

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dimana Russeffendi (2010) mendeskripsikan penelitian deskriptif kuantitatif sebagai penelitian yang menggunakan observasi, wawancara atau angket yang berisikan mengenai keadaan ketika penelitian berlangsung serta berisikan pembahasan subjek yang diteliti. Peneliti mengumpulkan data melalui angket untuk diuji hipotesis dan juga untuk menjawab sebuah pertanyaan. Kemudian menurut Syah (2010) penelitian deskriptif kuantitatif merupakan metode penelitian yang dilaksanakan untuk menemukan seluas apapun ilmu pengetahuan terhadap suatu objek penelitian pada suatu masa yang ditentukan.

Sugiyono (2018) mengemukakan metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang menggunakan filsafat positivisme sebagai landasannya, metode ini digunakan ketika ingin meneliti populasi / sampel yang telah ditentukan. Dalam bagian pengumpulan data, pendekatan ini menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian deskriptif kuantitatif menurut Silalahi (2010) adalah sebuah prosedur yang sistematis & terorganisir untuk menyelidiki masalah tertentu dan bertujuan untuk memperoleh informasi yang akan digunakan sebagai solusi dari masalah tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas Instagram sebagai media promosi.

B. Obyek Penelitian

Bimotrans premium shuttle adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi dan sudah beroperasi sejak tahun 2006 dengan menyediakan berbagai macam rute perjalanan serta outlet di berbagai daerah seperti Bandung, Jakarta, dan Tangerang. Perusahaan yang bernaung di bawah PT. Putra Niaga Bimo ini berkantor pusat di Jl. Siliwangi No. 8, Pamulang Barat, Pamulang Kota Tangerang Selatan. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah akun media sosial Instagram Bimotrans Premium Shuttle (@bimo.trans) dengan jumlah *followers* 1.391 akun, *following* sebanyak 554 akun, dan kiriman yang dibagikan sebanyak 454 kiriman.

C. Popoulasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi didefinisikan sebagai berikut: Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas & karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan kemudian dibuat kesimpulannya. Selanjutnya definisi populasi menurut Duli (2019) adalah area generalisasi yang terdiri dari objek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan pula sekedar manusi, namun juga objek, serta benda - benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki subjek atau objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan

pengguna instagram yang sedang membuka akun instagram @bimo.trans sebagai populasi dikarenakan peneliti ingin mengetahui efektivitas akun instagram tersebut.

2. Sampel

Selanjutnya Siyoto dan Sodik (2015) menyatakan bahwa sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang ditentukan oleh peneliti dengan kriteria khusus yang dapat mewakili keseluruhan populasi. Siregar dalam Duli (2019) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan diberi lambing “n”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*, dimana menurut Sugiyono (2018) teknik *sampling* ini memberikan peluang yang sama kepada setiap populasi yang akan diambil sebagai *sample*. Kemudian menurut Siregar dalam Duli (2019) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *accidental sampling*. Sugiyono (2018) mendefinisikan *accidental sampling* sebagai sebuah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, dimana siapa saja yang secara kebetulan atau incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut cocok dengan sumber data. Menurut Riduwan dan Akdon (2013) Agar dapat menentukan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui, perhitungan maupun acuan yang digunakan dan dikembangkan para ahli adalah menggunakan rumus *Lemeshow* sebagaimana berikut :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

$Z\alpha$ = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

$Q = 1 - P$

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96$$

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan teknik pengumpulan data baik data primer maupun data sekunder yaitu:

a. Penyebaran Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018) penyebaran kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang terkait penelitian secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti mencari dan mengumpulkan data primer dalam penelitian ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner kepada pengguna instagram yang sedang membuka laman instagram @bimo.trans atau *follower* yang mengikuti akun @bimo.trans.

2. Alat Pengumpulan Data

a. Kuisisioner

Sugiyono (2018) Teknik kumpul data yang digunakan yaitu kuesioner. Kuesioner yaitu suatu teknik kumpul data dengan memberikan seperangkat pernyataan ataupun pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala likert. Sugiono (2018) mendeskripsikan bahwa Skala likert dapat digunakan sebagai skala dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan penelitian ini peneliti menggunakan skala 5 (lima) yaitu:

Tabel 3
KATEGORI SKALA LIKERT

Bobot	Arti
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Baiquni dkk (2018)

E. Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian, Sugiyono (2018). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Alat ukur data penelitian ini di uji validitasnya dengan menggunakan rumus korelasi Pearson dengan perhitungan:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x_2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y_2 - (\sum xy)^2\}}}$$

Keterangan:

n = Banyak data

X = Nilai Skor dari seluruh Item Instrumen

Y = Total Skor dari seluruh Item Instrumen

Uji validitas alat ukur data dilakukan kepada 30 orang sampel, dengan taraf signifikasinya sebesar 5% (0,05). Maka dari itu dilihat pada r tabel, nilai r sebesar 0,361 yang artinya jika data memiliki r hitung sama atau lebih besar dari r tabel maka data itu dinyatakan valid.

Pada pengujian validitas alat ukur data mengenai efektivitas instagram sebagai media promosi, maka digunakan alat bantu yaitu SPSS yang menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4
VARIABEL AISAS

NO ITEM	PERNYATAAN	R HITUNG	R TABEL	KESIMPULAN
1.	warna pada feeds membuat saya memerhatikan akun @bimo.trans	0,795	0,361	<i>VALID</i>
2.	warna pada desain highlight story membuat saya memerhatikan akun @bimo.trans	0,518	0,361	<i>VALID</i>
3.	jenis font pada feeds instagram membuat saya memerhatikan akun @bimo.trans	0,778	0,361	<i>VALID</i>
4.	jenis font pada highlight story membuat saya memerhatikan akun instagram @bimo.trans	0,818	0,361	<i>VALID</i>
5.	tata letak feeds yang baik membuat saya memerhatikan akun instagram @bimo.trans	0,716	0,361	<i>VALID</i>
6.	tata letak highlight story yang baik membuat saya memerhatikan akun instagram @bimo.trans	0,488	0,361	<i>VALID</i>
7.	warna feeds instagram membuat saya tertarik untuk menjelajahi akun instagram @bimo.trans	0,709	0,361	<i>VALID</i>

8.	jenis font pada feeds instagram membuat saya tertarik untuk menjelajahi akun instagram @bimo.trans	0,755	0,361	<i>VALID</i>
9.	tata letak feeds membuat saya tertarik untuk menjelajahi akun instagram @bimo.trans	0,748	0,361	<i>VALID</i>
10.	saya menyukai informasi yang diunggah dalam feeds @bimo.trans	0,840	0,361	<i>VALID</i>
11.	saya menyukai informasi yang diunggah dalam <i>highlight story</i> akun @bimo.trans	0,726	0,361	<i>VALID</i>
12.	ulasan pada unggahan feeds @bimo.trans membuat saya mencari tahu lebih tentang produk layanan bimotrans	0,896	0,361	<i>VALID</i>
13.	ulasan pada unggahan <i>highlight story</i> @bimo.trans membuat saya mencari tahu lebih tentang produk layanan bimotrans	0,578	0,361	<i>VALID</i>
14.	Layanan konsumen yang tertera di akun @bimo.trans membuat saya mencari informasi produk layanan bimotrans	0,775	0,361	<i>VALID</i>
15.	Informasi lengkap yang terdapat pada feeds akun @bimo.trans membuat saya memutuskan untuk membeli produk	0,769	0,361	<i>VALID</i>
16.	Informasi lengkap yang terdapat pada <i>highlights story</i> akun @bimo.trans membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk	0,750	0,361	<i>VALID</i>

17.	penawaran harga yang terdapat pada unggahan akun @bimo.trans membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk	0,726	0,361	VALID
18.	saya akan membagikan pengalaman saya setelah memakai jasa bimotrans dengan unggahan / upload dan menandai akun @bimo.trans	0,511	0,361	VALID
19.	saya akan membagikan informasi mengenai produk bimotrans di akun instagram saya	0,509	0,361	VALID

Sumber: Olahan Peneliti, 2021.

Dari hasil uji validitas yang dijabarkan pada tabel di atas, pernyataan variabel AISAS dinyatakan valid dikarenakan jumlah r hitung $>$ r tabel. Hasil pengujian validitas variabel tersebut tertera pada lampiran.

2. Uji Realibilitas

Reliabilitas alat ukur atau keandalan suatu alat ukur menurut silalahi (2010) yang artinya mempelajari korespondensi atau hasil dari suatu alat ukur apabila dilakukan pengukuran ulang menggunakan alat ukur yang sama dengan responden yang sama maka tidak akan ada perubahan. Pengukuran reliabilitas alat ukur data untuk menguji indikator-indikator dalam penelitian efektivitas instagram sebagai media promosi ini menggunakan metode α -Cronbach yang dijabarkan sebagai berikut :

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

Keterangan:

α = Koefisien tes reliabilitas

n = Banyak butiran item yang dikeluarkan kedalam tes

ΣSi^2 = Jumlah varian skor dari tiap-tiap butir item

St^2 = Total varian

TABEL 5
UJI REALIBILITAS

VARIABEL	REALIBILITAS
AISAS	0,760

Sumber: Olahan Peneiti, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut handal dikarenakan koefisien realibilitas di atas 0.6. Output hasil pengujian realibilitas dapat dilihat pada lampiran

Dari hasil uji validitas dan realibilitas yang telah dilakukan, maka instrument penelitian tersebut siap digunakan dalam pengumpulan data penelitian yang berjudul “Efektivitas Instagram ebagai Media Promosi Bimotrans *Premium Shuttle*”

F. Matriks Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2016) Variabel penelitian didefinisikan sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini terdiri dari satu variabel yaitu efektivitas instagram sebagai variabel independen (x). Operasional variabel dijabarkan melalui tabel berikut:

Tabel 6
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Menurut Sugiyama dan Andree dalam Octavia (2019) AISAS merupakan sebuah komunikasi pemasaran yang dapat mengukur efektivitas sebuah promosi periklanan.	<i>Attention</i> Konsumen mulai memerhatikan akan adanya layanan, produk dan iklan	pilihan warna	warna pada <i>feeds</i> instagram membuat konsumen memerhatikan akun @bimo.trans	Ordinal
			warna pada desain <i>highlight story</i> membuat konsumen memerhatikan akun @bimo.trans	Ordinal
		pilihan jenis font	jenis font pada <i>feeds</i> instagram membuat konsumen memerhatikan akun @bimo.trans	Ordinal

			jenis font pada <i>highlight</i> story membuat konsumen memerhatikan akun instagram @bimo.trans	Ordinal
		tata letak	tata letak feeds yang baik membuat konsumen memerhatikan akun instagram @bimo.trans	Ordinal
			tata letak highlight story yang baik membuat konsumen memerhatikan akun instagram @bimo.trans	Ordinal
	<i>Interest</i> Konsumen tertarik terhadap sebuah produk atau layanan yang dilihat	tampilan produk yang menarik	warna feeds instagram membuat konsumen tertarik untuk menjelajahi akun instagram @bimo.trans	Ordinal
			jenis font pada feeds instagram membuat konsumen tertarik untuk menjelajahi akun instagram @bimo.trans	Ordinal
			tata letak feeds membuat konsumen tertarik untuk menjelajahi akun instagram @bimo.trans	Ordinal
		pesan atau informasi yang terdapat dalam	informasi yang diunggah dalam feeds @bimo.trans disukai konsumen	Ordinal

		produk disukai oleh konsumen	informasi yang diunggah dalam <i>highlight story</i> @bimo.trans disukai konsumen	Ordinal
	<i>Search</i> Pencarian dan pengumpulan informasi oleh konsumen dalam mempelajari produk	ulasan produk	ulasan pada unggahan akun @bimo.trans membuat konsumen mencari tahu lebih	Ordinal
			ulasan pada unggahan <i>highlight story</i> @bimo.trans membuat saya mencari tahu lebih tentang produk layanan bimotrans	Ordinal
		pusat layanan konsumen	layanan konsumen yang tertera di akun @bimo.trans membuat konsumen mencari tahu mengenai informasi produk	Ordinal
	<i>Action</i> Tindakan konsumen terkait dengan aktivitas pembelian produk atau layanan	informasi produk	informasi lengkap yang terdapat pada feeds akun @bimo.trans membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk	Ordinal
			informasi lengkap yang terdapat pada <i>highlights story</i> akun @bimo.trans membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk	Ordinal
		penawaran harga	penawaran harga yang terdapat pada unggahan akun	Ordinal

			@bimo.trans membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk	
	<i>Share</i> Tindakan konsumen berupa membagi informasi dan pengalamannya tentang produk atau layanan	membagikan pengalaman setelah menggunakan produk	konsumen membagikan pengalamannya setelah memakai jasa bimotrans dengan unggahan / upload dan menandai akun @bimo	Ordinal
		membagikan informasi produk	konsumen membagikan informasi mengenai produk bimotrans di akun instagramnya	Ordinal

G. Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2017) adalah kegiatan yang dilakukan peneliti setelah data dari seluruh responden terkumpul. Peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif kuantitatif. Menurut Ghozali (2018) analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi pada suatu data yang dapat diukur dengan nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum serta standar deviasi yang terdapat dalam penelitian. Statistik deskriptif adalah statistika yang digunakan dalam mendeskripsikan data menjadi informasi yang lebih jelas serta mudah dipahami yang memberikan gambaran mengenai penelitian. Dalam statistik deskriptif menurut Kuswanto (2012) data yang disajikan dalam statistik deskriptif biasanya dalam bentuk ukuran pemusatan data.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis statistik deskriptif karena peneliti ingin meringkas data yang didapatkan dari responden mengenai efektivitas instagram sebagai media promosi kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan grafik. Untuk menjelaskan mengenai keefektivitasan instagram sebagai media promosi peneliti menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2018) merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert yakni 1 (satu) - 5 (lima)

Tabel 7
BOBOT SKALA LIKERT

Bobot	Arti
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tisak Setuju

Sumber: Sugiyono (2018)

Berikut merupakan perhitungan Skala Likert menggunakan rumus:

$$R = \frac{\text{Bobot Terbesar} - \text{Bobot Terkecil}}{\text{Kelas Interval}}$$

Kelas Interval

Keterangan:

R = Rentang

H. Jadwal Penelitian

TABEL 6
JADWAL PENELITIAN

No.	Kegiatan	2020				2021										
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov
1	Pembuatan TOR & Turnitin															
2	Pengajuan TOR															
3	Pembuatan Proposal Penelitian															
4	Seminar Usulan Penelitian															
5	Revisi Proposal															
6	Pengumpulan Data															
7	Penyusunan Skripsi															
8	Pengumpulan Skripsi															
9	Sidang Skripsi															