

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian memiliki tujuan untuk dapat memberikan upaya menemukan adanya fakta sebagai bukti dari adanya penelitian. Pada penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menerapkan metode penelitian yang akan menjelaskan pada sesuatu yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Pada penelitian ini, peneliti akan lebih mementingkan pengolahan data untuk menjadi hasil yang dijadikan representasi dari seluruh populasi yang menjadi sampel (Nurhaliza, 2020).

Paradigma adalah suatu sudut pandang yang dapat dilihat dari gambaran masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yang akan mempengaruhi masyarakat tersebut terhadap sudut pandangnya mengenai realitas yang ada di dekatnya. Paradigma penelitian juga merupakan penggambaran yang memiliki penjelasan untuk dapat menyelesaikan suatu masalah, juga memahami seperti apa kriteria dalam uji coba sebagai landasan teori dalam penyelesaian masalah yang ada di dalam penelitian (Ridha, 2017).

Menurut Wimmer dan Dominick, paradigma adalah gabungan teori, tahapan maupun asumsi untuk para peneliti mempunyai penelitian untuk melihat fenomena yang ada di dunia. Paradigma di dalamnya merupakan gabungan dari teori – teori pada penelitian. Menurut Bogdan dan Biklen, paradigma adalah kumpulan dari anggapan mengenai inti permasalahan, kemudian tujuan yang dicapai dan dasar – dasar bahan yang ingin dikaji. Dengan paradigma peneliti mampu memperhatikan dan memahami realitas dalam penelitian (Wrench, 2012).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma positivisme. Paradigma positivisme berawal dari pemikiran Auguste Comte kemudian dikembangkan oleh John Stuart Mill. Paradigma positivisme merupakan ilmu-ilmu sosial dengan arti lain ilmu alam yang bisa diukur dengan objektif menggunakan metode yang sama. Penelitian ini menggunakan pengukuran data secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara riset. Riset yang

dilakukan harus objektif, mengukur dengan tepat, dan melakukan pengujian teori atau bisa disebut dengan hipotesis dengan mengolah data kuantitatif. Pada penelitian ini asumsi yang berada di awal merupakan adanya hubungan sebab di dalam sebuah fenomena sosial. Paradigma Positivisme dikatakan fakta atau hukum jika segala pengetahuan dari berbagai hipotesis sudah diverifikasi. Adapun kata kunci dalam paradigma positivisme yaitu masih dalam jangkauan dan dapat dibuktikan secara nyata oleh alat indrawi (dilihat, diraba, didengar dan dapat dirasakan) (Wrench, 2012).

Pada penelitian ini menggunakan paradigma penelitian positivisme karena peneliti melihat fenomena komunikasi terkait kuatnya hubungan antara penggunaan *hashtag* pada media sosial memiliki pengaruh terhadap minat beli produk. Pada variabel yang ada dalam penelitian ini merupakan penelitian yang menggambarkan sebab dan akibat. Ketika pada penelitian menggunakan hipotesis, maka penerapan pada penelitian menggunakan paradigma penelitian positivisme. Pada penelitian ini peneliti ingin melihat adanya hubungan antara variabel x dan variabel y dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang dihasilkan akan diolah untuk menjadi data yang relevan untuk penelitian ini.

### **3.2 Metode Penelitian**

Survei adalah penelitian dengan cara yang komprehensif. Survei adalah salah satu metode pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang relevan kepada responden (masyarakat target penelitian). Survei biasa dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner atau pun wawancara. Tujuan dari survei adalah mengetahui siapa mereka (responden), apa yang mereka pikirkan, apa yang mereka rasakan, apa respon mereka atau kecenderungan dan tindakan mereka. Survei dapat dilakukan dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif. Dalam penelitian kualitatif survei dapat dilakukan dengan cara wawancara mendalam terhadap responden dengan pertanyaan terbuka. Sedangkan dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif survei cenderung menggunakan pertanyaan tertutup (Ranah Research, 2020).

Survei adalah metode yang ada dalam penelitian yang diambil dari responden dengan cara menyebarluaskan kuesioner untuk dijadikan sebagai alat

dalam pengumpulan data. Survei adalah metode yang memilih diantara hubungan – hubungan antara variabel dengan variabel lainnya untuk membuat kesetaraan untuk suatu populasi. Survei dapat menggeneralisasi karena adanya tahapan – tahapan dalam melakukan metode pengumpulan data yang sesuai dengan standar yang diberlakukan. Responden yang dipilih sesuai dengan kriteria yang ada dalam survei. Responden yang terpilih untuk menjadi *sample* akan diberikan pertanyaan terkait pertanyaan – pertanyaan dalam survei. Ketika pertanyaan – pertanyaan dalam survei sudah diajukan dan sudah dijawab oleh responden maka, dapat diklasifikasikan dengan sistematis, dengan itu muncul hasil untuk dijadikan perbandingan – perbandingan kuantitatif (Ranah Research, 2020).

Dalam penelitian ini menggunakan metode survei dengan instrumen yang digunakan yaitu angket (kuesioner). Beberapa indikator dari variabel - variabel tersebut dijelaskan dan diberikan oleh peneliti dalam bentuk sejumlah pertanyaan dengan tujuan memperoleh data primer. Pertanyaan yang dibuat dan disusun juga relevan dengan responden yang merupakan target penelitian. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis dengan melakukan uji statistik yang sesuai untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini menggunakan metode survei untuk mengetahui kriteria responden yang ada dalam penelitian ini untuk memenuhi data yang diinginkan.

Kuesioner merupakan alat untuk mengumpulkan data untuk menemukan jawaban atau respon dari responden. Kuesioner dapat disebarluaskan untuk responden bisa melalui beberapa cara yaitu bisa berhadapan langsung dengan peneliti, dengan mengirimkan melalui surat elektronik ke responden, dan bisa melalui surat fisik yang dikirim melalui pos. Kuesioner bisa disebarluaskan dengan cepat dan mudah dengan menggunakan surat elektronik selain cepat biaya yang dikeluarkan sangat minimum. Tetapi untuk mendapatkan opini dari responden tidak terpaku hanya kepada surat elektronik ataupun surat fisik yang dikirim melalui pos. Setiap responden yang ingin mengisi kuesioner mempunyai motivasi untuk mengisinya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *google form online*. Diharapkan tingkat respon yang didapat harus semaksimal mungkin, dengan arti semua kuesioner yang disebar

akan kembali lagi dengan peneliti dengan jawaban yang diharapkan untuk diteliti lebih lanjut (Kurniawan, 2021).

### 3.3 Unit Analisis / Responden Penelitian

Pelaksanaan pada penelitian membutuhkan adanya target yang biasanya sangat besar jumlahnya. Dengan ini akan muncul adanya keterbatasan waktu dalam melakukan pencarian sampai ke pengolahan data. Maka peneliti harus bisa melakukan pengelompokan unit analisis yang akan menjadi responden sesuai dengan kriteria penelitian. Dikatakan bahwa pemilihan responden yang akan dipilih harus representatif yaitu dapat mewakili dari banyaknya populasi yang ada (Mundir, 2013).

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok yang memiliki ukuran yang tidak terhingga (*infinity*), yang memiliki karakteristik dapat dipilih sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan sebagai responden untuk penelitian ini adalah remaja yang pernah mengetahui *hashtag* #BelanjaLokal baik melakukan pencarian terkait *skincare* produk lokal dengan menggunakan *hashtag* #BelanjaLokal, atau pernah menyukai konten yang menggunakan #BelanjaLokal pada aplikasi Tiktok. Responden juga sebagai pengikut akun Tiktok @sabrinaalyaw menggunakan #BelanjaLokal pada postingan konten dalam mereview atau merekomendasikan *skincare* lokal untuk remaja. Penetapan populasi pada penelitian ini dipilih melalui komunitas yang diikuti oleh para remaja. Komunitas yang dijadikan sebagai populasi adalah komunitas yang fokus membahas *skincare*. Dengan ini peneliti memilih *Skincare Enthusiast* sebagai populasi. Keanggotaan dari komunitas *Skincare Enthusiast* saat ini berjumlah 4.977 orang.

Dalam melakukan penjumlahan sampel yang akan dijadikan sebagai responden penelitian menggunakan prosedur rumus Slovin menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n : N / 1 + N^2e$$

Keterangan :

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

e : Margin Error Menggunakan 0,05 (5%)

Menentukan jumlah sampel yang akan dipilih pada penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05 atau 5%. Penerapan *margin of error* ini membuktikan bahwa penelitian tidak ada yang sempurna mendapatkan hasil 100%, dengan ini peneliti menggunakan tingkat kesalahan yaitu 5%, semakin besarnya tingkat kesalahan maka semakin sedikit ukuran sampel yang digunakan pada penelitian. Pada penelitian ini dilihat dari jumlah anggota komunitas *Skincare Enthusiast* dengan jumlah 4.977 dengan penghitungan melalui Rumus Slovin sebagai berikut :

$$n : 4.977 / 1 + 4.977 (0,05) = 4.977 / 4.978 = 50$$

**n : 370,24363 dibulatkan menjadi 400.**

Sesuai dengan penghitungan di atas menggunakan rumus Slovin, maka penelitian ini memiliki jumlah sampel yang dibulatkan menjadi 400 responden.

### 3.3.2 Sample

Teknik sampling merupakan salah satu cara untuk dapat menentukan sampel penelitian dengan jumlah yang sudah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan sebagai responden penelitian. Pada penelitian terdapat sampel yang dapat digunakan teknik *non random sampling* merupakan teknik yang pengambilan sampel yang memiliki kriteria tersendiri sehingga anggota memiliki peluang yang sama untuk hasilnya dapat digeneralisasi (Syahrudin & Salim, 2012).

*Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih secara tidak acak. Teknik ini tidak memberikan peluang dan kesempatan yang sama untuk setiap populasi untuk menjadi sampel. Pada saat sampel penelitian tidak mempersoalkan pada aspek generalisasi hasil penelitian, maka menggunakan teknik *non-probability sampling* (Suryadi, Darmawan, & Mulyadi, 2019). Pada penelitian ini, teknik yang digunakan yaitu menggunakan *non-probability sampling*.

Pada penelitian ini, kriteria responden yang diambil untuk dapat dijadikan sampel penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Remaja dengan rentang Usia 17-19 Tahun
2. Pengguna aktif TikTok
3. Mengetahui #BelanjaLokal pada akun TikTok @Sabrinaalyaw
4. Mengikuti akun TikTok @Sabrinaalyaw
5. Anggota aktif komunitas *open chat* Line, Skincare Enthusiast

Peneliti mengambil penduduk usia remaja akhir yang masuk ke dalam komunitas *Skincare Enthusiast* dengan rentan usia 17 - 19 tahun untuk dapat dijadikan sampel pada penelitian ini, karena minimal usia untuk dapat melakukan pembuatan pada akun TikTok adalah 17 tahun. Didukung dengan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), usia 15 – 19 tahun merupakan peringkat pertama pengguna internet di tahun 2018 berdasarkan usia.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Terdapat beberapa cara dalam mengumpulkan data yang akan diolah. Kualitas data dari hasil penelitian dapat dipengaruhi oleh dua hal utama yaitu kualitas pengumpulan data dan kualitas instrumen penelitian. Kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas. Sedangkan kualitas pengumpulan data berkaitan dengan seberapa tepat cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data memiliki beberapa bentuk yaitu dengan melakukan wawancara, kuesioner, observasi, dan gabungan dari bentuk-bentuk tersebut (Syah, 2019).

Pada penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk mendukung penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data :

#### **3.4.1 Kuesioner (*questionnaire*)**

Peneliti juga mengumpulkan data yang menunjang penelitian dengan cara membuat beberapa pertanyaan yang relevan dengan penelitian ini. Pertanyaan tersebut peneliti kumpulkan dalam bentuk kuesioner dan dibagikan kepada orang – orang yang menjadi kriteria target responden, yang merupakan orang berusia

17-19 tahun, masuk ke dalam komunitas Skincare Enthusiast, serta menjadi pengikut akun TikTok @sabrinalayaw, yang membuat konten menggunakan #Belanjalokal pada postingannya. Kuesioner ini menggunakan skala Likert. Dalam kuesioner ini, peneliti juga membubuhkan kata pengantar berisi perkenalan nama penulis dari penelitian ini serta tema penelitian dalam bentuk narasi.

### 3.4.2 Studi Pustaka (Library Search)

Peneliti mencari referensi dari beberapa buku yang ditulis oleh para ahli yang di dapat di perpustakaan. Selain mencari referensi dari buku, peneliti juga mencari referensi dari skripsi yang ditulis oleh alumni dan senior di kampus. Peneliti juga mencari referensi dari berbagai jurnal *online* yang sumbernya dapat dipercaya sebagai bahan referensi. Referensi yang dicari untuk studi pustaka yang tersedia dan peneliti ambil dari sumber yang dapat dipercaya kredibilitasnya.

## 3.5 Metode Pengujian Data

### 3.5.1 Operasionalisasi Konsep

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep

| Variabel   | Dimensi          | Indikator   |
|--|------------------|---|
| Hashtag<br>Engagement<br>(X)<br>Stathopulu et.al<br>(2017) | <i>Cognitive</i> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya mengetahui informasi produk lokal melalui #Belanjalokal pada akun TikTok @Sabrinaalyaw</li> <li>- Saya memiliki keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang <i>skincare</i> lokal melalui <i>hashtag</i> #Belanjalokal pada akun TikTok @Sabrinaalyaw</li> <li>- Saya mendapatkan pengetahuan mengenai produk Skincare lokal ketika di <i>review</i> oleh akun @Sabrinaalyaw</li> </ul> |

---

- Saya akan memilih akun @sabrinalayaw menjadi sumber informasi mengenai *skincare* produk lokal untuk remaja

*Emotional*

- Saya menyukai konten *review* produk *skincare* remaja pada akun @sabrinaalyaw

- Saya menyukai *skincare* remaja ketika melihat konten *review* produk pada akun tiktok @Sabrinaalyaw

- Saya menggunakan *hashtag* #Belanjalokal untuk mendapatkan informasi mengenai *skincare* produk lokal remaja

- Saya merasa puas ketika mendapatkan informasi mengenai *skincare* remaja dengan *hashtag* #Belanjalokal pada akun TikTok @Sabrinaalyaw

*Behavioral*

- Saya lebih memilih akun Tiktok @sabrinaalyaw dalam memberikan informasi mengenai *review* produk *skincare* lokal remaja

- Saya menggunakan *hashtag* #BelanjaLokal dalam pencarian rekomendasi TikTok sebagai referensi produk *skincare* lokal

- #BelanjaLokal menjadi *hashtag* yang sering saya gunakan sebagai referensi pencarian *review skincare* lokal

- Pada akun TikTok @sabrinaalyaw saya mendapatkan banyak sekali referensi produk *skincare* lokal

|  |                                    |   |
|--|------------------------------------|---|
|  |                                    | <p>remaja</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Saya mengetahui <i>hashtag</i> #Belanjalokal melalui akun TikTok @Sabrinaalyaw</li> <li>- Saya melihat <i>hashtag</i> #Belanjalokal pada akun @Sabrinaalyaw</li> <li>- Saya tertarik untuk menggunakan <i>skincare</i> remaja ketika melihat konten <i>preview</i> produk pada akun @sabrinalyaw</li> <li>- Melalui akun TikTok @sabrinalyaw saya menjadi memiliki banyak informasi terkait produk <i>skincare</i> lokal untuk remaja</li> <li>- Pada akun TikTok @sabrinalyaw saya mendapatkan produk <i>skincare</i> remaja sesuai dengan kebutuhan saya</li> <li>- Saya merasa akun TikTok @sabrinalyaw memiliki konten <i>review</i> yang lebih menarik daripada <i>influencer</i> lainnya</li> <li>- Saya tertarik menggunakan <i>hashtag</i> #Belanjalokal pada akun TikTok @Sabrinaalyaw untuk mendapatkan informasi terkait produk <i>skincare</i> local</li> <li>- Saya menelusuri informasi terkait <i>skincare brand</i> lokal melalui <i>hashtag</i> #Belanjalokal</li> <li>- Saya menggunakan #Belanjalokal dalam pencarian untuk memudahkan</li> </ul> |
| <p>Minat Beli<br/>(Y)<br/>Sugiyama dan<br/>Andree (2011)</p> | <p>Perhatian<br/>(Attention)</p>   |   |
|  | <p>Ketertarikan<br/>(Interest)</p> |   |
|  | <p>Pencarian<br/>(Search)</p>      |   |

saya mendapatkan informasi terkait *review* produk

- Saya mencari tahu mengenai *event hashtag* #Belanjalokal pada TikTok
- Saya terpengaruh ketika akun TikTok @sabrinaalya merekomendasikan untuk membeli produk *skincare* lokal remaja
- Saya mencari produk yang direkomen oleh akun TikTok @sabrinaalyaw pada *e-commerce*
- Saya ingin membagikan konten pada akun @Sabrinaalyaw kepada pengguna lainnya yang juga membutuhkan informasi terkait produk lokal
- Saya ingin memberikan cerita pengalaman saya menggunakan *skincare* produk lokal pada kolom komentar pada akun @sabrinaalyaw

Aksi  
(Action)

Membagikan  
(Share)

---

### 3.5.2 Pilot Testing

Sebelum penyebaran kuesioner disebarluaskan kepada responden, maka peneliti akan menguji terlebih dahulu instrumen data yang dimiliki. Penyebaran kuesioner harus terlebih dahulu diuji kepastian pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut. Tujuan diadakannya pilot testing untuk menguji dan juga memperbaiki pertanyaan – pertanyaan, maupun format juga skala yang digunakan apakah sudah sesuai atau belum. Jumlah responden yang dibutuhkan dalam pilot testing ini berjumlah minimal 30 orang untuk bisa mendekati kurva normal. Tujuan yang utama dalam pilot testing ini adalah untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen kuesioner yang sudah dibuat (Creswell, 2013).

### 3.5.3 Uji Validitas

Dalam uji validitas pada penelitian kuantitatif, sebagai peneliti melakukan uji validitas untuk mendapatkan hasil berupa kesimpulan atau dugaan yang penting dan dapat digunakan dari hasil skor – skor dalam instrumen kuesioner ini. Menurut (Creswell, 2013) validitas dibagi menjadi 3 yaitu :

1. *Content Validity*

Merupakan instrumen pertanyaan-pertanyaan yang sudah sesuai dengan konsep atau konten yang ingin diteliti.

2. *Predictive Validity atau Concurrent Validity*

Merupakan instrumen pertanyaan-pertanyaan di uji dan dapat memprediksi kriteria yang bisa diukur dan hasilnya sudah korelasi.

3. *Construct Validity*

Merupakan instrumen pertanyaan-pertanyaan yang diuji sudah sesuai dengan konsep hipotesis.

Berikut hasil uji validitas konstruk yang sudah dilakukan melalui pilot testing dengan jumlah responden 30 orang dan jumlah pertanyaan dalam instrumen kuesioner sebanyak 27 pernyataan.

Tabel 3. 2 Uji Validitas Konstruk

| No | Item Pertanyaan | r Tabel 5% (30 Item) | rHitung | Status      |
|----|-----------------|----------------------|---------|-------------|
| 1  | X1              | 0,361                | 581**   | Valid       |
| 2  | X2              | 0,361                | 570**   | Valid       |
| 3  | X3              | 0,361                | 696**   | Valid       |
| 4  | X4              | 0,361                | 667**   | Valid       |
| 5  | X5              | 0,361                | 527**   | Valid       |
| 6  | X6              | 0,361                | 461**   | Valid       |
| 7  | X7              | 0,361                | 440*    | Valid       |
| 8  | X8              | 0,361                | 627**   | Valid       |
| 9  | X9              | 0,361                | 473*    | Valid       |
| 10 | X10             | 0,361                | 260     | Tidak Valid |
| 11 | X11             | 0,361                | 373*    | Valid       |
| 12 | X12             | 0,361                | 469**   | Valid       |
| 13 | Y1              | 0,361                | 473**   | Valid       |
| 14 | Y2              | 0,361                | 464**   | Valid       |
| 15 | Y3              | 0,361                | 731**   | Valid       |
| 16 | Y4              | 0,361                | 403**   | Valid       |
| 17 | Y5              | 0,361                | 468**   | Valid       |
| 18 | Y6              | 0,361                | 473*    | Valid       |

|    |     |       |       |       |
|----|-----|-------|-------|-------|
| 19 | Y7  | 0,361 | 492** | Valid |
| 20 | Y8  | 0,361 | 402** | Valid |
| 21 | Y9  | 0,361 | 372*  | Valid |
| 22 | Y10 | 0,361 | 654** | Valid |
| 23 | Y11 | 0,361 | 731** | Valid |
| 24 | Y12 | 0,361 | 586** | Valid |
| 25 | Y13 | 0,361 | 785** | Valid |
| 26 | Y14 | 0,361 | 731** | Valid |
| 27 | Y15 | 0,361 | 559** | Valid |

Dari tabel uji validitas konstruk diatas, hasil dari uji validitas konstruk diatas semua pernyataan dalam instrumen kuesioner berjumlah 27 keseluruhan mempunyai hasil valid pada 11 pernyataan dan 1 pernyataan tidak valid. Pada variabel X (dimulai dari X1 sampai X9 dan X12 semua dinyatakan valid) terkecuali X10. Sedangkan pada variabel Y (dimulai dari Y1 sampai Y15 dari mulai Y1 sampai dengan Y15 dinyatakan semua valid. Dalam uji validitas konstruk diatas menggunakan acuan r dengan jumlah responden sebanyak 30 orang yakni  $\geq 0,361$  dengan signifiknasi errornya sejumlah 5%. Total pertanyaan-pertanyaan yang dianggap valid adalah sebesar 26 pertanyaan dalam arti semua pernyataan pada instrumen kuesioner valid.

### 3.5.4 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat ukur yang menentukan hasil yang bisa dipercaya keakuratannya. Dilakukannya uji reliabilitas untuk mengukur akuratnya jika instrumen disebarkan beberapa kali dengan hal dan alat ukur yang sama. Bisa dikatakan hasil reliabel jika uji validitas dilakukan secara berulang tetapi hasil yang didapatkan sama. Dalam kuesioner akan dikatakan reliabel jika hasil yang didapatkan sama atau konsisten dari waktu ke waktu.

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas yang dilakukan melalui pilot testing kepada responden dengan jumlah 30 orang dan pertanyaan sebanyak 27 butir.

Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas X  
Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 30 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .     |
|       | Total                 | 30 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .726             | 12         |

Sumber : Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Y  
Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 30 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .     |
|       | Total                 | 30 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .838             | 15         |

Sumber : Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabel di atas menunjukkan dari 27 pertanyaan kuesioner pada variabel X yaitu pengaruh *hashtag* mendapatkan hasil *Alpha Cronbach* sebesar .726 maka dipastikan semua pertanyaan yang diajukan memiliki hubungan kuat atau reliabel. Kemudian pertanyaan kuesioner pada variabel Y yaitu Minat Beli mendapatkan hasil *Alpha Cronbach* sebesar .838 maka dipastikan semua pertanyaan yang diajukan memiliki hubungan sangat kuat atau reliabel. Bisa dikatakan reliabel karena  $\geq 0,6$ . Dari 27 pertanyaan yang diajukan dalam instrumen kuesioner semua pertanyaan valid. Bisa dikatakan valid, karena reliabel yang dimiliki masuk ke dalam kategori sangat kuat.

### 3.6 Metode Analisis Data

Analisis data adalah tahapan setelah semua jawaban responden sudah menjadi data untuk diteliti lebih lanjut oleh peneliti. Pada penelitian kuantitatif yang menggunakan statistik, ada dua bentuk statistik yaitu deskriptif dan inferensial (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini peneliti ingin menguji pengaruh penggunaan *hashtag* #Belanjalokal terhadap minat beli. Berikut adalah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

#### 1. Nominal

Merupakan objek untuk dijadikan sebagai label saja. Skala ini ditentukan dengan cara mengkategorikan objek, contohnya seperti demografi. demografi seperti usia, jenis kelamin, dan lain - lain (Siregar & Syofian, 2013).

Tabel 3. 5 Skala Likert

| No | Kategori            | Bobot Positif | Bobot Negatif |
|----|---------------------|---------------|---------------|
| 1  | Sangat Setuju       | 5             | 1             |
| 2  | Setuju              | 4             | 2             |
| 3  | Ragu-Ragu           | 3             | 3             |
| 4  | Tidak Setuju        | 2             | 4             |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | 1             | 5             |

Sumber : Siregar dan Sofian, 2013

Dilihat pada tabel diatas maka penelitian ini melakukan analisis yang digunakan adalah :

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan analisis yang menguji penelitian berdasarkan sampel yang diambil dari responden sesuai kriteria yang dibutuhkan. Analisis deskriptif bersifat satu variabel atau dua dengan sifat yang mandiri yang dimana saling berhubungan (Siregar & Syofian, 2013). Analisis deskriptif merupakan data yang menggambarkan jawaban dari keseluruhan responden dan tidak bermaksud untuk menghasilkan sebuah kesimpulan yang umum. Kriteria responden pada penelitian ini adalah remaja usia 17-19 tahun, yang tergabung

dalam komunitas Skincare Ethnusiast, serta yang sudah mengikuti akun Tiktok @sabrinaalyaw dengan menyertakan #Belanjalokal dalam kontennya (Sugiyono, 2014).

### 3.6.2 Analisis Korelasional

Analisis korelasional merupakan bentuk analisis yang mempunyai tujuan untuk membuktikan keakuratan pertanyaan dalam instrumen kuesioner yang dihubungkan oleh variabel yang satu (variabel bebas) dan variabel terikat. Dalam suatu penelitian variabel bebas adalah variabel (X) sedangkan variabel terikat adalah variabel (Y) (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, peneliti ingin menguji pengaruh *hashtag* #belanjalokal pada akun Tiktok @sabrinaalyaw terhadap minat beli produk *skincare* pada remaja, dalam bentuk hubungan korelasi variabel ini adalah kausal. Kausal adalah hubungan di antara dua variabel yang saling mempengaruhi satu sama lainnya. Pada penelitian ini menggunakan korelasional untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel x yaitu penggunaan *hashtag* #Belanjalokal terhadap variabel y yaitu minat beli.

#### 3.6.2.1 Rumus Korelasi *Pearson Product Moment*

Korelasi merupakan metode untuk dapat mengukur kuat adanya hubungan antara dua variabel penelitian. Rumus korelasi *pearson product moment* merupakan rumus yang akan menguji seberapa kuat hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) (Riyanto & Hatmawan, 2020). Rumus korelasi *pearson product moment* untuk dapat menghitung hubungan antara variabel X dan variabel Y adalah :

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

Keterangan :

r = *Pearson Correlation Coefficient*

n = Jumlah Sampel

Pada penelitian ini, melakukan penerapan rumus hitung alpha sebesar 5%. Hasil dari penjumlahan rumus di atas akan mendapatkan hasil apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel, baik variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pada pengaplikasian rumus ini, peneliti menggunakan sistem program SPSS 25 untuk bisa melihat kuatnya hubungan antar variabel penelitian.

### 3.6.2.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan cara untuk dapat melihat adanya kesesuaian pada penghitungan model regresi linier. Koefisien determinasi merupakan alat ukur yang dapat membantu dalam pengukuran pada variabel bebas (X) untuk membantu memprediksi pada nilai variabel terikat (Y) (Suyono, 2015). Rumus yang diterapkan pada penelitian ini adalah :

$$\text{KD: } (r)^2 \times 100\%$$

### 3.6.2.3 Koefisien Korelasi

Menurut Sudjana dalam Jurnal Safitri koefisien korelasi adalah alat ukur untuk dapat mengukur penelitian apakah memiliki hubungan antara variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian (Safitri, 2014). Berikut tabel tingkat korelasi dan kekuatan hubungan antar variabel :

Tabel 3. 6 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 – 1,00    | Sangat Kuat      |

### 3.6.2.2 Analisis Regresi Linier

Analisis Regresi Linier merupakan salah satu metode pendekatan yang digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara satu variabel bebas (X)

dengan variabel terikat (Y). Hubungan antara variabel X dan Y memiliki perubahan yang akan diikuti oleh adanya perubahan terhadap variabel Y secara tetap (Handoko, 2021). Uji regresi linier digunakan untuk memprediksi hasil yang akan dihitung berdasarkan dengan nilai yang didapatkan dari penelitian yang sebelumnya. Rumus uji regresi linier pada penelitian ini adalah :

$$Y = a + b \cdot X$$

Keterangan :

X : Variabel Bebas

Y : Variabel Terikat

a dan b : Konstanta

Semua uji analisis yang dilakukan pada penelitian ini, peneliti menggunakan dukungan dari sistem program SPSS ver 25 for Mac. Hasil dari semua pengujian yang sudah dihitung menggunakan program SPSS akan dijelaskan secara jelas dan rinci pada bab selanjutnya. Jika hasil dari penghitungan menunjukkan hasil yang positif maka, penelitian ini menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel X dan Y. Jika sebaliknya hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang negatif, maka hubungan antara variabel X dan Y tidak kuat.

Alasan dari peneliti untuk menerapkan analisis regresi linier yaitu untuk dapat melihat dan menghitung seberapa pengaruh hubungan antara variabel X dan Y. Jumlah nilai yang didapatkan dari hasil penghitungan dapat dijadikan sebagai alat ukur dalam menentukan seberapa kuat hubungan variabel X yaitu penggunaan *hashtag* #belanjalokal pada akun @Sabrinaalyaw terhadap minat beli *skincare* lokal remaja dalam anggota *Skincare Enthusiast*.

### 3.6.3 Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara dan tidak tetap terhadap hasil dari penelitian. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis, peneliti harus melakukan pengumpulan dan menganalisis data yang sesuai dengan penelitian yang dikaji. Berdasarkan pemaparan data–data di atas, hipotesis dari penelitian ini adalah :

Ha : Penggunaan Hashtag #BelanjaLokal @Sabrinaalyaw dapat mempengaruhi minat beli produk *skincare* remaja.

Ho : Penggunaan Hastag #BelanjaLokal @Sabrinaalyaw tidak mampu mempengaruhi minat beli produk *skincare* remaja.

### 3.7 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, ada beberapa hal yang menjadi keterbatasan masalah peneliti, diantaranya sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini hanya fokus pada pengaruh penggunaan *hashtag* tidak mengkaji konsep lain seperti konsep dari segi audio visual.
2. Pada penelitian ini hanya meneliti mengenai pesan komunikasi yang disampaikan melalui penggunaan *hashtag*.
3. Periode pada penelitian di akun @Sabrinaalyaw yang menggunakan *hashtag* #Belanjalokal hanya dalam *range* bulan Juni sampai November 2021.