

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Pada menentukan hasil penelitian dibutuhkan adanya penentuan desain penelitian yang akan digunakan. Peneliti telah menentukan desain yang akan digunakan dengan penelitian kuantitatif. Peneliti memilih penelitian kuantitatif dikarenakan hasil yang diberikan konkrit dan terukur. Menurut Yusuf (2014) bahwa dengan menggunakan penelitian kuantitatif yang memiliki instrumen yang valid, reliabel dan sesuai analisis statistiknya sehingga menghasilkan penelitian yang kokoh namun tidak bergeser dari topik.

Selain itu, peneliti memilih studi korelasional yang bertujuan untuk bisa melihat bagaimana korelasi yang dimiliki variabel bebas; terpaan akun media sosial Instagram terhadap variabel terikat; perilaku imitasi penggunaan *make up* (Y). Penelitian korelasional adalah jenis penelitian yang pengolahan datanya menggunakan analisis statistic yang bertujuan sebagai penggambaran dan pengukuran sejauh mana dua atau lebih variabel dapat berhubungan satu sama lain (Creswell, 2018). Oleh karena itu, metode penelitian yang dipilih berdasarkan tujuan agar dapat mengetahui seberapa besar korelasi antara variabel independen (X) terpaan media akun Instagram *Beauty Influencer* Abel Cantika yang terdiri dari tiga komponen aspek yaitu tingkat durasi (X1), frekuensi (X2) dan atensi (X3), terhadap variabel dependen (Y) adalah perilaku imitasi pada pengikut akun Instagram @abellyc.

#### 3.2 Partisipan

Partisipan yang ikut serta dalam penelitian ini merupakan pengikut dari akun *beauty influencer* Instagram @abellyc. Oleh karena itu, diperlukannya penentuan karakteristik responden yang sesuai agar dapat berpartisipasi pada penelitian ini:

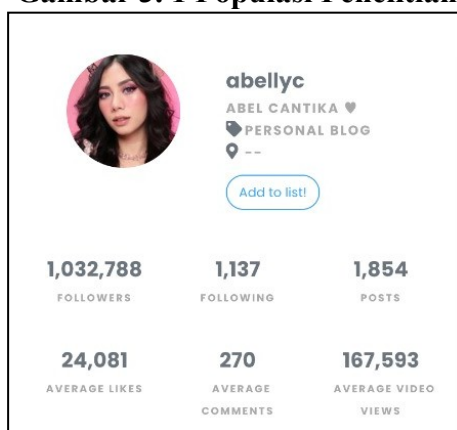
1. Pengguna aktif media sosial Instagram.
2. Pengikut akun Instagram @abellyc.
3. Pernah melihat postingan *make up* Abel Cantika di akun Instagram @abellyc.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Peneliti melakukan penarikan sampel dengan karakteristik yang telah ditentukan. Populasi yang digunakan sebagai subjek dalam penelitian ini merupakan pengikut akun Instagram *@abellyc* yang memiliki jumlah pengikut 1.032.788 dari per tanggal 17 Juni 2023.

**Gambar 3. 1 Populasi Penelitian**



Sumber: <https://business.notjustanalytics.com/plus/abellyc>.

Diunduh pada 17 Juni 2023.

#### 3.3.2 Sampel

Sugiyono (2013) berpendapat bahwa sampel termasuk bagian dari populasi dengan memiliki jumlah dan karakteristik itu tersebut. Ada pun teknik pengambilan sampel yang dipilih adalah menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan pertimbangan yang telah ditentukan (Sugiyono, 2013). Peneliti akan memilih responden berdasarkan akun Instagram yang memberikan *likes* atau *comment* kepada postingan terkini akun Instagram *@abellyc*.

Setelah peneliti menentukan teknik sampel yang digunakan, untuk dapat menentukan banyaknya sampel yang digunakan peneliti menentukannya dengan menggunakan rumus *Slovin* yang memiliki taraf kepercayaan sebesar 5%. Menurut Kriyantono (2006) mengatakan rumus *Slovin* adalah rumus yang ditentukan berdasarkan batasan kesalahan yang ditolerir dari populasi yang tidak sama, dengan memiliki batasan kesalahan antara lain 5%. Maka dari itu, jumlah sampel yang dihitung menggunakan formula sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1+N(e)^2)}$$

Keterangan:

n: Jumlah Sampel.

N: Jumlah Populasi.

e: Toleransi kesalahan.

Dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya, berikut rincian hitungan pengukuran sampel di bawah ini:

$$n = \frac{N}{(1+N(e)^2)}$$

$$n = \frac{1.032.788}{(1+1.032.788 (0,05)^2)}$$

$$n = \frac{1.032.788}{(1+(1.032.788 \times 0,0025))}$$

$$n = \frac{1.032.788}{(1+2.581,97)}$$

$$n = \frac{1.032.788}{2.582,97}$$

$$n = 399,845 \text{ responden} \approx 400$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diketahui bahwa ukuran sampel *purposive* untuk penelitian ini berjumlah sebanyak 400 responden, dengan berdasarkan tingkat persentase kepercayaan 5%.

### 3.4 Instrumen Penelitian

#### 3.4.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah suatu instrumen penelitian, dimana penelitian ini akan dilakukan penyebaran kumpulan pertanyaan yang harus dijawab oleh para responden. Kuesioner dapat juga disebut dengan istilah angket. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Kriyantono (2006) bahwa kuesioner dapat dilakukan secara *fleksibel*, dimana peneliti dapat mendatangi secara langsung responden, kemudian peneliti dapat mendampingi pengisian kuesioner yang dilakukan responden hingga peneliti dapat menyebutkan pertanyaan dan responden langsung menjawab. Kuesioner menjadikan instrumen penelitian yang *fleksibel*, dimana pada penelitian

ini dilakukan dengan mengirimkan link *google form* kepada partisipan melalui fitur *direct message* (DM).

Menurut Kriyantono (2006) tujuan penyebaran kuesioner (angket) adalah mendapatkan informasi dari suatu masalah yang melalui responden tanpa adanya rasa khawatir dengan adanya jawaban yang tidak sesuai dari pengisian pertanyaan yang disajikan kepada responden. Tujuan yang disampaikan Kriyantono sesuai dengan peneliti karena ingin mengetahui informasi mengenai penelitian ini kepada responden berdasarkan pertanyaan yang disajikan.

Berdasarkan pemaparan di atas, metode penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah melakukan penyebaran kuesioner kepada pengikut akun *beauty influencer @abellyc* di media sosial Instagram. Kuesioner terus disebar hingga memenuhi jumlah minimal responden, dimana di tahap berikutnya akan dilakukan pengolahan hasil dari penyebaran kuesioner untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

### **3.4.2 Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan adalah salah satu proses yang tidak bisa terlepas dalam penelitian, dimana berfungsi untuk menjelaskan teori yang dipakai dalam penelitian sehingga menjadi pengarah menjawab hipotesis penelitian (Creswell, 2018). Studi kepustakaan untuk mendapatkan teori dapat ditemui melalui buku, jurnal penelitian, laman internet dan berbagai sumber lain yang relevan dengan topik penelitian.

Berdasarkan pemaparan di atas, rincian studi kepustakaan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sumber yang berasal dari jurnal penelitian, buku, artikel ilmiah dan laman internet. Hal ini digunakan untuk mendukung penjelasan dan data dalam penelitian tentang pengaruh terpaan media akun Instagram terhadap perilaku imitasi.

### **3.4.3 Skala Pengukuran**

Pada sub bab ini, akan menjelaskan skala pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian. Penelitian ini menggunakan Skala Likert sebagai skala pengukuran. Skala Likert adalah responden akan diberikan pernyataan beserta tanggapan yang menandakan tingkat persetujuan, namun responden hanya dapat memilih satu tanggapan saja (Leavy, 2017).

Alasan peneliti mengambil skala likert ini agar memudahkan peneliti dalam mengukur perilaku yang terjadi oleh seseorang. Lalu, skala Likert memungkinkan responden untuk memberikan jawaban yang menunjukkan rentang tingkat setuju atau tidak setuju mereka terhadap pernyataan, mulai dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2013). Berdasarkan penjelasan tersebut, skala pengukuran yang dipakai menggunakan rentang 1-5 dengan rincian penjelasan berikut.

**Tabel 3. 1 Kriteria Bobot Penilaian**

| <b>Bobot Penilaian</b> | <b>Jawaban</b>      |
|------------------------|---------------------|
| 5                      | Sangat Setuju       |
| 4                      | Setuju              |
| 3                      | Netral              |
| 2                      | Tidak Setuju        |
| 1                      | Sangat Tidak Setuju |

*Sumber: Adaptasi Penjelasan (Sugiyono, 2013)*

### 3.5 Operasional Penelitian

Pada operasional penelitian, terdapat dua variabel yang diteliti yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Creswell (2018) mengatakan bahwa variabel independen merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap hasil dari munculnya variabel dependen. Namun, pada penelitian ini membahas pengaruh terpaan media akun Instagram *beauty influencer* Abel Cantika yang dianggap sebagai variabel independen (X) terdiri dari tiga aspek: frekuensi (X1), durasi (X2), dan perhatian (X3).

Sebaliknya menurut Creswell (2018) menyebutkan bahwa variabel dependen dengan karakteristik suatu variabel yang bergantung pada variabel independen, dimana variabel independen yang mempengaruhi hasilnya. Variabel dependen yang diteliti adalah perilaku imitasi penggunaan *make up* terdiri dari empat aspek, antara lain: (1) atensi, (2) retensi, (3) pembentukan perilaku, (4) motivasi.

Pada tabel ini, peneliti akan memaparkan secara jelas mengenai definisi operasional variabel dalam penelitian ini berikut ini:

Tabel 3. 2 Operasional Penelitian

| Variabel Penelitian   | Dimensi   | Indikator   | Pernyataan   | Skala  |
|---|---|---|--|--------|
| Variabel Independen:<br>Terpaan Media Akun Instagram <i>beauty influencer</i> Abel Cantika. | Terpaan media terjadi pada khalayak, kemudian diukur dengan tiga dimensi antara lain: (1) frekuensi yang akan menjelaskan menjelaskan seberapa sering penggunaan dan konsumsi isi dari pesan media, (2) durasi menjelaskan berapa lama penggunaan dan konsumsi isi pesan media dan (3) atensi menjelaskan seberapa banyak perhatian yang diberikan saat penggunaan dan konsumsi isi pesan di media (Michelle dan Susilo, 2021). |   |  |        |
|   | Frekuensi (X1)  | Seberapa sering menggunakan dan mengonsumsi isi dari pesan media. | 1. Saya mengakses media sosial Instagram setiap hari.                | Likert |
|   |   |   | 2. Saya mengakses akun Instagram @abellyc.                           | Likert |
|   |   |   | 3. Saya melihat postingan <i>make up</i> di akun Instagram @abellyc. | Likert |

|             |  |  |  |        |
|-------------|--|--|--|--------|
|             |  |  | 4. Saya mencari informasi tentang <i>make up</i> di akun Instagram @abellyc.   | Likert |
| Durasi (X2) | Berapa lama menggunakan dan mengonsumsi isi pesan media. |  | 5. Saya lebih banyak menghabiskan waktu menggunakan Instagram.   | Likert |
|             |  |  | 6. Saya dapat menghabiskan waktu lebih dari 5 menit menggunakan akun Instagram @abellyc untuk melihat/mengonsumsi postingan <i>make up</i> . | Likert |
|             |  |  | 7. Saya melihat/mengonsumsi postingan <i>make up</i> @abellyc di Instagram Feeds dan Stories dari  | Likert |

|  |   |  |   |        |
|--|---|--|---|--------|
|  |   |  | awal hingga akhir.  |        |
| Atensi (X3)  | Perhatian yang diberikan saat menggunakan dan mengonsumsi isi pesan media.  |  | 8. Saya selalu fokus melihat/menonton postingan <i>make up</i> @abellyc.            | Likert |
|  |   |  | 9. Saya selalu tertarik dengan postingan <i>make up</i> di akun Instagram @abellyc. | Likert |
|  |   |  | 10. Saya senang melihat postingan <i>make up</i> @abellyc.                          | Likert |
|  |   |  | 11. Saya hanya fokus pada akun Instagram @abellyc.                                  | Likert |
| Variabel<br>Dependen:<br><br>Perilaku<br>Imitasi<br>Penggunaan<br><i>Make Up</i> . | Albert Bandura mengatakan bahwa terdapat tahapan-tahapan perilaku imitasi yang dikategorikan yakni: (1) Atensi, dimana seseorang memerhatikan perilaku model dengan seksama, (2) Retensi, seseorang akan mengingat perilaku model yang telah diperhatikan, namun hanya sebagian perilaku yang sekiranya menarik untuk diingat, (3) pembentukan perilaku, terjadinya pencobaan mempratekkan perilaku model dan (4) Motivasi, |  |   |        |



|  |   |  |        |
|--|---|--|--------|
| adanya motivasi seseorang melakukan peniruan perilaku model (Rahmawati dan Sijabat, 2022). |   |  |        |
| Atensi   | Seseorang memerhatikan perilaku model dengan seksama. | 12. Saya selalu memerhatikan penyampaian Abel Cantika di Instagram.  | Likert |
|  |   | 13. Saya memerhatikan perilaku Abel Cantika di Instagram.  | Likert |
|  |   | 14. Saya tertarik memerhatikan perilaku Abel Cantika, ketika melihat postingan ber- <i>make up</i> di Instagram. | Likert |
|  |   | 15. Saya memerhatikan perilaku Abel Cantika saat ber- <i>make up</i> di Instagram berulang-ulang.                | Likert |

|  |  |  |   |        |
|--|--|--|---|--------|
|  |  |  | 16. Saya memerhatikan Abel Cantika karena penyampaian tentang <i>make up</i> yang jelas.                  | Likert |
|  |  |  | 17. Saya senang memerhatikan Abel Cantika karena pembawaan Abel yang ceria.                               | Likert |
|  |  |  | 18. Saya memerhatikan setiap tahapan/teknik Abel Cantika melakukan <i>make up</i> di postingan Instagram. | Likert |
|  |  |  | 19. Saya memerhatikan produk yang digunakan Abel Cantika.   |        |

|                      |   |  |        |
|----------------------|---|--|--------|
| Retensi              | Seseorang akan mengingat perilaku model yang telah diperhatikan, namun hanya sebagian perilaku yang sekiranya menarik untuk diingat | 20. Saya mengingat teknik Abel Cantika saat ber- <i>make up</i> di Instagram.    | Likert |
|                      |   | 21. Saya mengingat produk <i>make up</i> yang digunakan Abel Cantika.            | Likert |
|                      |   | 22. Saya tertarik untuk mengingat teknik ber- <i>make up</i> Abel Cantika.       | Likert |
| Pembentukan Perilaku | Seseorang melakukan percobaan mempratekkan perilaku model.  | 23. Saya tertarik mencoba mempraktekkan teknik ber- <i>make up</i> Abel Cantika. | Likert |
|                      |   | 24. Saya mempraktekkan teknik ber- <i>make up</i> Abel Cantika.                  | Likert |

|          |  |  |   |        |
|----------|--|--|---|--------|
|          |  |  | 25. Saya senang mempraktekk an teknik ber- <i>make up</i> Abel Cantika.                               | Likert |
|          |  |  | 26. Saya mempratekka n teknik ber- <i>make up</i> Abel Cantika menjadi lebih bagus dan cantik.        | Likert |
|          |  |  | 27. Saya mencoba menggunakan produk yang sama dengan Abel Cantika.                                    |        |
| Motivasi | Adanya motivasi seseorang melakukan peniruan perilaku model. |  | 28. Saya meniru <i>make up</i> Abel Cantika untuk melatih skill ber- <i>make up</i> .                 | Likert |
|          |  |  | 29. Saya meniru <i>make up</i> Abel Cantika karena <i>make up</i> Abel Cantika yang bagus dan cantik. | Likert |

|  |  |  |   |        |
|--|--|--|---|--------|
|  |  |  | 30. Saya merasa senang jika meniru <i>make up</i> Abel Cantika.   | Likert |
|  |  |  | 31. Penyampaian Abel Cantika yang ceria saat ber- <i>make up</i> membuat saya ingin meniru <i>make up</i> Abel Cantika.                 | Likert |
|  |  |  | 32. Saya menggunakan produk yang sama dengan Abel Cantika karena hasilnya bagus.  |        |
|  |  |  | 33. Saya merasa meniru <i>make up</i> Abel Cantika membuat saya ingin menjadi MUA ( <i>Make Up Artist</i> )/ <i>Beauty Influencer</i> . | Likert |

### 3.6 Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan pengujian instrumen, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba terhadap kuesioner sebelum digunakan, dengan begitu peneliti dapat melihat mutu kuesioner atau pernyataan yang telah dibuat oleh peneliti. Hal ini sependapat oleh Suryabrata (2012) uji coba kuesioner menjadi langkah yang sangat penting untuk dapat mengetahui mutu dari suatu kuesioner yang telah dibuat. Setelah melakukan uji coba kuesioner kepada responden, barulah peneliti melakukan tahapan uji instrumen yang bertujuan untuk melihat keakuratan data yang telah diambil, sebelum melakukan penyebaran kuesioner ke lapangan.

Menurut Suyanto dan Sutinah (2007) uji instrumen pada suatu penelitian memerlukan alat dan cara yang baik hingga data yang didapatkan merupakan data yang valid, *reliable* dan akurat. Penyusunan pada tahapan uji instrumen akan dijelaskan dalam sub bab yang membahas uji validitas dan uji reliabilitas.

#### 3.6.1 Uji Validitas

Sebagaimana yang dikatakan oleh Siregar (2013) menyampaikan bahwa uji validitas menjadi suatu alat uji dalam penelitian yang berguna untuk menentukan sejauh mana hasil yang telah dilakukan. Maka dari itu, uji validitas dapat mengukur sejauh mana pertanyaan 33 dalam peneliti ini apakah relevan atau tidak. Pada perhitungan uji validitas menggunakan rumus yang telah dipilih yakni dengan rumus *product moment correlation* sebagai berikut (Yusuf, 2014) :

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

Keterangan:

$R_{xy}$  : Koefisien korelasi tes yang disusun dengan kriteria.

X : Skor masing-masing responden variabel X (tes yang disusun).

Y : Skor masing-masing responden variabel Y (tes kriteria).

N : Total responden.

Perhitungan validitas secara dasarnya melihat dari  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Penelitian ini menggunakan nilai  $r_{tabel}$  pada  $n = 40$  dengan taraf signifikansi 0,05 menghasilkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,312. Selanjutnya untuk mengetahui hasil uji data tersebut, dilakukan perbandingan antara nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  dengan tujuan untuk mengetahui

data tersebut sudah valid atau tidak, namun pernyataan tersebut dapat dikategorikan valid ketika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

Peneliti telah menentukan terdapat 40 responden yang akan dilakukan uji validitas dengan 33 pernyataan yang merupakan gabungan dari variabel Terpaan Media Akun Instagram (X) dan variabel Perilaku Imitasi (Y). Pengujian hitungan validitas menggunakan perangkat lunak IBM SPSS *Statistic* 26. Hasil pengujian instrumen dipaparkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas**

| <b>Variabel</b>                  | <b>Item</b> | <b><i>Pearson Correlation</i></b> | <b><math>r_{tabel}</math> (N=40)</b> | <b>Kesimpulan</b> |
|----------------------------------|-------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------|
| Terpaan Media Akun Instagram (X) | X1          | 0,528                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X2          | 0,627                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X3          | 0,758                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X4          | 0,813                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X5          | 0,405                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X6          | 0,703                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X7          | 0,833                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X8          | 0,906                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X9          | 0,898                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X10         | 0,801                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | X11         | 0,619                             | 0,312                                | Valid             |
| Perilaku Imitasi (Y)             | Y12         | 0,709                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | Y13         | 0,660                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | Y14         | 0,704                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | Y15         | 0,757                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | Y16         | 0,856                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | Y17         | 0,649                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | Y18         | 0,750                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | Y19         | 0,740                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | Y20         | 0,822                             | 0,312                                | Valid             |
|                                  | Y21         | 0,874                             | 0,312                                | Valid             |

|     |       |       |       |
|-----|-------|-------|-------|
| Y22 | 0,786 | 0,312 | Valid |
| Y23 | 0,794 | 0,312 | Valid |
| Y24 | 0,873 | 0,312 | Valid |
| Y25 | 0,900 | 0,312 | Valid |
| Y26 | 0,875 | 0,312 | Valid |
| Y27 | 0,635 | 0,312 | Valid |
| Y28 | 0,854 | 0,312 | Valid |
| Y29 | 0,847 | 0,312 | Valid |
| Y30 | 0,872 | 0,312 | Valid |
| Y31 | 0,773 | 0,312 | Valid |
| Y32 | 0,718 | 0,312 | Valid |
| Y33 | 0,616 | 0,312 | Valid |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari 33 pernyataan dengan 40 responden pada variabel Terpaan Media Akun Instagram (X) dan variabel Perilaku Imitasi (Y) menghasilkan uji validitas setiap butir item dalam pernyataan di atas mendapatkan hasil yang valid, dengan begitu dapat dikatakan bahwa 33 pernyataan tersebut bisa menjadi alat ukur penelitian ini.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Tahapan berikutnya yang selanjutnya dilakukan setelah uji validitas adalah uji reliabilitas. Hal ini bertujuan untuk melihat konsistensi pada alat ukur. Sebagaimana dikatakan oleh Yusup (2018) bahwa reliabilitas adalah ukuran yang bertujuan untuk menentukan seberapa konsisten alat ukur dalam memberikan hasil yang dapat diandalkan. Rumus *alfa cronbach* merupakan rumus uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini (Yusup, 2018):

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan:

$r_i$  : Reliabilitas Alfa Cronbach.

$k$  : Jumlah item soal.

$\sum s_i^2$  : Jumlah varians skor tiap item.

$s_t^2$  : Varians total.



Berdasarkan para ahli (Budiastuti dan Bandur, 2018) menentukan nilai koefisien *alfa* sebagai berikut:

- a. 0 = Tidak memiliki reliabilitas
- b.  $> .70$  = Reliabilitas dapat diterima
- c.  $> .80$  = Reliabilitas baik
- d.  $> .90$  = Reliabilitas sangat baik
- e. 1 = Reliabilitas sempurna

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                         | Cronbach Alpha | Kesimpulan  |
|----------------------------------|----------------|-------------|
| Terpaan Media Akun Instagram (X) | 0,927          | Sangat baik |
| Perilaku Imitasi (Y)             | 0,970          | Sangat baik |

Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2024

Sebagaimana hasil uji reliabilitas yang telah ditemukan, mendapatkan hasil nilai realibilitas variabel independen dan dependen yang dapat diterima. Oleh karena itu, dapat penguji simpulkan bahwa hasil tersebut dapat dipercaya sehingga bisa digunakan ke tahap berikutnya yaitu tahap pengumpulan data. Penguji katakan bahwa akan melakukan sebar kuesioner terhadap pengikut akun Instagram @abellyc.

### 3.7 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian menjadi suatu penjelasan peneliti mengenai tahapan yang dilalui ketika penelitian mulai dari awal hingga akhir penelitian, dimana telah menjadi suatu kesimpulan mengenai hasil penelitian yang dijelaskan secara eksplisit. Gay menyampaikan bahwa langkah-lankah dalam melakukan penelitian, dimana langkah-langkah ini telah dipersingkat sebagai berikut (Yusuf, 2014):

1. Peneliti dapat menentukan topik yang akan diangkat dalam penelitian. Topik yang dibahas dapat berupa suatu isu atau masalah yang nantinya akan diuji hingga berbentuk suatu analisis data.

2. Peneliti akan melakukan tahap prosedur data mengenai topik yang telah diambil, dimana pada tahapan ini akan menjelaskan proses peneliti dari awal mencari responden hingga bagaimana kelangsungan data itu diambil.
3. Peneliti melakukan analisis data sesuai data yang telah diambil.
4. Peneliti membuat kesimpulan berdasarkan dari hasil analisis data yang telah dilakukan.

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian, analisis data sangatlah diperlukan karena agar dapat menjelaskan pertanyaan dalam rumusan masalah, namun teknik analisis data yang dipilih untuk digunakan pada penelitian adalah teknik analisis data deksriptif. Analisis Data deskriptif menggambarkan suatu fenomena yang dimana data mengenai fenomena tersebut akan diambil melalui alat ukur nantinya diolah sesuai dengan tujuan. Hasil pengolahan tersebut akan dibentuk secara ringkas dengan pemaparan angka sehingga memudahkan dalam memberikan informasi (Suwandi, 2021).

Mengingat analisis data deskriptif akan menjawab penelitian ini mengenai pengaruh terpaan media akun Instagram *beauty influencer* Abel Cantika terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up*. Tentunya untuk bisa mendapatkan perolehan statistik deskriptif diperlukan tahapan. Azwar (dalam Yusrizal, 2016) telah menentukan tiga tahapan untuk teknik analisis data yaitu tahap awal peneliti dapat menetapkan kriteria kategorisasi, kemudian dapat melakukan perhitungan besaran nilai statistik deskriptif dilanjutkan dengan melakukan deskripsi variabel.

1. Kriteria Kategorisasi

**Tabel 3. 5 Kriteria Kategorisasi**

| Rumus                                       | Kesimpulan          |
|---|---------------------|
| $X > (\mu + 1,0\sigma)$                     | Tinggi              |
| $(\mu - 1,0\sigma) < X < (\mu + 1,0\sigma)$ | Moderat atau Sedang |
| $X < (\mu - 1,0\sigma)$                     | Rendah              |

Sumber: Yusrizal (2016)

Keterangan:

$X$  = Skor Empiris

$\mu$  = Rata-rata teoritis MEAN

$\sigma$  = Simpangan baku teoritis

## 2. Distribusi Frekuensi

Perubahan data variabel ke data ordinal yang telah ditentukan menjadi tiga tingkatan sebagai berikut (Yusrizal, 2016):

- Pada kategori tinggi diberikan nilai frekuensi 3.
- Pada kategori moderat atau sedang diberikan nilai frekuensi 2.
- Pada kategori rendah diberikan nilai frekuensi 1.

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

Pada tahap uji asumsi klasik menjadikan tahap pertama sebelum uji hipotesis dilaksanakan. Hal ini dilakukan karena untuk memastikan data yang telah diolah tidak memuat kesalahan dan telah terverifikasi dengan akurat. Uji asumsi klasik yang akan peneliti jelaskan terdapat uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

#### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menjadi komponen dari teknik analisis pendekatan kuantitatif. Pengujian menjadi termasuk dalam asumsi yang harus dibuktikan. Secara pengertian, uji normalitas adalah menguji ke normalan pada suatu data yang sedang di olah (Supriyadi, 2014).

Uji normalitas menjadi pengujian yang penting dalam suatu penelitian, jika data telah mendekati normal atau terdistribusi normal, maka data tersebut telah mewakili suatu populasi. Metode *Kolmogorov-Smirnov* menjadi metode yang digunakan peneliti untuk mengetahui nilai uji normalitas yang didapatkan. Selanjutnya, setelah mendapatkan nilai, peneliti akan melakukan pengambilan keputusan uji normalitas sebagai berikut (Nuryadi, dkk., 2017):

- Jika nilai sig. atau probalitasnya kurang dari 0,05, maka hasil yang diberikan tidak normal.
- Jika nilai sig. atau probalitasnya lebih dari 0,05, maka hasil yang diberikan normal.

### 3.9.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (Wahjusaputri dan Purwanto, 2022) melakukan uji multikolinearitas membantu peneliti untuk melihat bagaimana hubungan korelasi pada beberapa variabel independen dengan model regresi. Maka dari itu, uji multikolinearitas begitu penting untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi pada variabel. IBM SPSS versi 26 menjadi perangkat lunak yang membantu peneliti dalam menghitung uji multikolinearitas. Tentunya uji multikolinearitas dilihat berdasarkan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria pengambilan pengutusan yaitu nilai  $VIF < 10$  atau nilai  $Tolerance > 0,10$  dinyatakan tidak terdapat multikolinearitas dalam penelitian.

### 3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Berikutnya pengujian terhadap data penelitian ini memakai uji heteroskedastisitas. Hal tersebut bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian. Sebagaimana dikatakan oleh Uyun dan Yoseanto (2022) bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah terdapat perbedaan dalam sebaran variabilitas residual di antara pengamanta dalam model regresi. Jika tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi, itu menunjukkan bahwa model tersebut dapat dianggap baik.

Pada pengujian heteroskedastisitas, peneliti menggunakan metode *rank spearman*, adapun panduan untuk terjadi atau tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu (Puspitaningtyas, 2015):

- Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dinyatakan terdapat heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas.

### 3.10 Uji Hipotesis

Setelah tahap uji asumsi klasik dilakukan, selanjutnya data dilakukan uji hipotesis terhadap data. Tujuan dilakukannya uji hipotesis adalah untuk memvalidasi hipotesis yang sudah diajukan apakah dapat diterima atau tidak. Pada pengujian ini memiliki tahapan-tahapan uji yaitu uji korelasi, uji regresi linier berganda, pengujian secara parsial (Uji-T), pengujian secara simultan (Uji-F) serta uji koefisien determinasi dan uji adjusted  $R^2$  yang dijelaskan dalam sub bab ini.

### 3.10.1 Uji Korelasi

Uji korelasi menjadi ujian tahap pertama dalam prasyarat uji hipotesis. Uji korelasi dilakukan untuk mengidentifikasi apakah adanya hubungan antar variabel dalam penelitian. Pernyataan tersebut didukung oleh Ramadhani dan Bina (2021) yang mengatakan bahwa adanya teknik statistik yakni uji korelasi dilakukan untuk apakah adanya korelasi yang dimiliki dua atau lebih variabel serta untuk mengidentifikasi arah dari korelasi tersebut. Oleh karena itu, alasan peneliti melakukan uji korelasi untuk bisa menentukan ada atau tidaknya korelasi yang dimiliki antara terpaan media akun Instagram (variabel independen) terhadap terhadap perilaku imitasi penggunaan *make up* (variabel dependen).

Pengujian korelasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* untuk melihat tingkatan pada hubungan antar dua variabel penelitian. Sebagaimana yang dikatakan oleh Faisal (2007) korelasi *pearson product moment* digunakan sebagai teknik ukur dalam tingkatan hubungan antar dua variabel, dimana datanya merupakan data skala rasio ataupun interval dengan angka korelasional yang disebut *r*. Peneliti perlu memerhatikan syarat keputusan uji korelasi untuk dapat dikatakan adanya hubungan antar variabel. Menurut Jabnabillah dan Margina (2022) syarat keputusan pengambilan dalam uji korelasi ini adalah jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka tidak terdapat hubungan antar variabel, begitu sebaliknya jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka terdapat hubungan antar variabel. Tentunya, dalam pengolahan ini akan dibantu dengan IBM SPSS versi 26. Salah satu rumus uji korelasi *pearson product moment* sebagai berikut (Yusuf, 2014).

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

Keterangan:

$R_{xy}$  : Koefisien korelasi *pearson product moment*

X : Total skor responden variabel X

Y : Total skor responden variabel Y

N : Total responden.

Selain itu, penguji tidak hanya memerhatikan besar atau kecilnya nilai sig saja melainkan penguji memerhatikan nilai koefisien kemudian dilihat hubungannya dengan kriteria tingkatan korelasi agar mengetahui seberapa tingkatan yang cocok untuk dalam penelitian sebagai tabel berikut ini.

**Tabel 3. 6 Kriteria Tingkatan Korelasi**

| Interval     | Tingkatan Korelasi |
|--------------|--------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah      |
| 0,20 – 0,399 | Rendah             |
| 0,40 – 0,599 | Cukup              |
| 0,60 – 0,799 | Tinggi             |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Tinggi      |

Sumber: Jabnabillah dan Margina (2022)

### 3.10.2 Uji Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan tahap uji korelasi pearson product moment, selanjutnya adalah melakukan pengujian regresi linier. Pada tahap uji ini akan melihat seberapa jauh hubungan kedua variabel peneliti. Sebagaimana yang disampaikan oleh Faisal (2007) bahwa uji regresi linier termasuk suatu proses statistik yang difungsikan untuk memperkirakan atau memprediksi nilai suatu variabel berdasarkan variabel lainnya, ketika kedua variabel tersebut memiliki hubungan linear yang signifikan. Uji regresi linier memiliki beberapa macam tipe, namun tipe uji linear berganda dipilih untuk digunakan pada pengujian data penelitian.

Definisi regresi linier berganda menurut Janie (2012) adalah pengukuran yang digunakan untuk melihat pengaruh dua atau lebih dari variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Pada uji regresi ini akan mengungkap bagaimana pengaruh dalam variabel independen (bebas) yaitu Terpaan Media Akun Instagram terhadap variabel dependen (terikat) yaitu Perilaku Imitasi untung mengetahui sejauhmana hubungan antar dua variabel tersebut. Berikut merupakan rumus yang dapat dilakukan untuk mengetahui hubungan regresi linier berganda yang dikutip dari Janie (2012).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon_i$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen (terikat) menjadi variabel yang akan dicari pengaruhnya

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1$  : Koefisien regresi variabel independen (bebas atau X)

X<sub>1</sub> : Variabel independen (bebas)

Pada rumus di atas menyesuaikan variabel independen dalam penelitian, yang terdapat pada penelitian ini memiliki tiga turunan variabel independen yakni X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub>. Pengujian regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Versi 26 untuk mendapatkan konstanta dan koefisien regresi setiap variabel independen, kemudian hasil yang didapatkan digunakan sebagai penyusunan rumus regresi dan melakukan inpretasi data.

### 3.10.3 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Peneliti juga melakukan tahapan uji F simultan dalam tahapan pengujian hipotesisnya. Peneliti menggunakan uji F simultan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang simultan antara variabel X dengan variabel Y (Sahir, 2021). Secara singkatnya peneliti ingin mengungkap apakah terdapat atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara bersamaan. Pada perhitungan peneliti mengambil nilai taraf uji F simultan dengan persentase 5% atau 0,05 . Tentunya perhitungan uji F simultan menggunakan IBM SPSS versi 26. Adapun rumus yang dapat peneliti lakukan dalam perhitungan uji F simultan berdasarkan rumus dari Sahir (2021) sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

$F_{hitung}$  menjadi koefisien korelasi ganda pada penelitian, kemudian k merupakan total variabel X dan n dari total populasi. Setelah melakukan perhitungan uji F simultan, tidak lupa peneliti harus melakukan keputusan pengambilan uji F simultan untuk dapat dikatakan terdapat atau tidaknya pengaruh signifikan secara bersamaan variabel X terhadap variabel Y. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) bahwa  $H_0$  dapat dikatakan diterima jika  $F_{hitung}$  kurang dari  $F_{tabel}$  atau nilai signifikansi lebih dari 0,05 sebaliknya  $H_0$  dapat dikatakan ditolak jika  $F_{hitung}$  lebih dari  $F_{tabel}$  atau nilai signifikansi kurang dari 0,05.

### 3.10.4 Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

Pada tahapan berikutnya, peneliti juga akan melakukan pengujian secara parsial atau uji T. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) menyatakan uji t biasanya dapat disebut dengan parsial, kegunaan uji t pada penelitian adalah untuk mengukur signifikansi pengaruh parsial pada setiap variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau dengan mudahnya uji ini untuk mengukur signifikansi dari hasil regresi linier berganda. Oleh karena itu, peneliti mudah untuk dapat menentukan seberapa kuat tiap variabel independen (X) berkontribusi terhadap variabel dependen (Y).

Tentunya untuk melakukan uji T parsial dalam penelitian ini perlu bantuan perhitungan dari perangkat lunak atau aplikasi yaitu IBM SPSS Versi 26. Pada pengujian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 untuk dapat ada atau tidaknya pengaruh secara parsial dalam penelitian. Oleh karenanya, terdapat rumus yang dapat digunakan agar memperoleh jawaban dari hasil uji T parsial mengenai variabel bebas dan variabel terikat yang diteliti. Sebagaimana rumus ini ditemukan Sugiyono (2018) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Nilai t menjadi nilai yang akan dicari dan merupakan uji pengaruh parsial. Selanjutnya r merupakan koefisien korelas dan n adalah jumlah populasi. Setelah melakukan perhitungan peneliti melakukan penentuan uji T parsial untuk mengetahui dapat diterima atau tidak diterima pada variabel X dan variabel Y dengan berdasar pada kriteria keputusan yang telah ditentukan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan nilai signifikansi 0,05 disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y secara parsial, namun sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dengan nilai signifikansi 0,05 dapat diketahui bahwa variabel X tidak memiliki pengaruh atau kontribusi secara parsial terhadap variabel Y pada penelitian.

### 3.10.5 Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R<sup>2</sup>

Tahapan terakhir pada rangkaian uji hipotesis adalah uji koefisien determinasi. Uji ini digunakan pada penelitian agar bisa mengukur seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) dan ketentuan



nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1 (Rahmat, Sa'adah dan Aprillia, 2020). Oleh karenanya, dilakukannya uji koefisien determinasi dapat sangat berguna untuk mengungkap seberapa besar kadar pengaruh pada variabel penelitian.

Penelitian ini memiliki tiga variabel independen yang diteliti yaitu variabel X1, X2, dan X3, maka dari itu banyak penelitian yang menyarankan untuk menggunakan *Adjusted R<sup>2</sup>*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Prasmono dan Ahdika (2023) bahwa *Adjusted R<sup>2</sup>* digunakan saat variabel independen (X) lebih dari satu, dengan perhitungan  $R^2 \times 100\%$ . Peneliti melakukan pengolahan uji ini dibantu dengan perangkat lunak IBM SPSS Versi 26.

Setelah mendapatkan hasil perhitungan yang telah ditentukan, maka peneliti akan menetapkan keputusan dalam uji koefisien determinasi  $R^2$  dan *Adjusted R* yaitu jika nilai hasil  $R^2$  semakin mendekati nilai 0, maka dinyatakan variabel X tidak memiliki persentase yang mampu mempengaruhi terhadap variabel Y, begitu pun sebaliknya, jika nilai hasil  $R^2$  semakin mendekati nilai 1, maka dinyatakan variabel X memiliki persentase yang mampu mempengaruhi terhadap hasil variabel Y.