

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penulis menggunakan desain penelitian kuantitatif, sebuah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme. (Darwin et al., 2020), penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian; analisis data dilakukan secara kuantitatif untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan. (Sugiyono,2013). Penelitian ini dilakukan dengan mengirimkan kuesioner kepada responden untuk mengumpulkan atau menganalisis informasi yang dapat diperoleh dari mereka. (Abdullah et al., 2022). Penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif, yang merupakan pernyataan dugaan yang menjelaskan hubungan antara dua jenis variabel atau lebih. Hipotesis ini sangat penting untuk penelitian ini, terutama untuk mengevaluasi hubungan sebab-akibat atau keterkaitan antara variabel seperti variabel X dan variabel Y. (Silvia, 2020).

B. Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada suatu hal yang memaparkan situasi dari objek yang hendak diteliti dan didukung dengan apa yang akan dijelaskan dalam penelitian seperti tempat, atribut, atau karakteristik, nilai – nilai serta aktivitas seseorang dimana variabel tertentu harus diteliti dan akan ditarik kesimpulan untuk mencapai hasil akhir (Hardani, 2020). Objek

penelitian ini dilambangkan dengan (X) untuk variabel media sosial Instagram menggunakan *influencer*, sedangkan untuk variabel (Y) berarti citra merek.

C. Populasi dan *Sampling*

Dalam penelitian ini, "populasi" merujuk pada istilah yang digunakan untuk menggambarkan kumpulan individu atau hal-hal yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, yang dianalisis oleh peneliti untuk membuat kesimpulan yang tepat tentang suatu masalah tertentu (Sugiyono, 2017). Pengguna media sosial yang terlibat dalam penelitian ini aktif menggunakan Instagram untuk berbagi foto dan video; platform ini memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.

Sampel dalam penelitian adalah bagian dari populasi yaitu sekelompok individu yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi untuk dijadikan sumber data dalam penelitian (Sugiyono, 2017). Populasi adalah seluruh kelompok yang ingin pelajari, sementara sampel adalah sebagian kecil dari populasi tersebut yang diteliti secara langsung untuk dijadikan sumber data maka dari itu sampel dari penelitian ini yaitu pengguna Media sosial Instagram yang mengikuti (*followers*) akun Instagram Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi

untuk dijadikan sampel dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu teknik ini menerapkan kriteria yang ditetapkan oleh penulis.

Dalam mengukur sampel penelitian, penulis menggunakan rumus Slovin. Terdapat beberapa batas tingkat kesalahan yang ditoleransi yaitu 1%, 2%, 3%, 4%, 5% dan 10%. Dalam penelitian ini penulis memakai 10%

Populasi dalam penelitian ini adalah 58.800 pengikut. Untuk menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Isaac Michael yaitu populasi sebesar 58.800, dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), proporsi yang diharapkan 0,5, dan margin of error 5% (atau 0,05). :

- $N = 58.800$
- $Z = 1,96$ (untuk 95% tingkat kepercayaan)
- $p = 0,5$
- $q = 1 - 0,5 = 0,5$
- $d = 0,05$

Rumusnya adalah :

$$n = \frac{NZ^2pq}{d^2(N-1)+Z^2pq}$$

$$n = \frac{58.800 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (58.800 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$Z^2 = 1,96^2 = 3,8416$$

$$pq = 0,5 \times 0,5 = 0,25$$

$$NZ^2pq = 58.800 \times 3,8416 \times 0,25 = 56.483,52$$

$$\begin{aligned}d^2(N - 1) + Z^2pq &= 0,05^2 \times 58.799 + 3,8416 \times 0,25 \\ &= 0,0025 \times 58.799 + 0,9604 \\ &= 146,9975 + 0,9604 = 147,9579\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}n &= \frac{56.483,52}{147,9579} \\ n &\approx 381,68\end{aligned}$$

Dari hitungan dari rumus Isaac Michael, dapat dilihat bahwa jumlah sampel yang didapat sebanyak 381,68 dan dibulatkan menjadi 382 sampel. Sampel yang sudah dipastikan sebanyak 382 sampel.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data survei. Data primer berasal dari bahan atau dokumen yang diberikan atau dibuat sendiri oleh orang atau pihak yang terlibat pada waktu kejadian tersebut terjadi, sehingga mereka dapat dianggap saksi (Hardani,2020)

- a. Kuesioner akan disebarakan kepada pengikut (*followers*) instagram Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali. Kuesioner merujuk pada teknik pengumpulan data di mana responden diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis (Sugiyono, 2013).

- b. Dokumentasi juga dilakukan penulis dengan tujuan menambahkan bukti penelitian karena sebuah bentuk metode pengumpulan data dari dokumen, foto, buku, gambar dan angka dengan tujuan untuk semakin menguatkan hasil penelitian dan mempelajari peristiwa yang sudah terjadi (Sugiyono, 2016).

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013), variabel operasional penelitian pada dasarnya merujuk pada segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Ini dapat berupa sifat, atribut, atau nilai dari individu, objek, atau kegiatan yang mengalami perubahan tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013).

Influencer Marketing instagram ialah sebuah strategi pemasaran yang memanfaatkan individu-individu yang memiliki pengaruh besar terhadap komunitas *online* untuk mempromosikan produk, jasa, atau merek kepada target *audience* mereka. (Solis, 2012 dalam Evelina & Handayani, 2018).

Citra merek merupakan suatu persepsi atau dapat dikatakan sebagai sebuah penilaian dari konsumen terhadap sekumpulan asosiasi atau perusahaan yang memiliki merek sehingga mudah berada di benak atau ingatan konsumen. (Wijayanto & Iriani, 2013).

TABEL 2

MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Media sosial Instagram menggunakan <i>influencer (x)</i>	<i>Reach</i>	Tingkat banyaknya pengikut (<i>followers</i>) dan semakin banyak interaksi semakin besar potensi jangkauan konten <i>influencer</i> .	Ordinal
		Tingkat <i>engagement rate</i> yang tinggi menunjukkan bahwa konten <i>influencer</i> menarik dan relevan dengan pengikutnya.	
	<i>Resonance</i>	Tingkat kreativitas dan Tingkat keterampilan	
		Tingkat wawasan <i>influencer</i> pada produk yang dipromosikan	
	<i>Relevance</i>	Tingkat kesesuaian Image <i>influencer</i> dengan produk	
		Tingkat kesesuaian kategori konten <i>influencer</i> dengan produk/jasa terkait	
Citra Merek (y)	Citra Perusahaan	Tingkat popularitas brand di mata konsumen	
		Tingkat kepercayaan konsumen kepada brand	
	Citra Produk	Tingkat harga produk yang mudah dijangkau dan Memiliki berbagai varian produk	

		Tingkat atribut produk yang memiliki daya tarik terhadap konsumen	Ordinal
	Citra Pemakai	Tingkat merek mudah diingat	
		Tingkat sebuah merek dapat dinikmati semua kalangan	

Sumber : (Solis, 2012 dalam Evelina & Handayani, 2018), (Wardhani,2020)

F. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas ialah untuk dapat menggambarkan tingkat instrumen bersangkutan dapat diukur dan apa yang akan diukur (Machali, 2017). Dalam hal ini uji validitas untuk mengukur apakah kuesioner penelitian yang sudah digunakan valid atau tidak dan melihat sejauh mana ketepatan data yang terjadi dengan data yang penulis akan teliti. Perhitungan uji validitas dijalankan dengan rumus korelasi *product moment* dari Pearson

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *Pearson Product*

X = Skor setiap item

Y = Skor total

N = Jumlah respon

Untuk menguji validitas variabel yang digunakan dalam penelitian

ini, penulis memanfaatkan software SPSS versi 25.0 dengan menerapkan rumus product moment. Dalam pengukuran validitas, apabila nilai r hitung melebihi 0,098, maka indikator yang disusun oleh penulis dianggap valid. Hasil analisis memanfaatkan SPSS versi 25.0 menunjukkan hasil sebagai berikut:

TABEL 3
HASIL UJI VALIDITAS

Item	R hitung	R tabel 5%	Keterangan
X1	0.794	0.098	Valid
X2	0.742	0.098	Valid
X3	0.822	0.098	Valid
X4	0.768	0.098	Valid
X5	0.821	0.098	Valid
X6	0.805	0.098	Valid
Y1	0.835	0.098	Valid
Y2	0.819	0.098	Valid
Y3	0.784	0.098	Valid
Y4	0.803	0.098	Valid
Y5	0.799	0.098	Valid
Y6	0.767	0.098	Valid

Setelah uji validitas dilakukan menggunakan software SPSS, didapatkan bahwasanya nilai r hitung lebih besar dari 0,098, yang menunjukkan hasil valid. Oleh karena itu, tidak diperlukan perubahan pada indikator yang telah digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Konsistensi atau ketepatan, kestabilan, dan keandalan adalah istilah lain yang sering digunakan untuk menggambarkan reliabilitas dalam uji. Sebuah instrumen penelitian memiliki tingkat atau nilai reliabilitas tinggi dalam artian untuk meneliti sejauh mana alat tersebut dapat diukur (Machali, 2017). Untuk melihatnya diperlukan pendekatan statistika dengan menggunakan koefisien reliabilitas dan jika koefisien tersebut melebihi 0,6 berarti dapat dikatakan sudah reliable. Berikut rumus untuk menghitung uji reliabilitas :

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

Sesudah menjalankan uji validitas, penulis kemudian menjalankan uji reliabilitas untuk menguji indikator-indikator tersebut. Dapat dikatakan sama apabila instrumen yang menghasilkan data yang serupa apabila dipakai berulang kali dengan tujuan untuk mengukur objek yang sama dan jika nilai koefisien reliabilitas bisa lebih besar dari 0,6. Berikut ini adalah penjabaran tabel uji reliabilitas :

TABEL 4
HASIL UJI RELIABILITAS

Item	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
X1	0.956	reliabel
X2	0.957	reliabel
X3	0.955	reliabel
X4	0.956	reliabel
X5	0.955	reliabel
X6	0.955	reliabel
Y1	0.954	reliabel
Y2	0.955	reliabel
Y3	0.956	reliabel
Y4	0.955	reliabel
Y5	0.956	reliabel
Y6	0.956	reliabel

Sumber : Olahan Data Penulis, 2024

Melihat hasil uji reliabilitas diatas, dapat dijabarkan bahwasanya semua item indikator yang penulis jadikan butir pernyataan memiliki Cronbach's Alpha dengan nilai lebih dari 0,66 yang menunjukkan keandalan atau reliabilitas untuk mengukur variabel tersebut.

3. Analisis Korelasi *Rank Spearman*

Dalam menganalisis bagaimana pengaruh pengaruh media sosial Instagram menggunakan *influencer* terhadap citra merek di hotel Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali, penulis menggunakan skala

likert untuk mengukur sejauh mana pengaruh media sosial *Instagram* serta mengukur opini dan sikap setiap responden. Analisis korelasi menggunakan *Rank Spearman* lalu menggunakan *software* aplikasi SPSS (*statistical package for the social sciences*)

TABEL 5
PENGGUNAAN PENILAIAN SKALA LIKERT

keterangan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Machali, 2016)

TABEL 6
PEDOMAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Keterangan	Nilai Koefisien Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2017)

Dengan menggunakan skala ordinal maka dari itu untuk teknik penganalisisannya menggunakan Teknik Analisis korelasi dengan *Rank Spearman* pada (Sugiyono, 2017)

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Rs = Koefisien Korelasi Rank Spearman

di = Selisih setiap rank

n = Jumlah Sampel

Setelah dilakukannya analisis data korelasi antara dua variabel, maka penulis pun melakukan uji determinasi yakni guna melihat seberapa berpengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas (Sugiyono, 2018). Untuk menguji determinasi kedua variabel maka peneliti menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

KD = Koefisien Determinasi

r² = Koefisien Korelasi

G. Jadwal Penelitian

Untuk penelitian ini penulis memilih lokus di Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali. Sementara itu untuk waktu penelitian akan dilaksanakan berdasarkan jadwal penelitian yang sudah dirancang penulis.

