

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah pemilik *online shop* di Instagram yang menjual produk kebutuhan perempuan dan telah menggunakan SFS (*Southotout for Shoutout*) di Instagram.

Penulis memilih pemilik *online shop* di Instagram yang menggunakan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di Instagram karena pendapat pemilik *online shop* di Instagram yang menggunakan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di Instagram menentukan meningkatkan atau tidak meningkatkannya penjualan *online shop* setelah menggunakan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di Instagram.

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya Sugiyono (2010: 115). Populasi penelitian ini pemilik *online shop* yang menggunakan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di Instagram.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010: 116). Sampel digunakan untuk membantu peneliti mengatasi keterbatasan di dalam penelitian, seperti adanya keterbatasan dana, waktu dan tenaga. Oleh karena itu sampel harus dapat mewakili populasi penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik *online shop* di Instagram pada kategori penjualan kebutuhan perempuan, yang pernah menggunakan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di Instagram dan telah merasakan hasil dari penggunaan SFS di Instagram terhadap *online shop* mereka.

Pada penelitian ini pengambilan sampel di lakukan dengan menggunakan metode *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel (Sugiyono, 2010: 120-121). Dalam metode *non-probability sampling* tidak semua bagian dalam populasi mempunyai kesempatan untuk menjadi sampel dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah

teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010: 122).

Kriteria responden yang menjadi sampel sebagai berikut :

- Pemilik *online shop* di Instagram.
- Pernah menggunakan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di Instagram
- Menjual produk dengan kategori kebutuhan perempuan.

Untuk penelitian dengan menggunakan analisis deskriptif yang dianggap mewakili adalah sampel dengan kategori produk yang berbeda agar dapat menyimpulkan hasil tidak hanya pada satu kategori atau kategori yang sama tapi dalam kategori produk yang berbeda.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban responden melalui hasil kuesioner tentang penggunaan SFS

(*Shoutout for Shoutout*) di *Instagram* untuk meningkatkan penjualan menurut pemilik *online shop*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2010: 199), kuesioner adalah teknik dalam pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden.

Peneliti memilih untuk melakukan pembagian kuesioner kepada pemilik *online shop* di *Instagram* yang menjual produk pada kategori kebutuhan perempuan dan pernah menggunakan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di *Instagram* sebanyak dua kali. Pemilihan responden pemilik *online shop* di *Instagram* yang pernah menggunakan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di *Instagram* sebanyak dua kali di pilih oleh peneliti untuk membuktikan penggunaan SFS di *Instagram* sebanyak dua kali akan memperlihatkan hasil dari penggunaan SFS di *Instagram* kepada para pemilik *online shop* yang menggunakan *online shop* di *Instagram*.

Pembagian kuesioner akan di bagian dengan bantuan media komunikasi *online* yaitu LINE atau WA (*whatsapp*) yang merupakan

media komunikasi *online* dalam bentuk chat, sehingga memudahkan responden yang terbatas oleh waktu, tempat, dan biaya untuk dapat mengisi kuesioner yang peneliti bagikan. Responden akan di berikan pesan chat yang berisi link untuk mengisi sebuah kuesioner tentang Penggunaan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Menurut Pemilik *Online Shop* pada Kategori Kebutuhan Perempuan.

3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4.1.1 Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis melakukan analisis menggunakan SPSS. Berikut ini hasil uji validitas.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dan variabel dinyatakan valid pabila nilai r hitung $> r$ tabel (Ghozali, 2014). Dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, untuk df (*degree of freedom*) = $n-2$, yang n merupakan jumlah sampel dan z adalah jumlah konstruk. Maka besarnya df dihitung menjadi $100-2$ atau $df = 98$ dengan α 0,50 di dapat r tabel 0,197 jika r

hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid

Dari tabel di atas diketahui bahwa setiap item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0,197) dan bernilai positif. Dengan demikian pertanyaan tersebut maka dapat dinyatakan valid.

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner akan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2014). Suatu konstruk dinyatakan variabel apabila Cronbach Alpha $>$ 0,70.

Tabel 3.1

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Status
SFS (<i>Shoutout for Shoutout</i>)	0,794	Reliabel
Foto di Instagram	0,787	Reliabel
Caption (keterangan gambar) di Instagram	0,703	Reliabel
Bahasa di Instagram	0,704	Reliabel
Peningkatan Penjualan	0,801	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari keterangan tabel di atas diketahui bahwa variabel SFS memiliki Cronbach Alpha 0,794, dengan demikian seluruh variabel SFS dapat dinyatakan reliabel. variabel foto di Instagram memiliki Cronbach Alpha 0,787, dengan demikian variabel foto di Instagram juga dapat dinyatakan reliabel. Kemudian variabel *caption* (keterangan gambar) di Instagram memiliki *Cronbach Alpha* 0,703, dengan demikian variabel *caption* (keterangan gambar) di instagram dapat dinyatakan reliabel. Dan variabel bahasa di Instagram memiliki *Cronbach Alpha* 0,704 dan variabel peningkatan penjualan memiliki *Cronbach Alpha* 0,801, dengan demikian kedua variabel tersebut juga dinyatakan reliabel . Maka dari

hasil uji reabilitas instrumen terhadap seluruh variabel yang terdapat dalam kuesioner penggunaan SFS di Instagram untuk peningkatan penjualan *online shop* di Instagram (studi kasus persepsi pemilik *online shop* di Instagram kategori kebutuhan perempuan) menyatakan bahwa seluruh variabel yang ada di dalam kuesioner tersebut reliabel sehingga dapat di pakai untuk menguji penelitian ini.

3.4.1.3 Uji Korelasi

Uji korelasi merupakan studi pembahasan tentang derajat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (spssindonesia.com). Dimana jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat korelasi

Tabel 3.2
Hasil Uji Korelasi Variabel SFS dengan Peningkatan Penjualan

		SFS	Peningkatan Penjualan
SFS	Pearson Correlation	1	,405**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Peningkatan Penjualan	Pearson Correlation	,405**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari output di atas diketahui antara SFS dengan peningkatan penjualan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Hal ini artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel SFS dengan peningkatan penjualan.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Teknik Pengukuran Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Analisis data kualitatif deskriptif menurut Sugiyono (2010) adalah teknik menganalisis dengan cara menggambarkan data yang digunakan dalam penelitian untuk menarik suatu kesimpulan dari beberapa alternatif yang sulit diukur dengan angka.

Sugiyono (2010: 399) menyatakan dalam penelitian kualitatif peneliti sebagai *human instrument* yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya. Dengan teknik pengumpulan data observasi dan kuesioner, maka peneliti harus berinteraksi dengan sumber data.

Langkah – langkah dalam menganalisis data ini dilakukan dengan cara melakukan beberapa tahapan yaitu:

1. Melakukan pembagian kuesioner sesuai kebutuhan peneliti.
2. Melakukan pengumpulan data.

3. Data yang telah dikumpulkan kemudian disederhanakan dengan cara membuang data yang tidak dibutuhkan. Kemudian klasifikasikan sesuai kebutuhan dalam penelitian. Sehingga dapat memudahkan peneliti dalam menonjolkan data yang penting.
4. Selanjutnya dalam penyajian data, peneliti akan menyajikan data berupa tabel berbentuk catatan lapangan dari hasil pembagian kuesioner untuk memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan.
5. Setelah terlihat kesesuaian, kemudian dapat ditarik kesimpulan hasil pembagian kuesioner tersebut mengenai Penggunaan SFS (*Shoutout for Shoutout*) di Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Menurut Pemilik *Online Shop* pada Kategori Kebutuhan Perempuan.

3.5.2 Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *crosstab* atau tabulasi silang. Menurut Santoso dan Tjiptono (2001: 137), penelitian *crosstab* (tabulasi silang) merupakan penelitian yang menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom.

Menurut Santoso dan Tjiptono (2001: 176), Korelasi tersebut bertujuan untuk mengetahui dua hal yang berkaitan dengan hubungan antar dua variabel. Yang pertama, apakah kedua variabel tersebut memang mempunyai hubungan yang signifikan. Kedua, jika terbukti hubungan signifikan, bagaimana arah hubungan dan seberapa kuat hubungan tersebut.

Distribusi frekuensi merupakan kumpulan data yang disajikan dalam bentuk tabel, atau tabulasi yang tertur dari sejumlah skor atau nilai yang di tempatkan pada kategori masing-masing dalam skala pengukuran. dan tabel tersebut juga dapat dinamai tabel distribusi frekuensi (Sopingi, 2015: 51)

3.5.3 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini akan mengacu pada skala Guttman. Skala Guttman merupakan skala pengukuran untuk mendapat jawaban yang tegas, data yang diperoleh dapat berupa data interval atau rasio dikotomi (dua alternatif) (Sugiyono, 2010 : 137).

Peneliti menggunakan skala Guttman bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan. Skala Guttman yang terdiri dari 2 tingkatan yaitu (Sugiyono, 2010:137):

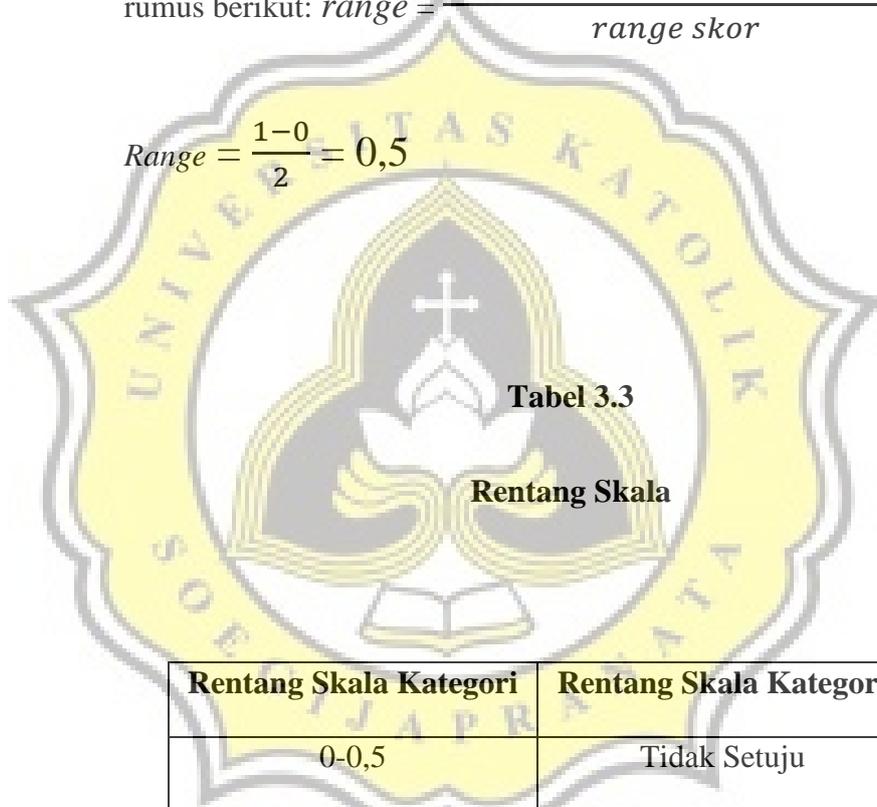
a. Untuk jawaban sangat setuju (S) diberi nilai = 1

b. Untuk jawaban tidak setuju (TS) diberi nilai = 0

Dalam menentukan rentang skala, peneliti menggunakan

rumus berikut: $range = \frac{skor\ tertinggi - skor\ terendah}{range\ skor}$

$$Range = \frac{1-0}{2} = 0,5$$



Tabel 3.3

Rentang Skala

Rentang Skala Kategori	Rentang Skala Kategori
0-0,5	Tidak Setuju
0,51-1	Setuju