan yang mengantarkan perbedaan tingkat skala dari angka yang tertinggi sampai ke angka yang terendah, maka untuk menentukan kriteria penafsiran harus dicari dulu interval antara satu kriteria dengan kriteria lainnya, sebagai berikut: I= nilai tertinggi – nilai terendah / n.

Maka I = 5-1/5= 0,8.

Tabel 3.1 Kriteria Penafsiran

Skor	Kriteria
4,21 – 5,00	Sangat Baik
3,41 – 4,20	Baik
2,61– 3,40	Cukup Baik
1,81- 2,60	Kurang Baik
1,00- 1,80	Tidak Baik

Sumber: Siregar, 1993

3.6 Lokasi Penelitian

Jl. Raya Puncak Gadog Jl. Beringin I No.1, Pandansari, Kec. Ciawi,
Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16720. Nomor telepon (0251) 7555511.

3.7 Jadwal Penelitian

Dibawah ini merupakan jadwal penelitian yang dilakukan oleh peneliti di
PT PMLI Bogor:

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	BULAN							
	Desember	Januari	Febuari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Observasi awal								
Penyusunan Bab 1-3								
Sidang Kolokium								
Pengolahan Data								
Penyusunan bab 4-5								
Sidang dan Revisi Skripsi								