

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2015: 53),

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya.

Dengan demikian penulis akan mendeskripsikan tentang *electronic word of mount* pada media sosial instagram. Dengan menggambarkan fakta-fakta dan menjelaskan keadaan serta karakteristik dari objek penelitian. Di sini peneliti mencoba menganalisis kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

#### **3.2.1 Populasi**

Menurut Rully & Poppy (2016:93), “Elemen populasi merupakan satuan dari objek yang diamati dalam kajian, bisa merupakan orang, waktu, benda, atau sesuatu yang lain.” Sedangkan populasi adalah kumpulan dari keseluruhan elemen yang akan ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *followers* atau pengikut aktif dari akun *instagram* dari Musicozy yang jumlahnya 1.600 orang (per bulan Desember 2018).

### 3.2.2 Sampel

Sugiyono (2014:149) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut yang dianggap bisa mewakili seluruh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel akan dapat diberlakukan untuk populasi.

Teknik *sampling* yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. Menurut Sugiyono (2014:154), "*Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel." Dalam teknik *nonprobability sampling* ini terdapat beberapa teknik *sampling*, salah satu teknik *nonprobability sampling* yang ada yaitu *purposive sampling* yang mana akan digunakan pada penelitian ini. Menurut Indrawati (2015:170), "*Purposive sampling* adalah memilih anggota sampel tertentu yang disengaja oleh peneliti, karena hanya sampel tersebut saja yang mewakili atau dapat memberikan informasi untuk menjawab masalah penelitian." Di sini peneliti memilih anggota sampel yang diutamakan memiliki keterkaitan dengan *followers* Musicozy, bertujuan untuk mempermudah penulis dalam mengerjakan kuesioner maupun dalam wawancara.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kesalahan 10% dan akurasi 90% dengan jumlah populasi sebanyak 1.600 *followers* (per bulan Desember

2018). Maka, dalam penerapan rumus *Purposive Sampling* penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1.600}{1+1.600(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.600}{1+1.600(0,01)}$$

$$n = \frac{1.600}{1+16}$$

$$n = \frac{1.600}{17}$$

$$n = 94.12$$

$$n = 95$$

Untuk mempermudah peneliti, maka sampel dibulatkan menjadi 100 orang. Dari 100 orang sampel yang peneliti dapatkan, di sini peneliti memilih sampel yang aktif dan juga sering memberi *like* atau *comment* dan juga menjadi *followers* Musicozy lebih dari satu tahun.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Kuesioner

Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2013: 199). “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.” Jenis kuesioner yang digunakan adalah tertutup, yaitu menyajikan pertanyaan dan

pilihan jawaban sehingga responden hanya dapat memberikan tanggapan terbatas pada pilihan yang diberikan. Kuesioner ini akan digunakan oleh penulis untuk mendapatkan informasi dari 100 responden yang aktif menggunakan *Instagram* dan merupakan *followers* atau mengikuti akun *Instagram* Musicozy.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data. Wawancara ini digunakan sebagai sumber data primer di mana peneliti bisa langsung menggali informasi dari informan secara langsung untuk proses pengolahan selanjutnya. Teknik ini dilakukan oleh peneliti dengan cara bertanya langsung atau mewawancarai kepada *admin* akun Musicozy atau *followers* dari Musicozy itu sendiri. Wawancara merupakan cara yang dilakukan penulis untuk mendapatkan informasi tambahan yang dibutuhkan untuk melengkapi data. Penelitian berfungsi sebagai data sekunder atau data penunjang dalam penelitian ini.

## 3. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu mengumpulkan data dengan cara mencari data serta informasi berdasarkan penelaan literatur atau referensi, baik yang bersumber dari buku-buku dan dokumen-dokumen, laporan-laporan, jurnal-jurnal, kliping, majalah, makalah-makalah yang pernah

diseminarkan. Artikel-artikel dari berbagai sumber, termasuk internet maupun catatan-catatan penting yang berkaitan dengan penelitian yang penulis buat. Studi kepustakaan dilakukan sebagai acuan untuk pengumpulan data sekunder.

### 3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2014:96),

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Di bawah ini adalah variabel yang digunakan dalam penelitian:

**Tabel 3.1 Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
E-WOM Goyette et al (2010:14)	<i>Intensity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Frekuensi mengakses informasi dari situs jejaring sosial</li> <li>– Frekuensi interaksi dengan pengguna situs jejaring sosial</li> <li>– Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna jejaring sosial media</li> </ul>
	<i>Positive valance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Merekomendasikan perusahaan di situs jejaring sosial</li> <li>– Berbicara tentang sisi baik perusahaan</li> <li>– Membaca ungkapan senang dari pengunjung</li> <li>– Membaca ulasan yang merekomendasikan di situs jejaring sosial</li> <li>– Membaca keunggulan yang ditulis di jejaring sosial</li> </ul>
	<i>Negative valance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Complain di situs jejaring sosial</li> <li>– Membaca pengalaman yang mengecewakan di situs jejaring sosial</li> </ul>
	<i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Informasi kualitas produk</li> <li>– Informasi variasi produk</li> <li>– Informasi mengenai harga produk</li> </ul>

### 3.5 Teknik Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel *electronic word of mouth* Musicozy pada media sosial *Instagram* pada kuesioner yang akan disebar.

Adapun kriteria penilaian untuk setiap item pernyataan berdasarkan persentase dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Nilai kumulatif adalah jumlah dari setiap pertanyaan yang merupakan tanggapan dari responden.
2. Persentase adalah nilai kumulatif item dibagi dengan nilai frekuensinya, kemudian dikalikan 100%.
3. Jumlah responden adalah 100 *Followers* atau konsumen Musicozy dengan nilai skala pengukuran terbesar adalah 5 (empat) dan skala pengukuran terkecil adalah 1 (satu), sehingga diperoleh:

Jumlah kumulatif terbesar:

$$100 \times 5 = 500$$

Jumlah kumulatif terkecil:

$$100 \times 1 = 100$$

4. Menghitung nilai persentase terbesar dan nilai persentase terkecil menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Nilai kumulatif item X}}{100\%}$$

Nilai persentase terbesar:  $(500/500) \times 100\% = 100\%$

Nilai persentase terkecil:  $(100/500) \times 100\% = 20\%$

5. Menghitung nilai rentang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Rentang} = \frac{\text{Nilai persentase terbesar} - \text{nilai persentase terkecil}}{\text{Jumlah titik skala}}$$

$$\text{Nilai Rentang} = \frac{100\% - 20\%}{5} = 16\%$$

### 3.6 Uji Validitas & Reliabilitas

#### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Indrawati (2015:146),

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, maka alat pengukur tersebut semakin mengena sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur.

Validitas menjadi hal yang penting untuk mencapai pengukuran yang akurat pada setiap pengukuran pada penelitian ini.

Pengujian validitas setiap item pengukuran dilakukan secara statistik, baik dilakukan secara manual ataupun dilakukan dengan menggunakan komputer melalui bantuan *Software IBM (SPSS) Statistic* versi 21.0 for Windows. Uji *instrument* penelitian, baik itu validitas atau pun realibilitas, tidak diujikan kepada seluruh responden ketika pengambilan data telah selesai dilakukan, tetapi diujikan kepada sampel pendahuluan sebanyak minimal 30 responden. Ini dilakukan untuk memastikan item setiap instrumen dapat memberikan hasil yang nyata, serta

memberikan kesempatan untuk memperbaiki setiap instrumen jika terdapat yang tidak valid atau variabel yang tidak reliabel. Adapun cara menguji validitas ini yaitu menggunakan *Microsoft Excel* dan *Software SPSS 20* dengan rumus teknik *product moment person*. Menurut Azwar dan Sugiyono (dalam Siregar, 2013: 47)

Rumusnya sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r = Angka korelasi

n = Jumlah sampel

X = Skor pertanyaan tiap nomor

Y = Skor total

Menurut Sarwono dan Martadiredja (2008:188), dasar pengukuran validnya suatu item pernyataan ialah jika pernyataan itu memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Jika r hitung negatif maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.
2. Jika r hitung positif tetapi < r tabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.
3. Jika r hitung positif dan  $\geq$  dengan r tabel maka butir pertanyaan tersebut valid.

Nilai r tabel dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) dan n sebanyak 30 responden, sehingga *degree of freedom* ( $df = n$ ) dihasilkan sebesar 30, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,3.

Dalam penelitian ini, setelah melakukan uji validitas alat ukur dan mendapatkan item-item yang valid, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas alat



ukur. Suatu item dinyatakan valid apabila perhitungan nilai r dengan menggunakan *software* IBM (SPSS) *Statistic* versi 21.0 *for Windows* menunjukkan nilai  $\geq 0,3$ .

**Tabel 3.2**  
**Uji Validitas Variabel *Electronic Word of Mouth***  
**(E-WOM)**

*Electronic Word Of Mouth (eWOM)*

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
VAR00001	0,911	0,3	Valid
VAR00002	0,691	0,3	Valid
VAR00003	0,906	0,3	Valid
VAR00004	0,906	0,3	Valid
VAR00005	0,879	0,3	Valid
VAR00006	0,911	0,3	Valid
VAR00007	0,915	0,3	Valid
VAR00008	0,722	0,3	Valid
VAR00009	0,747	0,3	Valid
VAR00010	0,595	0,3	Valid
VAR00011	0,442	0,3	Valid
VAR00012	0,337	0,3	Valid
VAR00013	0,919	0,3	Valid
VAR00014	0,682	0,3	Valid
VAR00015	0,766	0,3	Valid
VAR00016	0,906	0,3	Valid
VAR00017	0,854	0,3	Valid
VAR00018	0,629	0,3	Valid
VAR00019	0,724	0,3	Valid
VAR00020	0,439	0,3	Valid
VAR00021	0,678	0,3	Valid
VAR00022	0,891	0,3	Valid
VAR00023	0,635	0,3	Valid
VAR00024	0,868	0,3	Valid
VAR00025	0,920	0,3	Valid
VAR00026	0,910	0,3	Valid
VAR00027	0,688	0,3	Valid
VAR00028	0,560	0,3	Valid
VAR00029	0,507	0,3	Valid
VAR00030	0,345	0,3	Valid
VAR00031	0,558	0,3	Valid
VAR00032	0,406	0,3	Valid
VAR00033	0,379	0,3	Valid
VAR00034	0,497	0,3	Valid
VAR00035	0,500	0,3	Valid
VAR00036	0,911	0,3	Valid
VAR00037	0,915	0,3	Valid
VAR00038	0,722	0,3	Valid
VAR00039	0,431	0,3	Valid

Dalam penelitian ini, setelah melakukan uji validitas alat ukur dan mendapatkan item-item yang valid, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas alat ukur. Dapat dilihat bahwa hasil validitas mempunyai nilai yang  $> 0,361$ , sehingga dinyatakan semua pernyataan valid. Dalam pengujian reliabilitas menggunakan SPSS, langkah yang ditempuh yaitu sama dengan langkah pengujian validitas. Karena output keduanya bersamaan muncul.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Setiap item pada kuesioner tidak hanya harus valid, tetapi juga harus reliabel. Menurut Indrawati (2015:155),

Ide pokok konsep realibilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya atau dengan perkataan lain sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurement error*) dan secara teori besarnya koefisien reliabilitas adalah antara -1 sampai dengan +1, akan tetapi koefisien yang besarnya kurang dari nol (0) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien yang positif (+).

Instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur beberapa obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012: 168).

Menurut Siregar (2013: 57), “Uji kebenaran (reliabilitas) menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.” Penelitian ini menggunakan uji kebenaran menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Rumus yang digunakan untuk menentukan apakah suatu *instrument* penelitian *reliable* atau tidak adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana:

$r$  = nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$\sigma^2_b$  = jumlah varian butir

$\sigma^2_t$  = Varians total

Keputusan *reliable* tidaknya kuesioner dinyatakan apabila diperoleh nilai  $r$  *Alpha Cronbach* >  $r$  tabel dengan taraf signifikan 5% maka butir pertanyaan tersebut *reliable*. Dalam penelitian ini, setelah melakukan uji validitas alat ukur dan mendapatkan *item-item* yang valid, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas alat ukur.

**Tabel 3.3**  
**Uji Reliabilitas Variabel *Electronic Word of Mouth***  
**(E-WOM)**

***Electronic Word Of Mouth (eWOM)***  
***Item-Total Statistics***

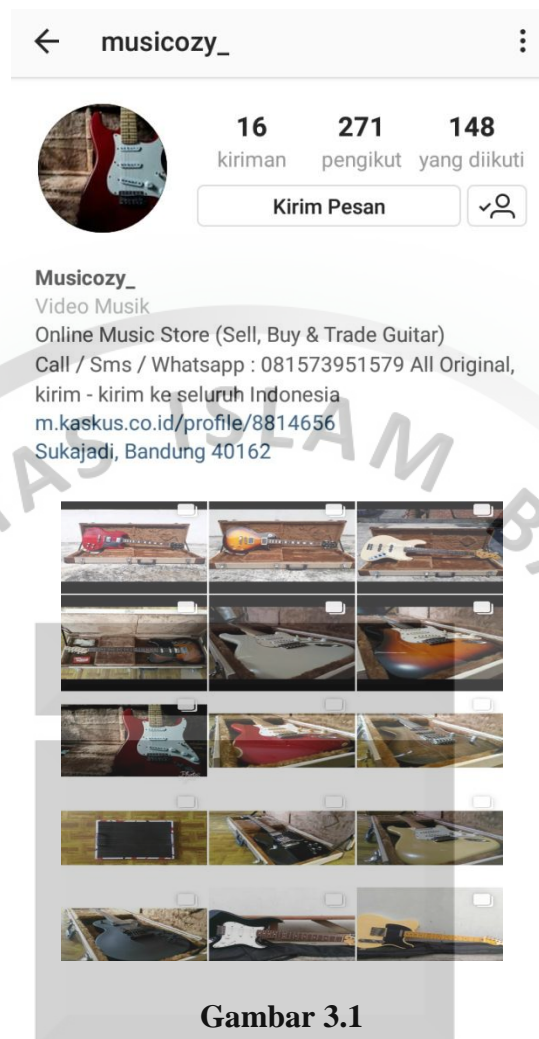
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	67,7700	54,563	,546	,560	,760
VAR00002	67,7900	58,087	,235	,348	,779
VAR00003	67,9900	57,101	,228	,335	,782
VAR00004	67,7100	56,996	,381	,641	,770
VAR00005	67,6800	56,684	,390	,572	,770
VAR00006	67,7900	56,067	,419	,713	,768
VAR00007	67,7700	57,532	,298	,384	,775
VAR00008	67,9200	53,589	,573	,955	,757
VAR00009	68,3000	58,636	,156	,294	,786
VAR00010	67,8800	56,794	,294	,437	,776
VAR00011	67,9400	58,340	,226	,427	,780
VAR00012	67,7300	56,260	,418	,489	,768
VAR00013	67,9300	60,025	,101	,453	,788
VAR00014	68,1500	57,240	,271	,295	,778
VAR00015	67,9500	54,149	,530	,958	,760
VAR00016	67,8700	56,235	,457	,642	,766
VAR00017	67,5100	56,737	,471	,562	,766
VAR00018	67,7700	54,179	,535	,493	,759
VAR00019	67,5900	59,699	,142	,488	,784
VAR00020	67,7500	57,159	,355	,670	,772

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil reliabilitas mempunyai nilai yang  $> 0,60$ , sehingga dinyatakan semua pernyataan valid. Dalam pengujian reliabilitas menggunakan SPSS, langkah yang ditempuh yaitu sama dengan langkah pengujian validitas. Karena *output* keduanya bersamaan muncul.

### 3.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Musicozy merupakan sebuah bisnis *online* yang bergerak dalam bidang barang dan jasa yang menjual peralatan musik. Musicozy berdiri sejak tahun 2014 dan ide ini muncul dari seseorang bernama Muhammad Rofi Febriansyah yang melihat peluang yang besar dalam bisnis ini karena keinginan masyarakat yang semakin tinggi dalam selera musik, baik itu koleksi ataupun untuk barang pakai mereka. Selain itu, kegemarannya dalam mengoleksi peralatan musik membuat Rofi semakin yakin menjalankan bisnis ini bersama Warham Gemahsation yang sekarang menjadikan Rofi menjadi *owner* dari Musicozy.

Musicozy bermula dari bisnis yang dilakukan dalam media sosial OLX, lalu forum di *Facebook*, dan sekarang Musicozy bergerak dalam media sosial *Instagram* yang kini lebih terkenal dan juga banyak peminat di kalangan dewasa bahkan dalam kalangan orang tua yang sudah memiliki penghasilan sendiri. Jl. Karang Tineung Indah II No. 90d, Cipedes, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Lokasi tersebut merupakan *basecamp* dari Musicozy. Musicozy memang bukan satu-satunya yang menawarkan barang dan jasa menjual peralatan musik di Kota Bandung, namun sejak diperkenalkan pada publik sudah banyak masyarakat yang mempercayai dan membeli barang di Musicozy, mulai dari masyarakat biasa sampai kolektor seperti Dewa Budjana.



**Gambar 3.1**

*Instagram Musicozy*

Kesuksesan Musicozy ini tak lepas dari *marketing communication* yang dilakukannya melalui media sosial *instagram*. *Marketing communication* merupakan kunci berhasilnya suatu perusahaan menjual produk atau jasa yang dikeluarkan ke pasaran. Ibarat darah yang mengalir dalam tubuh manusia, dalam suatu perusahaan bila *marketing communication* sudah baik maka perusahaan pun akan menerima hasil yang baik pula.

Visi misi dari Musicozy sendiri adalah menjadikan toko musik *online* yang mampu memberikan kesan puas terhadap pencinta alat musik, untuk

mempermudah berbelanja alat musik. Alat musik yang dijual di *account* Musicozy kebanyakan gitar, sesekali Musicozy memasarkan *drum* atau *bass* di dalam *Instagram*. Hal ini yang membuat Musicozy lebih dikenal dengan *account Instagram* yang menjual alat musik gitar.

