

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Didalam melakukan suatu penelitian dibutuhkan sebuah metode yang digunakan agar peneliti dapat mengumpulkan data, melakukan proses analisis dan menarik sebuah kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif, lalu dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner yaitu suatu teknik mengumpulkan data dengan membagikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. (Sugiyono, 2013). Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang memiliki titik berat pada pengujian teori terhadap populasi dan sampel tertentu.

B. Obyek Penelitian

Sebelum melakukan penelitian salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah obyek penelitian untuk diteliti. Dimana obyek penelitian tersebut memiliki masalah yang dapat dijadikan bahan untuk penelitian dan mencari pemecahannya. Menurut Sugiyono (2014) obyek penelitian merupakan suatu atribut atau nilai dari suatu obyek, orang atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan sudah ditetapkan untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya

1. Profil Lokasi Penelitian

Gambar 3.1

Logo Lintas Shuttle



Sumber: Lintas Shuttle, 2022

Nama Perusahaan	: PT. Citra Maharlika Lintas Wahana (Lintas Shuttle)
Alamat Kantor	: Mall Bandung Trade Center Lt.2 Jl. Dr. Djunjunan No.143-149, Pajajaran, Bandung, Jawa Barat 40173
Email	: lintasshuttle@gmail.com
Website	: https://www.mylintas.co.id/mylintas/
Telephone	: (022) 30500800

C. Populasi dan Sampling

a. Populasi

Populasi merupakan seluruh objek yang akan dilakukan penelitian. Individu dari populasi juga dapat berupa makhluk hidup ataupun benda mati di mana terdapat sifat yang ada didalamnya dapat diperkirakan

atau diperhatikan (Syahrur, 2014). Populasi pada penelitian ini adalah followers Instagram Lintas Shuttle pada akun Instagram @lintasshuttle.

b. Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi yang diteliti besar, dan tidak mungkin bagi peneliti untuk berkonsentrasi pada semua yang ada pada populasi tersebut, misalnya karena keterbatasan sumber daya, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. (Sugiyono, 2013).

Dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan cara penarikan dengan teknik sampling Insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu setiap individu yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel dan jika dianggap orang yang kebetulan ditemui tersebut dianggap memiliki kriteria yang cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2013).

Dalam penentuan jumlah besaran sampel, peneliti menghitung jumlah followers Instagram Lintas Shuttle yang akan menjadi populasi yaitu sebesar 6.960 pada 14 Mei 2022. Untuk menghitung sampel yang dijadikan responden, peneliti menggunakan rumus *slovin* yaitu:

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

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = kesalahan 10%

Sehingga perhitungan penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{6.960}{1 + 6.960 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{6.960}{1 + 6.960 (0,01)}$$

$$n = \frac{6.960}{70,60}$$

$$n = 98$$

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pada perhitungan di atas maka sampel adalah 98 responden. Dengan arti 98 orang akan mengisi kuisioner online menggunakan *google forms* yang memiliki kriteria untuk dijadikan sebagai responden penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data merupakan langkah yang digunakan untuk memperoleh data agar penelitian lebih akurat dan memenuhi standar. Berikut adalah Teknik pengumpulan data yang digunakan:

a. Kuesioner

Kuesioner yaitu merupakan lembar pertanyaan atau pernyataan yang terdiri dari dua struktur, yaitu kuisisioner dengan pertanyaan atau pernyataan terbuka atau kuisisioner dengan pertanyaan atau pernyataan tertutup, atau kombinasi keduanya. Pertanyaan atau pernyataan terbuka mempertimbangkan klarifikasi panjang dan mendalam, sementara pertanyaan atau pernyataan tertutup, jawaban unit analisis dibatasi untuk membuat perhitungan yang lebih sederhana (Syahrudin, 2014). Menurut Tajib (Mahdi, 2018) Kuesioner juga merupakan berbagai pertanyaan atau pernyataan yang disusun dan digunakan untuk mendapatkan data dari responden sejauh laporan tentang pribadinya ataupun hal yang mereka ketahui.

b. Wawancara Tidak Berstruktur

Wawancara tidak berstruktur merupakan suatu metode untuk mengumpulkan data atau wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara memungkinkan kita untuk masuk ke dalam bawah sadar pikiran orang lain, terutama hal yang berhubungan dengan perasaan, anggapan, pengalaman yang dirasakan juga pendapat orang tersebut (Suwartono, 2014). Pada penelitian ini wawancara digunakan untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan dan digunakan untuk mencari data pendukung penelitian. Wawancara akan dilakukan kepada koordinator pada divisi marketing komunikasi Lintas Shuttle.

c. Studi Kepustakaan

Menurut Mestika Zed (2003) “Studi pustaka atau kepastakaan dapat diartikan sebagai rangkaian latihan yang berkaitan dengan strategi mengumpulkan informasi perpustakaan, membaca dan mencatat dengan cermat dan mengolah bahan penelitian”. Pada penelitian ini studi Pustaka digunakan untuk mengumpulkan teori-teori yang relevan dengan pembahasan yang diangkat.

2. Alat Pengumpulan Data

d. Angket atau *Google Form*

Angket yang digunakan pada penelitian ini akan berupa angket digital dengan bantuan *google form*. Angket akan berisi pernyataan yang ditujukan untuk mengetahui respon dari responden yang telah di tentukan.

Angket akan disebarkan kepada followers Lintas Shuttle pada akun Instagram @lintasshuttle sebanyak 98 responden melalui fitur *Direct Message* Instagram Data dikumpulkan menggunakan Skala Likert. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat juga presepsi orang tentang fenomena atau pernyataan tertentu. Variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan titik ukur dalam menyusun item instrument yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel penelitian merupakan sifat dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya agar memberi kemudahan dalam mengukur sebuah penelitian. Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Konten Iklan Instagram

Kualitas iklan Instagram dapat didefinisikan sebagai suatu iklan yang memiliki kualitas baik dari isi konten yang diiklankan, frekuensi iklan yang ditayangkan dan memiliki konten yang asli dan variatif, iklan dengan kualitas yang baik bertujuan agar dapat menarik minat seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa setelah melihat iklan yang ditayangkan di Instagram.

Didalam melakukan sebuah iklan dibutuhkan faktor yang dapat mengetahui suatu kualitas iklan yang baik dan langkah yang harus diperhatikan dalam mengidentifikasi pasar. Dalam mengukur suatu kualitas konten iklan Instagram peneliti menggunakan model AISAS dimana pada model ini terdapat lima dimensi yang akan diukur yaitu perhatian seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan (*Attention*), perasaan seseorang yang mulai tertarik kepada suatu produk atau jasa (*Interest*), keinginan seseorang untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai suatu produk atau jasa (*Search*), tahap dimana seseorang sudah mulai tertarik untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa yang ditawarkan (*Action*), kegiatan seseorang

yang telah menemukan informasi dan menggunakan suatu produk atau jasa tertentu dan membagikannya kepada orang lain, baik melalui media sosial atau dengan cara *word of mouth* (*Share*).

Adapun instrumen penelitian pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

VARIABEL	DIMENSI	SUB-VARIABEL	NO ITEM
KUALITAS KONTEN IKLAN INSTAGRAM "Kualitas konten iklan Instagram dapat didefinisikan sebagai suatu iklan yang memiliki kualitas baik dari isi konten yang diiklankan, frekuensi iklan yang ditayangkan dan memiliki konten yang asli dan variatif"	<i>Attention</i>	Tingkat kesadaran konsumen terhadap suatu produk atau jasa	1
		Frekuensi iklan	2
		Menginformasikan penawaran perusahaan	3
		Memberikan informasi yang <i>up to date</i> tentang produk atau jasa	4

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian
(Lanjutan)

	<i>Interest</i>	Ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa	5
		Produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen	6
		Pengemasan konten yang di iklankan di instagram	7
		Pemilihan kata pada konten	8
		Kualitas pesan yang disampaikan melalui iklan instagram	9
	<i>Search</i>	Pencarian informasi mengenai suatu produk atau jasa	10
		Penggunaan media sosial untuk mencari informasi	11
		Mempertimbangkan suatu produk atau jasa	12
	<i>Action</i>	Aksi terhadap pembelian	13
		Penggunaan iklan terhadap pembelian	14
		Tingkat keseringan dalam pembelian	15

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian
(Lanjutan)

		Kejelasan mengenai produk atau jasa	16
	<i>Share</i>	Penggunaan instagram untuk membagikan informasi terhadap produk atau jasa	17
		Interaksi konsumen terhadap suatu produk atau jasa	18
		Keinginan dalam membagikan suatu produk atau jasa	19

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

F. Analisis Data

Analisis data merupakan cara yang digunakan bagi data yang telah terhimpun, yang harus dianalisis, ditata disederhanakan dan diolah agar dapat mengerucut dan dapat diambil suatu kesimpulan. Data dengan jumlah banyak perlu ditata menggunakan cara tertentu sehingga dapat ditafsirkan. Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif yang mana analisis ini dilakukan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum (Sugiyono, 2013).

Analisis data berupa angka dapat dianalisis menggunakan statistik sederhana, selain itu terdapat cara analisis data dengan interpretatif. Penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dalam melakukan pengolahan data dan skala likert dengan rentang dari sangat positif hingga sangat negatif. Dalam penyusunan skala likert dan memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner, jawaban akan dibuat sebagai berikut:

Sangat Setuju = dengan skor 5

Setuju = dengan skor 4

Ragu - Ragu = dengan skor 3

Tidak Setuju = dengan skor 2

Sangat Tidak Setuju = dengan skor 1

Peneliti akan menganalisa nilai rata-rata di dalam mengukur variabel dengan rumus rata-rata sebagai berikut:

$$X = \frac{\sum Xn}{N}$$

Dimana:

X = Nilai rata-rata (*Mean*)

Xn = Jumlah nilai x ke-1 hingga ke-n

N = Jumlah Individu

Selain itu, peneliti juga akan menghitung nilai Tingkat Capaian Responden (TCR). TCR merupakan cara yang dapat dilakukan guna memberikan penilaian berdasarkan kepada nilai yang dimiliki data responden sehingga peneliti dapat menentukan sifat pada responden yang sifatnya ordinal (Sugiyono, 2013). Nilai TCR dibagi menjadi 5 kelompok capaian yaitu sebagai berikut ini:

Gambar 3.2
Tingkat Capaian Responden

TCR	Rentang Skala
Sangat Rendah	0% - 54%
Rendah	55% - 64%
Sedang	65% - 80%
Tinggi	81% - 90%
Sangat Tinggi	91% - 100%

Adapun rumus untuk menghitung nilai tingkat capaian responden adalah sebagai berikut ini:

$$TCR = \frac{Skor\ rata-rata}{Skor\ Maximum} \times 100\%$$

1. Garis Kontinum

Dalam melakukan perhitungan skor dari jawaban responden pada kuesioner, dapat ditentukan apakah nilai variabel sudah memenuhi kriteria atau belum. Hal ini dapat diketahui dengan menentukan interval dengan menggunakan garis kontinum. Dimana garis ini digunakan untuk menganalisis serta mengukur berapa besar kekuatan suatu variabel yang diteliti. Perhitungan skor dari model garis kontinum dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana:

P = Panjang Kelas Interval

Rentang = Data terbesar – Data terkecil

Banyak Kelas = 5

Kecenderungan jawaban dari responden dapat didasarkan dari nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya dikategorikan pada rentang skor sebagai berikut:

Minimum Score = 1

Maximum Score = 5

Lebar Skala = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

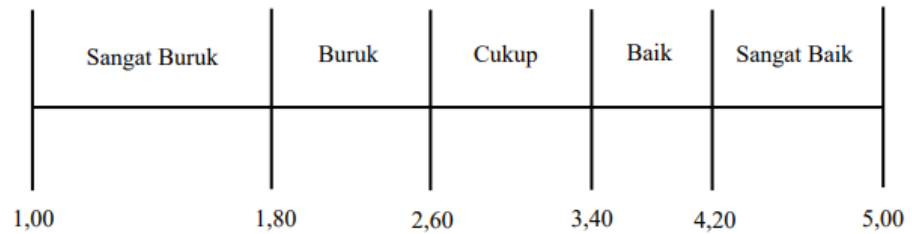
Sehingga kategori skala dapat ditentukan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kategori Interpretasi Skor

Skala	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Buruk
1,81 – 2,60	Buruk
2,61 – 3,40	Cukup
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Untuk mengklasifikasikannya peneliti melampirkan garis kontinum sebagai berikut:



2. Uji Validitas

Instrumen yang valid memiliki arti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid, uji validitas dapat diketahui dengan menggunakan pendekatan atau prosedur matematis yang dikenal dengan empiris atau pendekatan logis (Suwartono, 2014). Setelah melakukan perumusan masalah, peneliti akan melihat teori yang menjadi suatu landasan dalam membuat beberapa instrumen penelitian.

Instrumen penelitian akan dikatakan valid jika sudah melalui uji validitas sebelumnya. Kriteria dari uji validitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai $R_{hitung} > \text{nilai } R_{tabel} = \text{Valid}$
- b) Jika nilai $R_{hitung} < \text{nilai } R_{tabel} = \text{Tidak Valid}$

Pengujian validitas yang digunakan yaitu menggunakan *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

r_{xy} = Koefisien Korelasi (Variabel X dan Variabel Y)

N = Banyaknya Sampel (Responden)

ΣX = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel X

ΣXY = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel Y

Sebelum melakukan uji validitas, peneliti menyebarkan keusioner kepada 32 responden secara acak. Setelah responden mengisi kuesioner yang dibagikan, peneliti menguji kevalidan kuesioner menggunakan SPSS V.25 dan menentukan nilai Rtabel sebesar 0,349 berdasarkan jumlah responden dengan nilai signifikansi 5%.

Tabel 3.3
Uji Validitas

Item Pernyataan	N	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	32	0,728	0,349	Valid
X2	32	0,859	0,349	Valid
X3	32	0,831	0,349	Valid
X4	32	0,891	0,349	Valid
X5	32	0,857	0,349	Valid
X6	32	0,734	0,349	Valid
X7	32	0,890	0,349	Valid
X8	32	0,854	0,349	Valid

Tabel 3.3
Uji Validitas
(Lanjutan)

Item Pernyataan	N	r hitung	r tabel	Keterangan
X9	32	0,838	0,349	Valid
X10	32	0,789	0,349	Valid
X11	32	0,821	0,349	Valid
X12	32	0,870	0,349	Valid
X13	32	0,820	0,349	Valid
X14	32	0,835	0,349	Valid
X15	32	0,857	0,349	Valid
X16	32	0,907	0,349	Valid
X17	32	0,759	0,349	Valid
X18	32	0,817	0,349	Valid
X19	32	0,659	0,349	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Mengacu kepada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dengan melihat nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan item pernyataan diatas dapat dijadikan sebagai alat ukur sehingga layak untuk di sebarakan.

3. Uji Reliabilitas

Instrumen reliabel merupakan instrumen yang jika digunakan berulang kali untuk rnengukur obyek yang sama, maka akan rnenghasilkan data yang sama (Suwartono, 2014). Reliabilitas alat ukur dapat menunjukkan seberapa

reliabel hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji *Cronbach's Alpha* yaitu metode yang digunakan untuk menguji kelayakan terhadap konsistensi seluruh skala yang digunakan oleh peneliti, Dalam melakukan pengujian reliabilitas dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{N}{N - 1} \left(\frac{s^2(1 - \sum s_i^2)}{s^2} \right)$$

Dimana:

α = koefisien reliabilitas

S^2 = Varian skor keseluruhan

S_i^2 = Varians masing – masing item

Setelah melakukan uji validitas, peneliti juga menentukan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS V.25. Data dikatakan reliabel jika nilai *alpha* lebih besar dari 0,70 atau $r_{tabel} > r_{hitung}$. Atau dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Uji Reliabilitas

Rhitung (<i>Cronbach's Alpha</i>)	Rtabel
0,973	0,349

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa data yang telah di uji konsisten atau reliabel, yang dibuktikan oleh nilai $\alpha > r_{tabel}$ atau lebih besar dari 0,70.

G. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Pengumpulan Topik Awal							
2.	Bimbingan Usulan Penelitian							
3.	Pelaksanaan Seminar Usulan Penelitian							
4.	Pengumpulan Data							
5.	Pengolahan data dan Analisis data							
6.	Penyusunan Proyek Akhir							
7.	Pengumpulan dan Sidang Proyek Akhir							
8.	Perbaikan Proyek Akhir							