

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Menurut Creswell (2014) paradigma merupakan orientasi filosofis umum tentang dunia dan sifat penelitian yang dibawa peneliti ke sebuah studi. Paradigma muncul berdasarkan orientasi disiplin, kecenderungan pembimbing, dan pengalaman penelitian terdahulu. Jenis keyakinan yang dipegang oleh periset individu berdasarkan faktor-faktor ini akan sering mengarah pada metode pendekatan kualitatif, kuantitatif, atau campuran dalam penelitian mereka. Paradigma adalah cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai, dan melakukan sesuatu secara khusus dan visi yang jelas. Menurut Creswell (2014) terdapat empat paradigma penelitian, pertama paradigma positivisme yaitu pandangan yang mengukur sebab dan akibat dan biasanya menguji teori. Kedua, konstruktivisme yaitu pandangan untuk memahami dan melakukan analisis makna pada suatu penelitian. Lalu paradigma advokasi yaitu pandangan yang bersifat politis. Dan paradigma pragmatisme yaitu pandangan yang sifatnya tindakan dan pluralistik.

Menurut Creswell (2014) paradigma positivisme memiliki kelebihan pada metode yang bisa mengidentifikasi faktor-faktor penyebab sebuah masalah, hal ini menjadi hal penting untuk menghasilkan penelitian yang sifatnya luas dan berlaku untuk masyarakat luas. Paradigma positivisme memberikan arahan kepada peneliti untuk memilih metode penelitian kuantitatif.

Paradigma merupakan sudut pandang atau sifat dari sebuah penelitian. Paradigma positivisme adalah paradigma yang mengukur sebab akibat antar variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma positivisme. Karena, peneliti ingin melihat hubungan antara konten video *review skincare* di era *digital* ini terhadap minat beli pada remaja saat menonton video tersebut. Peneliti juga ingin melihat sebab dan akibat efek dari konten video terhadap minat beli pada remaja.

### 3.2 Metode Penelitian

Menurut Creswell (2014) metode kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori dengan cara menghubungkan variabel yang satu dengan yang lainnya. Sifat-sifat dasar metode kuantitatif adalah pre-determined atau sudah ditentukan sebelumnya, lalu pertanyaan dasar pada instrumen penelitian, interpretasi statistik, data performa, data observasi, dan data sensus. Melalui metode kuantitatif, pengukuran akan jauh lebih umum dengan cakupan yang luas. Metode kuantitatif telah diuraikan ke dalam hubungan yang lebih kompleks antar variabel yang terdapat pada teknik pemodelan persamaan struktural, pemodelan hirarki linear, dan regresi logistik. Saat ini, strategi kuantitatif telah melibatkan eksperimen kompleks dengan banyak variabel dan perawatan. Metode ini juga menyertakan model persamaan struktural yang rumit yang menggabungkan jalur kausal dan identifikasi kekuatan kolektif beberapa variabel. Creswell (2014) memfokuskan pendekatan kuantitatif pada dua strategi, yaitu survey dan eksperimen.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan strategi survey. Menurut Neuman, (2014, h. 316) survey adalah strategi penelitian yang mengukur banyak variabel, menguji banyak hipotesis, dan membuat kesimpulan dari respon sampel yang diberikan pertanyaan yang sama. Survey sering disebut sebagai penelitian korelasional karena survey mengukur kekuatan dan arah dari hubungan antar variabel yang diukur. Survey adalah metode yang berkembang dalam paradigma positivime. Survey menghasilkan data yang objektif dan berupa angka. Survey bertanya kepada banyak sampel mengenai beliefs, opinions, characteristics behavior, expectations, self-classification, dan knowledge.

Menurut Neuman (2014, h. 320) terdapat enam langkah dalam melakukan survey, yaitu:

1. Mengembangkan hipotesis, menentukan tipe survey (survey secara langsung atau bermedia), dan membuat kuesioner.
2. Merencanakan pencatatan data dan menguji instrumen survey (kuesioner).
3. Menentukan populasi, menentukan sampling frame, menentukan sampel size, dan memilih sampel.

4. Menemukan sampel, menjalankan proses pengisian kuesioner, dan mencatat data.
5. Menginput data dan menganalisis data secara statistik.
6. Menulis laporan penelitian berisi metode dan hasil, serta mempublikasikannya untuk dievaluasi.

Jenis survey yang dilakukan adalah jenis *cross sectional* yaitu pengambilan data dalam satu periode waktu. Jenis ini memiliki kelebihan dalam mengambil data secara umum dan juga jenis ini memiliki keuntungan dalam mengambil data dengan waktu yang lebih cepat (Creswell, 2014). Strategi pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah membuat kuesioner dalam bentuk kuesioner yang disusun oleh peneliti. Instrumen yang dirancang khusus ini memiliki dasar teori yang sangat terkait dengan variabel-variabel penelitian yaitu konten video dan minat beli remaja di Tangerang Selatan.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sejumlah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya sudah diduga. Populasi biasanya berbentuk kelompok dan media massa (Creswell, 2014). Dalam penelitian ini, karakteristik responden yang dipilih adalah remaja laki-laki dan perempuan tepatnya usia 15 hingga 24 tahun yang merupakan *followers* dari akun TikTok Abel Soebono.

Penarikan sampel diambil dari populasi yang dipilih. Sesuai dengan karakteristik responden yaitu remaja laki-laki dan perempuan yang merupakan *followers* dari akun TikTok Abel Soebono. Dalam melakukan penarikan sampel dapat menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*, yaitu tidak semua orang dapat menjadi sampel dalam penelitian (tidak secara acak). Karena penelitian ini sudah memiliki kriteria atau ciri tertentu atau dapat disebut juga dengan teknik *purposive sampling* (Anshori & Iswati, 2017, p. 78). Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, peneliti menggunakan metode dalam menentukan responden dimana sudah memiliki beberapa kriteria berdasarkan konsep yang digunakan pada penelitian ini (Hutagalung, 2020, p. 70). Peneliti sudah menetapkan beberapa kriteria yang menjadi sampel pada penelitian ini, yaitu:

1. *Followers* akun tiktok Abel Soebono

2. Menonton video *review skincare masker luxcrime charcoal mint mud mask* pada akun TikTok Abel Soebono
3. Remaja berusia 15-24 tahun

Berdasarkan pemaparan dari data diatas, maka pengambilan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin sering dipergunakan pada penelitian yang menggunakan metode kuantitatif (Siregar, 2013, p. 34). Berikut adalah rumus Slovin:

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

Keterangan:

n: Sampel N: Populasi

d: Margin error (5%)

Dalam hal ini, jumlah populasi remaja usia 15 hingga 24 tahun yang merupakan *followers* dari akun TikTok Abel Soebono berjumlah 512.000 orang. Maka apabila dimasukkan ke dalam rumus dengan margin error 5%:

$$n = \frac{512.000}{512.000(0,05)^2 + 1}$$

n = 399,687744 dibulatkan menjadi **400 responden**.

Jadi, jumlah sampel yang akan mengisi kuesioner dalam penelitian ini adalah 399,687744 yang dibulatkan menjadi 400 responden.

Menurut peneliti, metode kuantitatif adalah metode yang menguji teori dengan menghubungkan antar variabel penelitian. Dalam pendekatan ini, terdapat strategi survey dan eksperimen. Strategi survey adalah strategi untuk mengukur kekuatan dan arah dari hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, strategi yang relevan adalah survey.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Creswell (2014) kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang akan diberikan kepada responden untuk menelaah variabel-variabel dalam penelitian. Tujuan penyebaran kuesioner adalah sebagai alat untuk mengeneralisasi populasi yang berupa sampel, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan. Kuesioner merupakan prosedur yang dipilih karena memiliki keunggulan yaitu peneliti bisa menjelaskan karakteristik populasi dengan sampel yang ukurannya lebih kecil. Metode penyebaran kuesioner dapat dilakukan

dengan dua cara. Pertama, penyebaran kuesioner *online* yaitu penyebaran kuesioner ke forum virtual yang sesuai dengan karakteristik responden. Kedua, penyebaran kuesioner langsung yaitu penyebaran kuesioner yang dicetak dan membagikannya secara langsung kepada responden.

Menurut peneliti, kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang akan diberikan kepada responden. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penyebaran kuesioner secara langsung. Peneliti akan menyebarkan kuesioner ke remaja yang merupakan *followers* dari akun TikTok Abel Soebono.

### 3.5 Metode Pengujian Data

#### A. *Pilot Testing*

Dalam melakukan analisis data secara tepat dan akurat, peneliti harus menguji terlebih dahulu pernyataan-pernyataan yang akan disebarkan kepada responden. Sebelum menyebarkan kuesioner ke responden, peneliti harus menguji keakuratan dari setiap pernyataan-pernyataan. Tes atau pengujian ini sangat penting yang dinamakan validitas konten dari sebuah pernyataan untuk memperbaiki pernyataan-pernyataan, format, atau skala-skala yang mungkin tidak sesuai dengan apa yang akan diterapkan (Creswell, 2014). Jumlah responden yang akan menguji pernyataan-pernyataan kuesioner adalah 30 orang. Tujuan utama dalam membuat pilot testing ini adalah untuk menguji validitas dan reliabilitas yang dimiliki instrument tersebut.

#### 1. Uji Validitas

Menurut Creswell (2014), validitas terbagi menjadi tiga bentuk, pertama adalah validitas konten artinya item-item pernyataan yang dianalisis sudah sesuai dengan konten yang terdapat dalam item tersebut: Kedua adalah *predictive validity*, dimana skor yang diperoleh sudah memprediksi kriteria-kriteria yang diukur, sehingga hasilnya berkorelasi dengan hasil yang lain. Ketiga adalah *construct validity*, dimana item pernyataan yang dianalisis sudah sesuai dengan konstruksi dan konsep hipotesis. Validitas menunjukkan apakah pernyataan-pernyataan tersebut dapat mengukur apa yang akan diukur. Peneliti akan menggunakan SPSS sebagai alat untuk menghitung. Berikut ini adalah rumus *construct validity*:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi  
 $\sum X$  : jumlah skor item  
 $\sum Y$  : jumlah skor total item  
n : jumlah responden

Gambar 1.1 Rumus Validitas untuk menguji item pernyataan.

Sumber: Siregar (2013)

Jika r hitung > r tabel maka item pertanyaan valid

Jika r hitung < r tabel maka pertanyaan tidak valid.

Dalam hal ini, peneliti menyebarkan kuesioner ke 30 orang sesuai dengan karakteristik penelitian. Nilai r hitung sesuai dengan jumlah 30 responden adalah 0,361. Berikut ini hasil penyebaran kuesioner dalam pengujian validitas yang sudah dihitung menggunakan program SPSS:

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

No.	Item Pertanyaan	r Tabel	R Hitung	Status
1	Item 1	0,361	0,761	Valid
2	Item 2	0,361	0,725	Valid
3	Item 3	0,361	0,765	Valid
4	Item 4	0,361	0,713	Valid
5	Item 5	0,361	0,580	Valid
6	Item 6	0,361	0,578	Valid
7	Item 7	0,361	0,665	Valid
8	Item 8	0,361	0,765	Valid
9	Item 9	0,361	0,713	Valid
10	Item 10	0,361	0,740	Valid
11	Item 11	0,361	0,803	Valid
12	Item 12	0,361	0,720	Valid
13	Item 13	0,361	0,698	Valid
14	Item 14	0,361	0,782	Valid
15	Item 15	0,361	0,840	Valid
16	Item 16	0,361	0,446	Valid
17	Item 17	0,361	0,648	Valid
18	Item 18	0,361	0,555	Valid
19	Item 19	0,361	0,786	Valid
20	Item 20	0,361	0,704	Valid
21	Item 21	0,361	0,823	Valid
22	Item 22	0,361	0,835	Valid
23	Item 23	0,361	0,722	Valid
24	Item 24	0,361	0,823	Valid

Sumber:	25	Item 25	0,361	0,748	Valid
SPSS 25	26	Item 26	0,361	0,727	Valid

Hasil Output

Hasilnya menyatakan semua item pernyataan valid. Dari 26 item pernyataan yang sudah disebar, dinyatakan valid. Maka, pernyataan yang sudah diuji dan bisa disebar berjumlah 26 item pernyataan. Setelah disusun kembali, kuesioner yang sudah diuji validitasnya akan diuji reliabilitasnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Creswell (2014) reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan pada penelitian memiliki konsistensi dan kehandalan dalam mengukur. Tinggi rendahnya reliabilitas ditentukan oleh angka yang disebut koefisien reliabilitas yaitu dari angka 0 sampai 1,00. Semakin mendekati angka satu maka semakin reliabel. Dalam hal ini, peneliti menghitung menggunakan program SPSS. Berikut adalah rumus Cronbach Alpha:

$$r_{11} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen.

$n$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal.

$\sum \sigma_i^2$  = jumlah varians butir.

$\sigma^2$  = varians total<sup>19</sup>

Gambar 1.2 Rumus Cronbach Alpha untuk menguji reliabilitas  
Sumber: Siregar (2013)

Hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

Tabel 1.3 Hasil Uji Reliabilitas Rumus Cronbach Alpha Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
,863	9

Tabel 1.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Case Processing Summary			
Cases		N	%
	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

Tabel 1.5 Hasil Uji Reliabilitas Rumus Cronbach Alpha Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,956	17

Angka yang dihasilkan dari uji validitas ini adalah untuk Variabel X 0,863, dan untuk Variabel Y 0,956. Kedua variabel menunjukkan angka yang tergolong kuat.

## B. Hipotesis Penelitian

Menurut Siregar (2013), terkait hipotesis, ada beberapa jenis hipotesis yang sesuai dengan penelitian kuantitatif. Karena penelitian ini ingin membuktikan korelasi antar variabel, maka hipotesis penelitian disebut juga dengan hipotesis asosiatif. Hipotesis asosiatif adalah hipotesis yang dirumuskan untuk memberikan jawaban pada permasalahan yang bersifat hubungan atau pengaruh. Ada tiga jenis hipotesis asosiatif yaitu hubungan simetris, hubungan sebab akibat, dan hubungan interaktif. Peneliti menentukan hipotesis penelitian yaitu hipotesis sebab akibat sebagai berikut :

H<sub>0</sub> : Konten video *review skincare* tidak mempengaruhi minat pembelian *skincare* pada remaja.

H<sub>1</sub> : Konten video *review skincare* mempengaruhi minat pembelian *skincare* pada remaja.

## 3.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat adakah pengaruh antara konten video *review skincare* dengan minat beli. Menurut Creswell (2014) menghubungkan ada atau tidak



adanya efek diantara kedua variabel memiliki beberapa uji tes. Menguji statistik tergantung dengan jenis data yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah nominal dan interval.

### 1. Nominal

Menurut Siregar (2013) skala nominal adalah suatu skala yang diberikan pada suatu objek atau kategori yang tidak hanya sekedar label atau kode saja. Skala ini mengelompokkan objek tertentu.

### 2. Interval

Menurut Siregar (2013) skala interval adalah suatu skala dimana objek atau kategori dapat diurutkan berdasarkan suatu atribut tertentu. Besarnya interval dapat ditambah atau dikurangi. Dalam hal ini skala interval menggunakan skala *likert*. Peneliti menggunakan skala *likert* sebagai skor yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1.6 Skala Likert

No.	Kategori	Bobot Positif	Bobot Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	4	1
2.	Setuju (S)	3	2
3.	Tidak Setuju (TS)	2	3
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Sumber: Siregar (2013)

Hasil analisis akan ditunjukkan dalam tabel atau gambar yang selanjutnya akan diinterpretasikan. Setelah melakukan analisis data, peneliti akan menginterpretasikan data yang diperoleh sehingga menghasilkan kesimpulan dari rumusan masalah dan hipotesis yang disusun. Sesuai dengan jenis data yang digunakan, analisis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah analisis korelasional.

Analisis korelasi adalah suatu bentuk analisis data yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan di antara variabel independen dan dependen. Penelitian ini ingin melihat hubungan konten video terhadap minat beli. Sehingga, hubungan korelasi yang sesuai dengan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan antara dua variabel yang bersifat mempengaruhi antara variabel independen dengan variabel dependen (Siregar, 2013).

## A. Analisis Deskriptif

Menurut Siregar (2013) analisis deskriptif merupakan analisis yang menguraikan data nominal penelitian, yang ditunjukkan adalah rata-rata, deviasi standar, dan skor-skor dari dua variabel. Langkah yang akan dilakukan peneliti pada tahap analisis adalah peneliti akan menjabarkan hasil data-data nominal dalam bentuk rata-rata dan persentase.

## B. Analisis Korelasional

Menurut Siregar (2013) analisis korelasi adalah analisis data dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan di antara dua variabel atau lebih. Dalam menganalisis hubungan itu ada beberapa jenis hubungan. Penelitian ini ingin mengkaji hubungan konten video terhadap minat beli. Sehingga, hubungan korelasional yang sesuai dengan variabel penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan dua variabel yang bersifat memengaruhi antara variabel independen dan variabel dependen.

### 1. Rumus Korelasi *Pearson Product Moment*

Menurut Siregar (2013) korelasi *pearson product moment* adalah mencari arah kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dengan data bentuk interval. Rumusan untuk menghitung korelasi antara dua variabel tersebut adalah :

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

Gambar 1.3 Rumus Korelasi *Pearson Product Moment*  
Sumber: Siregar (2013)

r: *Pearson Correlation Coefficient*

N: Jumlah Sampel

Peneliti akan menghitung dengan alpha : 0,05 dan hasilnya nanti akan terlihat apakah ada hubungan yang kuat antara Variabel X dan Variabel Y. Peneliti akan menggunakan program SPSS untuk melihat angka korelasi antara variabel X dan variabel Y.

### 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X terhadap Y. Rumus yang digunakan adalah :

KD :  $(r).(r) \times 100\%$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

R : Korelasi

### 3. Koefisien Korelasi

Menurut Siregar (2013) koefisien korelasi adalah bilangan yang menunjukkan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan juga menentukan arah variabel. Nilai korelasi ( $r$ ) =  $(-1 < 0 < 1)$  untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1.

Tabel 1.7 *Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan*

No	Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,00-0,199	Sangat Lemah
2	0,20-0,399	Lemah
3	0,40-0,599	Cukup
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-0,100	Sangat Kuat

Sumber: Siregar (2013)

### 4. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linier merupakan salah satu analisis korelasional untuk melihat seberapa pengaruh dari variabel independen ke variabel dependen. Menurut Coolican (2013), uji regresi linier merupakan bentuk dari uji korelasi untuk melihat seberapa besar nilai antara hubungan variabel independen dan variabel dependen bahkan untuk menghitung kekuatan hubungan antar variabel. Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel independen ke variabel dependen :

$$Y = a + b.X$$

Keterangan

Y : Variabel Dependen

X : Variabel Independen

a dan b : Konstanta

### 3.7 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya mengukur minat beli, tidak pada aspek lain. Hanya melihat hubungan antara konten video dengan minat beli, tidak menggunakan analisis teks. Hanya menggunakan dimensi tertentu yaitu dari konsep konten video dimensinya pesan visual, pesan verbal, musik. Sedangkan dari konsep minat beli dimensinya persepsi, kognitif, afektif, *believe*, asosiasi, *act*.