

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif korelasional. Penelitian kuantitatif merupakan proses memperoleh pengetahuan dengan menggunakan data numerik sebagai alat untuk mencari informasi tentang hal-hal yang ingin diketahui. Penelitian kuantitatif dapat dilakukan melalui penelitian deskriptif, mencari hubungan atau korelasi, dan penelitian eksperimental (Darmawan, 2013).

Metode penelitian ini merupakan studi penelitian yang digunakan dalam berbagai bidang seperti pendidikan, komunikasi, sosial, maupun ekonomi, dengan menguji antar variabel (Emzir, 2009). Konteks dari metode korelasional ini umumnya hanya menghubungkan dua variabel saja dan tidak sampai meneliti hubungan kasualitas.

Paradigma penelitian kuantitatif beranggapan sumber ilmu berdasarkan atas pemikiran rasional dan empiris. Polanya, knowledge atau pengetahuan merupakan sains atau ilmu pengetahuan, yang berdasar pengalaman yang dirasakan atau dilihat oleh individu maupun kelompok, lalu dikelola oleh nalar.

Penelitian kuantitatif sering digunakan untuk menguji hipotesis atau asumsi. Ini berarti bahwa penelitian ini berfungsi sebagai alat untuk memverifikasi atau mengoreksi pemahaman kita tentang dunia. Data yang dihasilkan dapat memberikan bukti empiris yang kuat untuk menguatkan argumen atau kebijakan tertentu.

Penelitian korelasional didefinisikan sebagai studi yang melibatkan pengujian karakteristik dua atau lebih variabel atau entitas untuk melihat perbedaan dan hubungan di antara mereka dalam kelompok tertentu. Misalnya, seorang peneliti mungkin meneliti hubungan antara motivasi berprestasi dan kinerja, yang keduanya ada dalam satu kelompok tertentu. Data mengenai variabel-variabel ini

dikumpulkan dalam bentuk angka, kemudian diolah dan dianalisis untuk mengevaluasi tingkat korelasi antara motivasi berprestasi dan kinerja individu. Hasil analisis ini dapat digunakan untuk memprediksi tren dalam populasi yang menjadi sumber sampel (Nikolaus Duli, 2019).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti memilih followers akun Instagram @VincentRompies yang memiliki 2 juta pengikut, dan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan kriteria khusus, yaitu mahasiswa ilmu komunikasi di Bandung. Oleh karena itu, jumlah populasi belum diketahui secara pasti karena bersifat "*infinite*," yaitu populasi yang jumlahnya belum dapat dipastikan (Supardi, 1993).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan minat beli produk *fashion* di kalangan mahasiswa di Bandung. Oleh karena itu, populasi penelitian ini adalah mahasiswa di Bandung yang merupakan pengguna Instagram dan followers akun @VincentRompies.

3.2.2 Sampel

Teknik sampling merupakan metode pemilihan sampel yang memastikan bahwa penelitian yang dilakukan terhadap sampel masih dapat diandalkan untuk mewakili karakteristik populasi secara umum. Dalam penelitian ini, digunakan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2016), di mana responden dipilih sebagai sampel berdasarkan pertimbangan peneliti sendiri (Darmawan, 2014). Oleh karena itu, kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Bandung yang merupakan followers akun @VincentRompies. Dari populasi, sampel yang digunakan adalah 100 sampel.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah bagian dari metode penelitian dimana hal ini bersifat terstruktur, serta digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa dan menyimpulkan rumusan masalah (Zainal, 2011). Pada penelitian ini peneliti menggunakan instrumen kuesioner.

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner menurut Arikunto (2006) adalah kumpulan pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari responden, seperti laporan tentang kepribadiannya atau informasi yang sudah mereka ketahui.

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pembagian daftar pertanyaan kepada responden atau sampel untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan.

3.3.2 Skala Pengukuran

Peneliti menggunakan skala likert dalam penelitian ini. Untuk penggunaan skala likert sendiri bertujuan untuk mengukur sikap (Sugiyono, 2006).

Jawaban	Positif	Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Sumber : (Sugiyono, 2006)

3.4 Operasional Variabel

Penelitian ini menguji hubungan antar 2 variabel. Yaitu, variabel independen (X) dan variabel depended (Y), yaitu, interaksi parasosial (X) dan minat beli (Y).

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
Interaksi Parasosial X	Intense	1. Kedekatan	1. Saya merasa memiliki ikatan emosional/se-
	Personal Feeling	2. Sifat kompulsif	

(Independen)		3. Intensitas	<p>frekuensi dengan akun @VincentRompies.</p> <p>2. Saya rela mengeluarkan uang untuk mengikuti event atau membeli produk yang dipromosikan oleh akun @VincentRompies.</p> <p>3. Saya menonton video/reels pada akun @VincentRompies sampai video selesai.</p>
	Entertainment-social	<p>1. Terhibur dengan pembawaannya</p> <p>2. Penampilan yang menarik</p> <p>3. Memiliki minat yang sama</p>	<p>4. Saya merasa terhibur dengan akun @VincentRompies dalam menyampaikan pesannya/pembawaannya di sosial media.</p> <p>5. saya suka dengan cara berpenampilan/berpakaian @VincentRompies.</p> <p>6. Saya suka dengan akun @VincentRompies, karena menampilkan minat yang sama (contoh : Bulu Tangkis, Tennis).</p>
	Borderline Pathological Behavior	1. Perilaku Irasional	7. Saya rela mengorbankan keuangan pribadi/tabungan untuk mendukung

		<p>2. Memiliki Skenario dan Fantasi</p> <p>3. Menghabiskan Waktu Berlebihan</p>	<p>@VincentRompies, seperti membeli barang-barang yang terkait.</p> <p>8. Saya memiliki fantasi yang berlebihan atau tidak realistis tentang hubungan dengan @VincentRompies, termasuk membayangkan hubungan yang mendalam atau personal.</p> <p>9. Saya menghabiskan sebagian besar waktu untuk mengonsumsi konten atau informasi tentang @VincentRompies, mungkin melebihi waktu yang wajar atau sehat.</p>
<p>Minat Beli Y (Dependen)</p>	<p>Minat Transaksional</p>	<p>1. Sikap Impulsif</p> <p>2. Dorongan yang mendesak</p>	<p>10. Saya mudah terdorong untuk membeli suatu produk secara spontan.</p> <p>11. Saya mudah terdorong untuk membeli produk jasa secara spontan.</p> <p>12. Saya merasa terdorong yang mendesak untuk membeli suatu produk.</p> <p>13. Saya merasa terdorong yang mendesak untuk</p>

			membeli produk jasa.
	Minat Referensial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Referensi Influencer 2. Referensi Kerabat 	<ol style="list-style-type: none"> 14. Saya berminat untuk membeli suatu produk setelah mendapat masukan dan penguatan dari Influencer. 15. Saya berminat untuk membeli suatu produk jasa setelah mendapat masukan dan penguatan dari influencer. 16. Saya berminat untuk membeli suatu produk setelah mendapat masukan dan penguatan dari kerabat. 17. Saya berminat untuk membeli suatu produk jasa setelah mendapat masukan dan penguatan dari kerabat.
	Minat Preferensial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preferensi Citra 2. Preferensi Desain 3. Preferensi Harga 	<ol style="list-style-type: none"> 18. Saya berminat membeli produk karena citra dari merek penyedia produk sudah dikenal sebelumnya. 19. Saya berminat membeli produk jasa karena citra dari merek penyedia jasa

			<p>sudah dikenal sebelumnya.</p> <p>20. Saya berminat membeli produk karena memiliki desain dan tampilan iklan yang menarik.</p> <p>21. Saya berminat membeli produk jasa karena memiliki desain dan tampilan iklan yang menarik.</p> <p>22. Saya berminat membeli produk karena harga murah.</p> <p>23. Saya berminat membeli produk jasa karena harga murah.</p>
	Minat eksploratif	<ul style="list-style-type: none"> • Rasa ingin tahu 	<p>24. Saya tertarik untuk membeli suatu produk karena merasa penasaran dan ingin tahu lebih jauh tentang produk baru setelah melihat promosi di media sosial.</p> <p>25. Saya tertarik untuk membeli suatu produk jasa karena merasa penasaran dan ingin tahu lebih jauh tentang produk jasa baru setelah melihat promosi di media sosial.</p>

			<p>26. Saya menanyakan informasi suatu produk kepada orang yang sudah menggunakannya.</p> <p>27. Saya menanyakan informasi suatu produk jasa kepada orang yang sudah menggunakannya.</p>
--	--	--	--

3.5 Uji Validitas & Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu metode untuk menilai sejauh mana suatu instrumen dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur dengan tepat apa yang dimaksudkan serta dapat mengungkapkan variabel yang sedang diteliti secara konsisten. Hasil validitas yang rendah menunjukkan bahwa data yang terkumpul tidak sesuai dengan gambaran yang diharapkan tentang variabel tersebut. Dalam menguji validitas, digunakan metode menggunakan rumus product moment:

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : koefisien korelasi antara variabel X dan Y
 Σxy : jumlah perkalian antara variabel X dan Y
 Σx^2 : jumlah dari kuadrat nilai X
 Σy^2 : jumlah dari kuadrat nilai Y
 $(\Sigma x)^2$: jumlah nilai X kemudian dikuadratkan
 $(\Sigma y)^2$: jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.0 dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung $> r$ tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
2. Jika nilai r hitung $< r$ tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid
3. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected* item

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur sejauh mana pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan instrumen yang sama menghasilkan data yang konsisten. Penelitian reliabilitas ini dilakukan pada responden mahasiswa baru program studi ilmu komunikasi di UPI, dengan menggunakan pertanyaan yang telah terbukti valid dalam uji validitas dan akan dinilai reliabilitasnya. Penilaian reliabilitas dilakukan menggunakan program SPSS 22.0 *for Windows*, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r -*alpha* positif dan lebih besar dari r tabel maka pernyataan tersebut reliabel
2. Jika r -*alpha* negatif dan lebih kecil dari r tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel
 - a. Jika nilai *cronbach alpha* > 0.06 maka reliabel
 - b. Jika nilai *cronbach alpha* < 0.06 maka tidak reliabel (Priyatno, 2013)

3.6 Teknik Analisis Data

Setelah melakukan penggalan data di lapangan melalui instrumen, peneliti melakukan pengolahan data dengan tujuan untuk dapat mengambil kesimpulan diakhir pengolahan.

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian pertama dalam penelitian ini adalah pengujian asumsi klasik yang berguna untuk melihat konsistensi dari penelitian dan pengujian kedepannya.

3.6.1.1 Uji Normalitas

Berdasar pada buku yang ditulis oleh Nasrum (2018) berjudul “Uji Normalitas Data untuk Penelitian” yang menyatakan tentang pentingnya menggunakan uji asumsi klasik pertama sebelum melakukan pengujian statistika lain. Uji normalitas digunakan sebagai penentu uji statistika yang bisa dilakukan selanjutnya seperti uji statistika parametrik ataupun uji statistika non parametrik.

Dengan begitu, definisi dari uji normalitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk melihat persebaran data normal ataupun tidak normal. Syarat dari melakukan uji normalitas adalah dilaksanakan setelah penelitian dan data lapangan yang dihasilkan adalah data numerik. Pengujian ini dilakukan tentu dengan bantuan dari program IBM SPSS Versi 24 dengan istilah “*Normality Test*”. Selain itu, uji asumsi klasik normalitas dilakukan dengan data yang telah dihasilkan dari penelitian dua variabel maka tentunya hanya dapat dilakukan oleh penelitian dengan pendekatan kuantitatif.

Uji normalitas dalam statistika terbagi menjadi dua model yaitu “*Kolmogorov-smirnov*” dan juga “*Shapiro Wilk*”. *Kolmogorov-smirnov* dilakukan jika sampel penelitian berjumlah sebanyak lebih dari 50 responden. Sedangkan *Shapiro wilk* dilakukan jika sampel penelitian berjumlah sebanyak kurang dari 50 responden. Namun, penggunaan model uji normalitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model *kolmogorov-smirnov*. Hal ini dikarenakan jumlah sampel penelitian adalah sebanyak lebih dari 50 yaitu 400 responden.

Maka didapatkan pengambilan keputusan dari uji normalitas bermodel *kolmogorov-smirnov* adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka diputuskan bahwa data yang didapatkan adalah berdistribusi normal. Sedangkan jika hasil dari uji normalitas menghasilkan nilai signifikansi $< 0,05$ maka diputuskan bahwa data yang didapatkan adalah berdistribusi tidak normal. Data yang berdistribusi normal harus dilanjutkan dengan uji statistika parametrik. Sedangkan data yang berdistribusi tidak normal dilanjutkan dengan uji statistika non parametrik

3.6.1.2 Uji Multikolinearitas

Setelah data dinyatakan berdistribusi normal yang ditunjukkan oleh uji normalitas, selanjutnya peneliti melakukan uji asumsi klasik yang kedua yaitu uji multikolinearitas. Uji Multikolinearitas ditujukan sebagai pengujian untuk melihat hubungan yang sempurna pada variabel konsumsi berita kredibel dan pemenuhan kebutuhan informasi (Daoud, 2018, hlm. 52). Adapun uji multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai *tolerance* dengan lebih dari 0.10. Selain itu, nilai VIF yang harus lebih kecil dengan 10.00. Pengambilan keputusan dapat diketahui jika nilai *tolerance* lebih dari 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Dan juga nilai VIF yang harus lebih kecil dari 10.00 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas

Setelah melakukan uji asumsi klasik multikolinearitas, uji asumsi klasik selanjutnya adalah uji heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menentukan model regresi yang dapat atau tidak memprediksi variabel dependen secara konsisten di semua nilai variabel independen (Khaled et al., 2019, hlm. 29). Pengambilan keputusan pada uji asumsi klasik uji heterokedastisitas dilakukan dengan melihat grafik yang dinamakan "*Scatterplot*" dan kemudian diidentifikasi berbagai syarat suatu penelitian tidak mengalami gejala heterokedastisitas. Syarat itu adalah titik-titik data menyebar di antara, di atas, atau di bawah angka 0. Selain itu, titik-titik data menyebar pada satu wilayah saja, titik data yang menyebar menjauhi titik kumpul disahkan asal tidak mendominasi data asli. Dan terakhir yaitu, titik-titik data tidak membentuk pola seperti pola gelembung, pola lingkaran, ataupun sejenisnya. Jika ketiga syarat itu dipenuhi, maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hal ini mengartikan bahwa penelitian dapat berlanjut pada uji hipotesis.

3.7 Uji Hipotesis

Untuk dapat mengetahui sebuah hipotesis diterima atau tidaknya, maka peneliti melakukan uji hipotesis yang selain melihat hipotesis, tapi melihat bagaimana besaran pengaruh yang dimiliki antar variabel.

3.7.1 Uji Korelasi

Penggunaan uji korelasi sangat penting untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa kuat hubungan yang dimiliki oleh kedua variabel penelitian dalam hal ini variabel terikat dan variabel bebas (Haryadi, 2018). Uji korelasi dilakukan dengan melihat besaran nilai pada tabel koefisiensi korelasi (r). Sehingga dalam hal ini hubungan yang didapat bisa berupa hubungan positif ataupun hubungan negatif. Dalam melakukan

uji korelasi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program IBM SPSS Versi 24 yang akan menghasilkan data statistik dengan cepat dan tepat.

Seperti pengujian lain, pengambilan keputusan pada uji korelasi adalah dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai ketepatan penelitian yaitu 95% yang jika didesimalkan adalah 0,05. Adapun perbandingan tersebut adalah jika nilai Sig > 0,05 maka dua variabel penelitian tidak memiliki keterhubungan yang spesifik. Namun jika nilai Sig < 0,05 maka dua variabel penelitian memiliki keterhubungan dan bisa dilanjutkan dengan melihat besaran nilai *Pearson Correlation*. Nilai ini berpacu pada nilai "*r hitung*" yang pada tabel koefisiensi korelasi. Nilai *pearson correlation* adalah berfungsi melihat seberapa besar nilai keterhubungan antara dua variabel. Ditunjukkan dengan nilai-nilai dibawah ini.

Tabel 3. 1 Derajat Hubungan

0,00 – 0,20	Tidak ada korelasi
0,21 – 0,40	Korelasi lemah
0,41 – 0,60	Korelasi sedang
0,61 – 0,80	Korelasi kuat
0,81 – 1,00	Korelasi sempurna

(Sumber: Kusnendi. 2017)