

BAB III

METODE PENELITIAN DAN GAMBARAN UMUM OBJEK/ WILAYAH PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif melihat fenomena penelitian sebagai suatu permasalahan yang dapat diukur dan diinterpretasikan melalui keterukuran seperti halnya sidat dasar paradigm positivism sebagaimana diungkapkan Sugiyono (2013: 13), "Penelitian kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu".

Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

3.1.2 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."

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari. (Sugiyono 2013: 117).

Dalam penelitian ini, populasinya adalah masyarakat Bandung yang merupakan followers atau pengikut dari akun Instagram @applecoast yang berjumlah kurang lebih 11.700 pengikut (per 30 November 2019).

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan suatu bagian dari populasi yang ingin diteliti (Priyono 2016: 104).

Penarikan sampel yang digunakan peneliti merupakan bentuk *Systematic Sampling* atau Sampel Sistematis, merupakan cara pengambilan sampel yang sampel pertamanya ditentukan secara acak, sedangkan sampel berikutnya diambil berdasarkan satu interval tertentu. Dalam Systematic Random Sampling, responden yang terpilih menjadi sampel merupakan hasil pengambilan secara acak sistematis. Cara ini dilakukan dengan cara menggunakan interval tertentu dalam menentukan anggota sampel yang ke-n yaitu dilakukan penambahan dengan interval tersebut untuk menetapkan anggota sampel berikutnya, begitulah seterusnya sampai jumlah sampel terpenuhi.



Gambar 3.1 Hubungan Populasi dan Sampel

(Sumber: Metode Penelitian Kuantitatif Dr. Deni Darmawan, S.Pd., M.Si 2013: 146)

Untuk menentukan besaran sampel pada penelitian ini, penulis menggunakan Rumus Yamane. Menurut Rakhmat (2014: 82), rumus ini rumus yang sederhana. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasinya dapat dilakukan melalui rumus Yamane sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Berapa besar sampel yang diperlukan

N = Populasi

d² = Presisi yang diinginkan

Dalam menggunakan rumus ini, penulis menentukan berapa batas toleransi kesalahan atau ketidakteelitian yang dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya penelitian dengan batas kesalahan 10% berarti memiliki tingkat akurasi sebesar 90%. dengan jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan, semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan 10% dan akurasi 90% dengan jumlah populasi sebanyak 11.700 responden. Maka, dalam penerapan rumus Yamane penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{11.700}{11.700(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{11.700}{11.700(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{11.700}{117 + 1}$$

$$n = \frac{11.700}{118}$$

$$n = 99,15$$

$$n = 100$$

3.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisisioner/Angket

Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner atau angket. Menurut Sugiyono (2013: 199). “*Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab*”. Kuisisioner atau angket ini akan digunakan oleh penulis untuk mendapatkan informasi dari 100 responden yang aktif menggunakan Instagram dan merupakan *followers* atau mengikuti akun @applecoast

2. Wawancara

Selain menggunakan kuisisioner/angket, penulis juga melakukan wawancara kepada admin akun @applecoast mengenai hasil dari angket nantinya. Hal tersebut karena wawancara merupakan sebuah cara yang dilakukan penulis

untuk mendapat informasi mengenai penelitian yang sedang dilakukan. Dan juga, dengan melakukan wawancara penulis akan mendapatkan informasi atau data secara spesifik dan lebih detail mengenai jawaban dari permasalahan penelitian yang sedang diteliti. Juga sebagai data sekunder atau data penunjang dalam penelitian ini.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan beberapa teori dan definisi dari para ahli, yang diambil oleh peneliti dari berbagai sumber, antara lain:

- (1) Dari berbagai buku komunikasi dan mengenai metode penelitian.
- (2) Dari penelitian sejenis.
- (3) Jurnal-jurnal sebagai data tambahan dalam penelitian ini.

3.4 Operasional Variabel

Operasional variable yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Alat Ukur	Skala Pengukuran
1	Penerapan sosial media marketing	<i>Context</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Penggunaan bahasa – Kejelasan pesan – Kesesuaian foto dengan <i>caption</i> 	Skala Ordinal - Sangat Setuju - Setuju - Netral - Tidak Setuju - Sangat Tidak Setuju
2		<i>Communication</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Penyampaian informasi 	

			sesuai kebutuhan – Ketertarikan berdasarkan informasi – Ketertarikan berdasarkan <i>content</i>
3		<i>Collaboration</i>	– Komunikasi antara admin dan konsumen – Respon admin terhadap konsumen – Kejelasan jawaban terhadap komentar
4		<i>Connection</i>	– Pemeliharaan hubungan dengan konsumen – Meningkatkan kepercayaan konsumen – Bentuk apresiasi terhadap konsumen

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh secara lengkap. Teknik analisis data akan menjelaskan langkah-langkah peneliti dalam mengolah data yang didapatkan dilapangan menjadi sebuah laporan hasil penelitian.

Metode analisis deskriptif merupakan suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen) (Sugiyono 2014: 53).

3.6 Uji Validitas & Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji keabsahan penelitian kuantitatif salah satunya dilakukan melalui teknik validasi yang tepat guna menentukan kesesuaian alat ukur dan fungsinya. Teknik validasi kuantitatif dapat dilakukan dengan menggunakan pengujian pada instrument penelitian, seperti apa yang diungkapkan Sugiyono (2013: 173) bahwa “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Teknik validasi tersebut dapat menggunakan teknik pengujian yang salah satunya mengedepankan pengujian validitas instrument secara konstruk. Validitas konstruk adalah validitas yang berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya (Siregar, 2013: 47).

Agar dapat mengukur tingkat valid atau tidak valid dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan rumus Rank Spearman yang perhitungannya dibantu oleh software SPSS. Adapun rumus korelasi Rank Spearman yaitu sebagai berikut:

$$rs = \frac{\sum_{i=1}^n R(X_i)R(Y_i) - n \left[\frac{n+1}{2} \right]^2}{\sqrt{\left[\sum_{i=1}^n R^2(X_i) - n \left[\frac{n+1}{2} \right]^2 \right] \left[\sum_{i=1}^n R^2(Y_i) - n \left[\frac{n+1}{2} \right]^2 \right]}}$$

(Siregar, 2013: 47-48)

Perhitungan korelasi ini dapat digunakan untuk menghitung koefisien korelasi pada data ordinal dan penggunaan asosiasi pada statistik nonparametik. Untuk menguji validitas setiap item, maka skor-skor yang ada pada item yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Skor item dipandang sebagai nilai X.

Dengan diperolehnya indeks validitas setiap item dapat diketahui dengan pasti item-item manakah yang tidak memenuhi syarat ditinjau dan validitasnya. Berdasarkan informasi tersebut penulis dapat mengganti, merevisi, atau menghilangkan item-item yang tidak valid.

Nilai > 0,195 untuk N=100

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	60,7100	74,955	,272	,792
VAR00002	61,0000	73,535	,288	,792
VAR00003	60,9900	69,788	,416	,783
VAR00004	60,8500	67,583	,564	,772
VAR00005	60,9000	71,545	,358	,787
VAR00006	60,8700	67,064	,578	,770
VAR00007	60,9300	65,904	,599	,768
VAR00008	60,9300	65,904	,599	,768
VAR00009	60,7100	70,976	,438	,781
VAR00010	61,3500	71,078	,363	,787
VAR00011	60,3600	75,546	,273	,792
VAR00012	60,4300	77,136	,250	,798
VAR00013	60,4200	74,812	,349	,788
VAR00014	60,7000	75,141	,261	,792
VAR00015	60,4500	74,593	,326	,789
VAR00016	60,5400	76,695	,364	,798
VAR00017	60,5400	75,382	,267	,792
VAR00018	60,4200	74,731	,323	,789

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan gambaran atas keandalan atau konsistensi alat ukur sehingga menjadi ukuran atas gambaran dari kestabilan dan konsistensi responden menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk instrument penelitian yang disusun. Uji reliabilitas ini akan memberikan gambaran mengenai konsistensi instrument penelitian sebagai alat ukur.

Dalam menilai reliabilitas pada seluruh item pertanyaan, peneliti menggunakan pengujian instrument dengan teknik belah dua sebagaimana

diungkapkan Sugiyono (2013: 185) bahwa “ Pengujian reliabilitas instrument dapat dilakukan dengan teknik belah dua dari Spearman Brown (*Split Half*).”

Penilaian koefisien reliabilitas pada seluruh item pertanyaan dengan teknik *split half* selayaknya dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien *alpha* sebagaimana diungkapkan oleh Soehartono dalam Rosmawan (2016: 75) bahwa “Pada hakikatnya *koefisien alpha* merupakan rata-rata semua koefisien korelasi belah dua (*split half*) yang mungkin dibuat dari satu alat ukur.”

Dengan demikian penggunaan *koefisien alpha* pun relevan untuk digunakan pada data skala ordinal dengan cara melakukan pengujian pada seluruh item instrument pertanyaan atau pernyataan penelitian. Rumus dari *koefisien alpha* tersebut diungkapkan Cronbach dalam Rosmawan (2016: 75) sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

Dimana:

n = jumlah butir

V_i = varian butir; tanda sigma berarti jumlah

V_t = varians total nilai total

Nilai reliabilitas dari teknik belah dua ini dapat mengacu pada batas sebagaimana diutarakan Arikunto dalam Rosmawan (2016: 76) bahwa “Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel bila koefisien $\geq 0,6$ maka dikatakan reliabel.”

Nilai > 0.60

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,795	,788	18

3.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.7.1 Sejarah Applecoast

Applecoast merupakan brand yang muncul pada tahun 2013 dan didirikan oleh seorang pemuda bernama Adi Darma Sudrajat yang bertempat di Cikutra 205 Bandung, Applecoast merupakan salah satu brand *Street Wear* yang berasal dari Bandung dengan menggunakan material dan bahan berkualitas, hal tersebut karena Bandung merupakan salah satu kota *fashion* favorit di Indonesia. Dari situlah Applecoast mengajak kepada seluruh masyarakat Indonesianya khususnya kaum *milennial* untuk agar lebih peduli terhadap karya anak bangsa di setiap produknya.

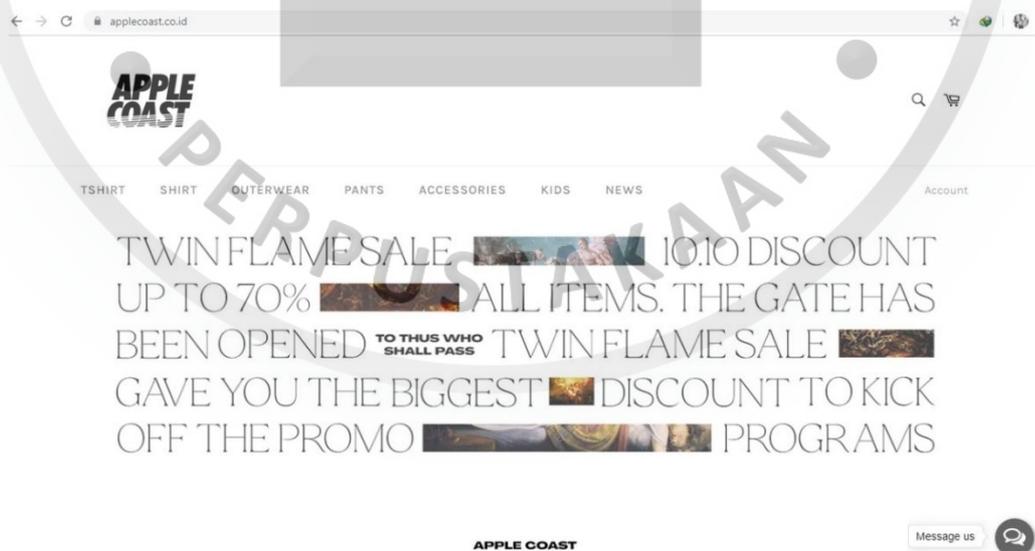
Seiring berkembangnya zaman dan banyaknya competitor, Applecoast memasarkan produk topi, kemeja, kaos, tas, kaos kaki, dompet, dan sweater yang dapat dilihat di *website* Applecoast applecoast.co.id dan Instagram @applecoast. Selain melalui media online, Applecoast memiliki *offline store / took* yang berlokasi di Jl. Cikutra No 205 kota Bandung. Toko Applecoast buka setiap hari mulai pukul 10 pagi hingga 10 malam.



Gambar 3.2 Logo Applecoast

3.7.2 Website

Dalam kegiatan pemasaran dan promosinya, Applecoast menggunakan website *applecoast.co.id*. Website memiliki fungsi meningkatkan citra perusahaan dan sarana bagi calon pelanggan untuk mencari informasi mengenai produk yang dibutuhkan. Website Applecoast berisikan katalog dan galeri dari produk, cara berbelanja dan beberapa informasi mengenai Applecoast.

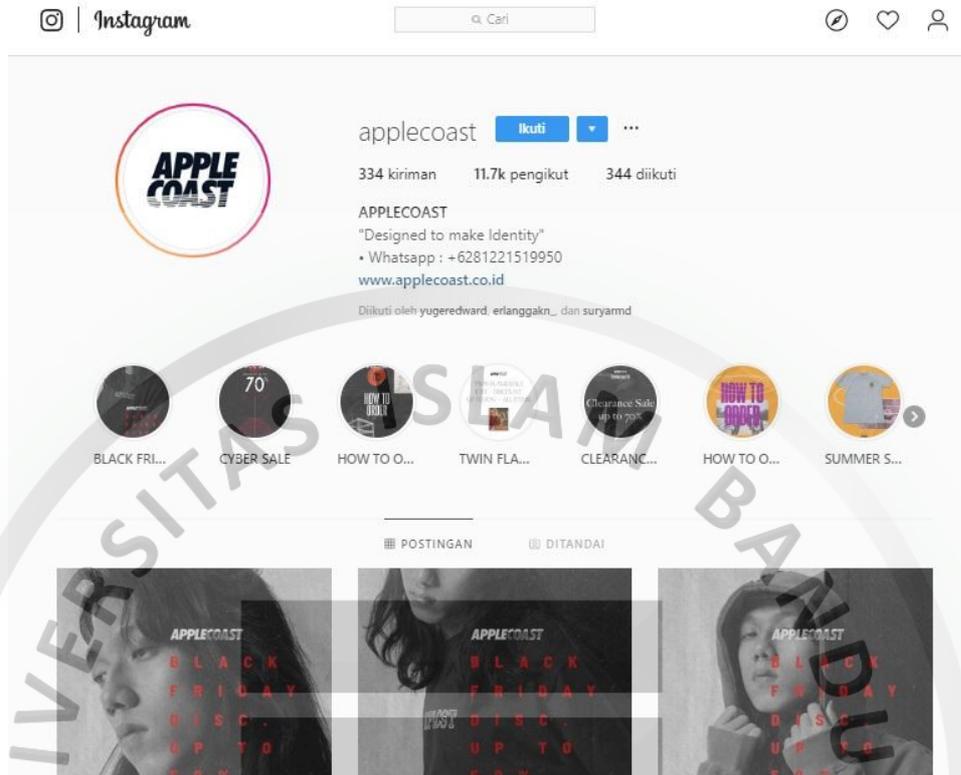


Gambar 3.3 Tampilan Website Applecoast

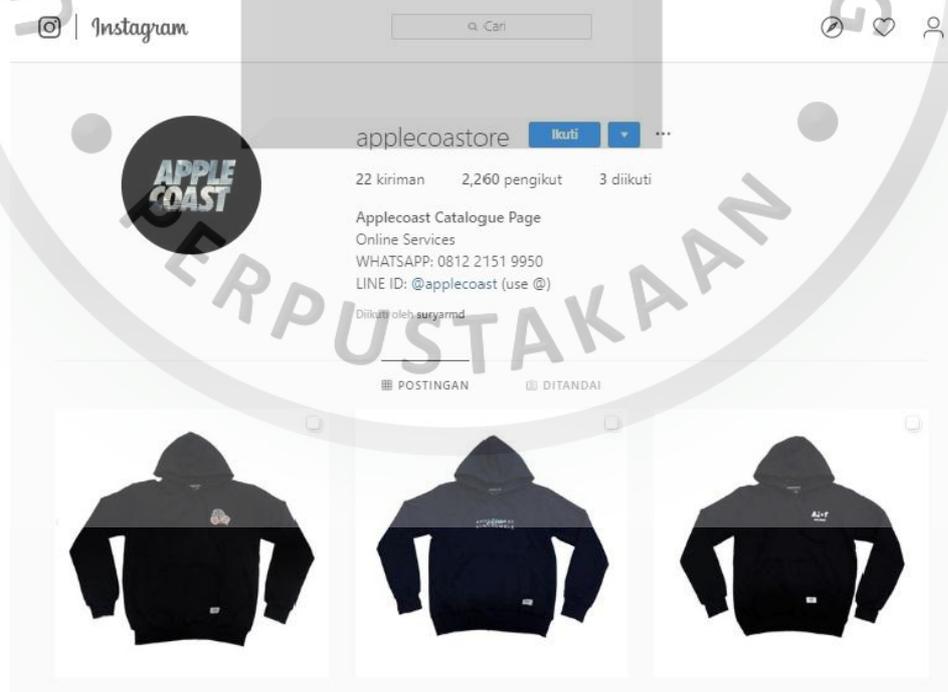
3.7.3 Instagram Applecoast

Selain *website*, Applecoast menggunakan Instagram sebagai salah satu media promosi dalam kegiatan pemasarannya. Penggunaan Instagram tidak lain dikarenakan pengguna Instagram di Indonesia sangat banyak, selain informasi yang didapatkan, Instagram dapat dijadikan sebagai salah satu alat promosi termasuk jual beli sebuah produk, karena kemampuan penyebarannya yang luas, penggunaanya pun dapat dilakukan dimana saja.

Applecoast memiliki 2 akun Instagram, yaitu @applecoast dan @applecoastore. Kedua akun tersebut memiliki fungsi yang berbeda, untuk akun @applecoast berisikan mengenai informasi seputar Applecoast dan aktif dalam melayani pertanyaan dari konsumen, sementara @applecoastore berisikan mengenai katalog produk dan segala informasi tentang produk, namun ini tidak aktif dalam membalas pesan.



Gambar 3.4 Akun Instagram @applecoast



Gambar 3.5 Akun Instagram @applecoastore