

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah *explanatory research*. Tujuan Penelitian *explanatory* adalah untuk memperjelas hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel dan menjelaskan sebab-akibat terjadinya peristiwa tersebut. Pemilihan metode penelitian *explanatory* ialah bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal (sebab akibat/timbal balik) dan menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sari, 2022).

Metode penelitian merupakan sebuah cara ilmiah untuk mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, Digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan dan menggunakan alat penelitian, menganalisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan metode penelitian dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif deskriptif karena dapat menganalisis data secara sistematis. Analisis yang digunakan berupa presentase dan analisis kecenderungan. Kesimpulan yang dihasilkan pun tidak bersifat umum (Priadana & Sunarsi, 2021).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono dalam Priadana & Sunarsi (2021:159) Populasi adalah wilayah yang dapat digeneralisasikan yang terdiri dari objek / subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan erigo.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel merupakan jumlah dan karakter yang terdapat pada populasi tersebut. Sampel yang diambil pada penelitian ini akan disesuaikan dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka dalam penelitian ini peneliti berpedoman pada pendapat yang dikemukakan oleh Franklen dan Wallen dalam Herdianti (2022) dalam menyarankan besaran sampel untuk penelitian deskriptif minimal sebesar 100. Kemudian Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Responden Pernah membeli produk Erigo lebih dari 1 kali
- b) *Followers* akun *social media* erigo
- c) Responden mengetahui produk erigo dan isi konten *Social media* erigo yang telah diikuti
- d) Responden adalah pengguna internet yang mengakses *social media* erigo

C. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Menurut Priadana dan Sunarsih (2021) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti atau menurut pertimbangan para ahli. Selanjutnya, *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana subjek dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen sampel target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah batasan dan metode pengukuran dari variabel yang diteliti. Definisi operasional dibuat untuk memfasilitasi dan menjaga konsistensi dalam

pengumpulan data, menghindari perbedaan interpretasi, dan membatasi ruang lingkup variabel (Ulfa, 2021). Ada pun definisi operasional variabel pada penelitian ini sebagai berikut:

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Sumber
<i>Advantageous campaign</i> (kampanye yang menguntungkan)	<i>Advantegous campaign</i> merupakan sebuah kampanye pemasaran yang dilakukan melalui platform media social erigo dengan tujuan untuk memberikan keuntungan atau keunggulan kompetitif bagi produk atau merek erigo.	- Terbaru informasi produk - terbaru informasi promosi - terbaru secara langsung	(Erdoğmuş & Çiçek, 2012)
<i>Relevant content</i> (konten yang relevan)	<i>relevant content</i> adalah jenis konten yang relevan dan bermanfaat bagi pelanggan erigo	- ada pesan yang disampaikan - pesan yang disampaikan memiliki makna - menciptakan keterlibatan emosi	(Robinette et al., 2001)

<p><i>Frequently update content</i> (frekuensi memperbarui konten)</p>	<p><i>Frequently update content</i> merupakan ukuran seberapa sering platform media social erigo memperbarui konten yang disajikan kepada pelanggan.</p>	<p>Pembaharuan konten dalam frekuensi tertentu</p>	<p>(Erdoğan & Çiçek, 2012)</p>
<p><i>Popular content</i> (konten yang populer)</p>	<p><i>Popular content</i> adalah jenis konten atau postingan yang mendapatkan tingkat keterlibatan dan respons yang tinggi dari pelanggan erigo.</p>	<p>- popularitas dari akun <i>social media</i> - konten yang populer dan diketahui oleh banyak orang</p>	<p>(Erdoğan & Çiçek, 2012)</p>
<p><i>Various platform and application</i> (terdapat pada banyak aplikasi dan platform)</p>	<p><i>Various platform and application</i> adalah tingkat penggunaan berbagai aplikasi dan platform media sosial oleh pelanggan Erigo dalam berinteraksi dengan merek atau produk Erigo.</p>	<p>- perusahaan terdapat pada berbagai perangkat - perusahaan terdapat pada berbagai aplikasi</p>	<p>(Erdoğan & Çiçek, 2012)</p>

Loyalitas merek	Loyalitas merek adalah tingkat kecenderungan pelanggan Erigo untuk terus memilih dan mempertahankan loyalitas terhadap merek atau produk Erigo, serta melakukan pembelian ulang secara konsisten.	<ul style="list-style-type: none"> - Pembelian ulang - Ketetapan pada merek - Rasa suka yang besar pada merek - Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik - Perekomendasi merek kepada orang lain 	(Gultom & Hasibuan, 2021)
-----------------	---	--	---------------------------

Table 3.1 Definisi Operasional Variabel

E. Jenis dan Sumber data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan diperoleh langsung dari sumbernya melalui pengukuran, perhitungan sendiri seperti angket, observasi, wawancara, dll. Sedangkan data sekunder merupakan data diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka (Priadana & Sunarsi, 2021:46). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari responden penelitian melalui kuisioner pada sampel pelanggan erigo. sedangkan data sekunder diperoleh melalui jurnal, buku, skripsi, artikel (website blog).

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini akan menggunakan kuesioner. Kuesioner atau biasa disebut angket merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan cara

mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi (Priadana & Sunarsi, 2021:192). Kuesioner akan sebarakan secara *online* menggunakan *google form* sebagai media kuesionernya.

G. Penskalaan Data

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiono dalam Priadana & Sunarsih (2021:179) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena sosial. Menggunakan skala Likert, variabel terukur diubah menjadi dimensi, dimensi menjadi subvariabel, dan subvariabel menjadi indikator terukur.

Table 3.2 Penskalaan Data

Pilihan Jawaban	Skor / Nilai
Sangat tidak setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu Ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiono (2019)

Tabel diatas menyatakan bahwa responden diharuskan untuk memilih salah satu dari jawaban pada pertanyaan yang telah diajukan sehingga skor yang didapat menjadi bobot total yang digunakan untuk dapat mengidentifikasi adanya pengaruh antar variabel.

H. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah kuesioner yang dikirimkan sesuai atau tidak. Survei dapat dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat

mengungkapkan sesuatu yang diukur dalam survei. Untuk mengukur validitas dapat menggunakan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, apabila r hitung memiliki jumlah nilai yang lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan dari indikator tersebut dapat dinyatakan valid, (Ghozali, 2016)

Pengujian validitas menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Nilai korelasi antara variabel x dan y

$\sum X$ = Jumlah variabel

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel Y

n = banyaknya sampel

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat variabel y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian nilai (X) dan nilai variabel (Y)

Pengujian instrumen validitas pada penelitian ini menggunakan *software SPSS versi 22*.

b) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dapat dianggap reliabel ketika jawaban atas pertanyaan yang diajukan konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini pengukuran reliabilitas dilakukan dengan dua cara, yaitu: Pengukuran ulang, dengan memverifikasi apakah jawaban responden cocok dengan pertanyaan yang diajukan pada waktu yang berbeda, secara *one shot* (pengukuran

tunggal), kemudian hasil yang didapat dibandingkan dengan pertanyaan lainnya untuk mengukur korelasi antar jawaban dari pertanyaan. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2016)

I. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan dapat digunakan dalam model analisis regresi linier, maka dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi pengujian sebagai berikut:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dapat digunakan untuk menguji pada model regresi, variabel residual yang memiliki distribusi normal. Dapat diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan nilai residual memiliki nilai residual yang menyesuaikan distribusi normal, untuk menguji adanya pengaruh residual distribusi normal yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016)

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Jika data terdistribusi di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika data menyebar menjauhi garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.
3. Jika nilai signifikan tidak lebih besar dari 0,05, maka model regresi tidak memenuhi normalitas

b) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terdapat hubungan yang sempurna atau mendekati linier antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi. Suatu model regresi dikatakan multikolinier jika beberapa atau semua variabel bebas pada fungsi linier tersebut

memiliki fungsi linier yang sempurna. Gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance* nya. Jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Mardiatmoko, 2020). Pada penelitian ini, untuk menguji multikolinieritas menggunakan *software SPSS versi 22*.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji keberadaan model regresi yang terdiri dari perbedaan varian dari satu residual ke pengamatan yang lain. Untuk memastikan ada atau tidaknya Heteroskedastisitas yaitu dengan cara grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED (Ghozali, 2016). Pada penelitian ini, untuk menguji Heteroskedastisitas menggunakan *software SPSS versi 22*.

J. Teknik Analisis Data

a) Analisis Regresi linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas (X) secara simultan. Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk mengidentifikasi dan mengukur hubungan antara variabel-variabel tersebut serta untuk membuat prediksi atau estimasi nilai variabel terikat berdasarkan nilai-nilai variabel bebas. Peneliti menggunakan alat bantu aplikasi SPSS 21 dengan persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Merek

a = Konstanta

X1 = *Advantageus Campaign*

X2 = Relevant Content

X3 = Frequently Updates

X4 = Popular Content

X5 = Various platforms and application

β_1 = Koefisien regresi variabel *Advantageus Campaign*

β_2 = Koefisien regresi variabel Relevant Content

β_3 = Koefisien regresi variabel Frequently Updates

β_4 = Koefisien regresi variabel Popular Content

β_5 = Koefisien regresi variabel Various platform and application

e = Standard error

Dapat diketahui bahwa tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

K. Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Berikut langkah-langkah dalam uji t yaitu

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

$H_1 : b_1 \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh secara parsial

terhadap variabel dependen.

2. Menentukan tingkat signifikansi (level of significance), $\alpha = 5\%$
3. Menghitung t_{hitung} dengan rumus menurut Sudjana (2005:377) yaitu sebagai berikut::

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

4. Membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} , yaitu :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

Kaidah keputusan : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti signifikan

$t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti tidak signifikan

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel – variabel independen memberika hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan R^2 untuk mengukur koefisien determinasi