

BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Menurut Umar (2005:303), Objek penelitian adalah sebuah objek penelitian yang menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang dapat menjadi objek didalam sebuah penelitian, juga dimana dan kapan penelitian dilakukan serta bisa juga ditambahkan dengan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Objek pada penelitian ini yaitu *followers* akun instagram @lifeofshushu yang merupakan salah satu akun media sosial produk minuman yang di jalankan oleh divisi marketing untuk memberikan berbagai informasi terbaru, promosi yang sedang berlangsung serta tentang Shushu itu sendiri. Akun tersebut digunakan untuk membalas berbagai pertanyaan dari para *followers* melalui *direct messages*. Dan subjek penelitian ini adalah akun media sosial Shushu.

Masyarakat juga tentunya sudah mengenal bahkan banyak menggunakan sosial media. Media Sosial sendiri telah menjadi salah satu kebutuhan untuk mempermudah dan juga untuk mengetahui informasi dengan cepat dan sosial media sudah menjadi bagian dari kehidupan sehingga memungkinkan bahwa Masyarakat di Jakarta mengetahui bahkan mengikuti akun media sosial dari merek Life Of Shushu.

B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian Survei Explanatory, yakni suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis. Survei ini dilakukan dengan cara mengambil populasi, dengan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif.

Metode penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013 : 13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Desain penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner dan mengumpulkan data. Menurut Sugiyono (2019:57) bahwa, metode survei merupakan metode yang dapat digunakan untuk memperoleh informasi berupa data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara melaksanakan instrumen kuesioner, test, wawancara serta sebagainya.

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:68) Variabel merupakan suatu atribut atau suatu sifat nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel adalah variabel bebas (*independent variabel*) yaitu media sosial marketing dan variabel terikat (*dependent variabel*) *brand image*.

Variabel yang dapat mempengaruhi perubahan variabel lain dan mempunyai hubungan positif atau negatif disebut variabel bebas atau sering dikenal dengan variable



independen. Pada penelitian ini, variabel dependen tersebut adalah pembentukan *brand image* Shushu. Pada penelitian ini terdiri dari dua variabel, dengan variabel pertama sebagai variabel independen yaitu *social media marketing* (X) dan variabel dependen yaitu *brand Image* (Y). Dengan indikator sebagai berikut:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Penelitian X

Variabel	Dimensi	Item Penelitian
Social Media Marketing (X)	1. Context	Informasi mengenai produk di Instagram Life of Shushu mudah di mengerti
		Caption pada tiap postingan Instagram Life of Shushu kreatif
		Saya dapat memahami kata - kata yang ditulis pada <i>caption</i> Instagram Life of Shushu
	2. Communication	Akun Life Of Shushu memberikan informasi terbaru tentang produk mereka pada <i>followers</i> nya.
		Admin Instagram Life of Shushu merespon pertanyaan saya dengan cepat
		Konten <i>Reels</i> di Instagram Life of Shushu memberikan informasi yang jelas
	3. Collaboration	Menu yang ditawarkan tercantum pada <i>Highlight</i> Instagram Life of Shushu sehingga memudahkan saya untuk melihat
		Informasi tempat Cabang Shushu yang terletak di luar kota terdapat pada Bio Instagram Life of Shushu
	4. Connection	Admin sosial media Life of Shushu membangun komunikasi mengenai ide promo
		Admin sosial media Life of Shushu membangun komunikasi mengenai ide produk selanjutnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Penelitian Y

Variabel	Dimensi	Item Penelitian
Brand Image (Y)	<i>Strength Of Brand Associations</i>	Merek Shushu mudah diucapkan
		Merek Shushu memiliki logo yang mudah diingat
		Merek Shsuhu menggunakan media sosial dalam memberikan informasi dan hiburan terkait dengan produk minuman dan mochi
		Merek Shsuhu konsisten menggunakan media sosial untuk memberikan informasi dan hiburan terkait produknya
	<i>Favorability of Brand Associations</i>	Shushu memelihara Sosial Media mereka dengan baik
		Akun Media Sosial Shushu berfungsi dan berjalan dengan baik
		Akun Media sosial Shushu mudah dikunjungi / diakses
		Shushu berinteraksi dengan baik kepada <i>Followers</i> nya melalui media sosial
		Shsuhu konsisten memberikan informasi mengenai promosi, menu terbaru, dan informasi lainnya di media sosial
	<i>Uniqueness of Brand Associations</i>	Shushu cepat dalam memberi update promosi dan produk baru di media sosial
		Shsuhu memiliki konten yang variatif dan unik

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:194) Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner dalam melakukan pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2019:199), Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada *followers* akun @lifeofshushu dengan mengirimkan melalui *direct message*. Skala yang digunakan dalam kuisisioner ini adalah skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item- item yang dapat berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, antara lain:

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Ragu (R)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

E. Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh



penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono (2019:126). Populasi adalah grup data yang hendak diteliti. Umumnya, data yang dikumpulkan dari populasi dilakukan secara langsung hanya jika ukuran populasinya kecil dan dapat diakses.

Untuk populasi yang lebih besar, mengumpulkan data dari individu seringkali sulit atau tidak mungkin. Dalam kasus seperti itu, sampel dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih tepat tentang populasi. Populasi dalam penelitian itu sendiri adalah *followers* akun Instagram @lifeofshusu, yang mencakup lebih dari 50.400 akun Instagram (per 09 November 2023).

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan kelompok khusus dimana kita akan mengambil data tersebut. Ukuran sampel selalu lebih kecil dari total populasi. Untuk menentukan berapa jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menghitung sampel dengan menggunakan model Slovin:

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

Catatan:

n: Ukuran Sampel

N: Ukuran populasi

e: Toleransi kesalahan pengambilan sampel. Batas kesalahan yang diperbolehkan dalam penelitian ini adalah 10%

Rumus dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$N = 50.400$$

$$e = 10\%$$

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

$$n = \frac{50.400}{1 + (50.400) 0,1^2}$$

$$n = \frac{50.400}{1 + 50.400 (0,01)}$$

$$n = \frac{50.400}{50.401 (0,01)}$$

$$n = \frac{50.400}{504,01}$$

$$n = 99,99$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99,99 orang yang dibulatkan menjadi 100. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *random sampling*. Menurut Sugiyono (2017:18) *Random Sampling* adalah pengambilan anggot sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada

F. Teknik Analisis Data

Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan metode kuantitatif. Setelah peneliti mengumpulkan data melalui



penyebaran kuesioner, maka data tersebut di analisis dengan menggunakan *software* yaitu SPSS 25. Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018: 51) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid, apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara lengkap. Menurut Sugiyono (2018:267) validitas dapat dijadikan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti

Teknik uji validitas item dengan teknik *Corrected Item Total Correlation*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi, berikut ini adalah rumus yang digunakan :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r_{xy} = nilai validitas

N = jumlah responden

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali, (2018: 45) uji reliabilitas adalah alat pengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner yang reliabel jika



jawaban responden terhadap pernyataan merupakan konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan rumus α (alpha). Dimana hal ini dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpul data (instrument) yang digunakan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha (α) > 0.70. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah Cronbach's Alpha (α), rumus nya sebagai berikut :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right)$$

k = banyaknya pertanyaan

S_j^2 = nilai varians jawaban setiap item

S^2 = nilai varians skor total

3. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:206) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Gozali, 2006). Untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menguji apakah data data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji normalitas dari Kolmogorov Smirnov. Distribusi normal akan menentukan garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2012).

5. Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi bertujuan mengukur besarnya hubungan linear antara variabel pengaruh komunikasi melalui instagram (X) dan kesadaran merek para pengikut akun instagram Shushu (Y). Melalui uji korelasi, dapat diketahui apakah ada hubungan antara variabel pengaruh komunikasi melalui instagram (X) dan *brand image* para pengikut akun Instagram @lifeofshushu (Y) bagaimana arah hubungan dan seberapa besar hubungan antarvariabel. Hubungan variabel ini terbagi dua, yakni hubungan positif dan hubungan negatif. Hubungan X dan Y dibidang positif. Apabila ada kenaikan atau penurunan pada X, umumnya diikuti oleh kenaikan atau penurunan pada variabel Y.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3

Nilai Koefisien Korelasi

No	Indikator	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2.	0,20 – 0,399	Rendah
3.	0,40 – 0,599	Sedang
4.	0,60 – 0,799	Kuat
5.	0,80 – 1,000	Sangat kuat

6. Uji Regresi Sederhana

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisa kuantitatif. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2006).

Menurut Sugiyon (2011), Regresi linier sederhana adalah regresi linier yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Hasil kuesioner kemudian akan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Persamaan umum regresi sederhana yaitu: $Y = a + bX$ (Sugiyono, 2018:300).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan :

Y = nilai yang diprediksikan

A = konstanta atau bila harga

bX = koefisien regresi

X = nilai variabel independent

7. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan pengujian secara parsial dan pengujian secara simultan. Pengujian secara parsial menggunakan uji t, sedangkan pengujian secara simultan menggunakan uji F. Hipotesis dari penelitian ini yaitu:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh pemasaran melalui sosial media Shushu sebagai tingkat kesadaran merek konsumen.

H_1 : Terdapat pengaruh pemasaran melalui sosial media Shushu sebagai tingkat kesadaran merek konsumen.

a. Uji T (Parsial)

Menurut Ridwan (2009: 229) : Uji T berguna untuk menguji bagaimana pengaruh hubungan variabel bebas (X) yaitu *media sosial* berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) yaitu terdapat pengaruh media sosial marketing di Instagram terhadap *Brand Image* pada konsumen. Pengujian hipotesis menggunakan uji-t dengan rumus sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

b. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2006). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh media sosial marketing melalui instagram terhadap *brand image* produk minuman Shushu. Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat kesadaran merek (Ghozali, 2006) :

1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel
 - Apabila F tabel > F hitung, maka Ho diterima dan H₁ ditolak.
 - Apabila F tabel < F hitung, maka Ho ditolak dan H₁ diterima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi
 - Apabila probabilitas signifikansi > 0,05 maka Ho diterima dan H₁ ditolak.
 - Apabila probabilitas signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan H₁ diterima.