

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek Penelitian dan Lokasi Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah *social media influencer* sebagai variabel independen dan kinerja pemasaran sebagai variabel dependen. Lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah Kota Semarang

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pemilik bisnis kuliner online maupun offline di Kota Semarang dan sekitarnya dengan jumlah yang tidak diketahui. Dimana sampel nya merupakan responden yang harus memiliki kriteria (1) pernah menggunakan SMI sebagai media promosi (2) memiliki akun Instagram (3) memiliki usaha bisnis kuliner berlokasi di Kota Semarang dan sekitarnya. Sampel adalah sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dimana hanya populasi yang masuk dalam kriteria yang bisa dijadikan sampel. Sampel didapat dari akun Instagram *food blogger* Kota Semarang yang pernah mempromosikan bisnis kuliner yakni @akucintamakanansemarang dan @semarangfoodhunter serta forum online di WhatsApp yang terdiri dari pengusaha kuliner di Kota Semarang.

Penentuan jumlah sampel diambil berdasarkan pedoman Cohen, et al (2007, hlm 101) yang mengusulkan aturan praktis ketika menentukan ukuran sampel, dimana semakin besar jumlah sampel maka semakin baik, namun ada batas minimal dalam jumlah sampel yakni 30 sampel. Dalam penelitian ini, terdapat total 3 variabel (2 variabel independen dan 1 variabel dependen) oleh karena itu, peneliti memilih 50 sampel dalam penelitian ini dimana masih termasuk dalam kategori minimal sampel.

3.3. Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini dikategorikan sebagai data primer. Sumber data berasal dari kuesioner yang ditujukan untuk responden yang merupakan seluruh pemilik bisnis kuliner online maupun offline di Kota Semarang dan sekitarnya dimana sampel nya merupakan responden yang harus memiliki kriteria (1) pernah menggunakan SMI sebagai media promosi (2) memiliki akun Instagram (3) memiliki usaha bisnis kuliner berlokasi di Kota Semarang dan sekitarnya.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner yang diberikan dalam penelitian ini menggunakan skala Interval yakni skala Likert dengan 5 titik skala yaitu titik satu (sangat tidak setuju) hingga titik lima (sangat setuju). Untuk mengumpulkan data kuesioner disebarkan sesuai dengan kriteria responden.

3.3.3. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Data yang terkumpul akan di uji validitas dan reliabilitasnya guna mengetahui valid dan tidak validnya data. Kuesioner dapat dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dimana tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan menggunakan rumus :

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan:

- r = nilai Cronbach's Alpha

- k = jumlah item pertanyaan yang diuji

- $\sum \sigma^2$ = jumlah varians butir

- σ^2 = varians total

Variabel penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2. dan tabel 3.3. Pada tabel 3.2. uji validitas kuesioner dapat dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dimana r tabel dengan $N = 50$ pada signifikansi 5% adalah sebesar 0,279 atau dengan melihat nilai signifikansi (Sig) apabila $< 0,05$ maka dikatakan valid, apabila $> 0,05$ maka dikatakan tidak valid.

Berikut merupakan hasil validitas indikator pada masing-masing variabel.

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kredibilitas <i>Social media</i> <i>influencer</i>	X01	0,496	0,279	Valid
	X04	0,741	0,279	Valid
	X07	0,718	0,279	Valid
	X10	0,714	0,279	Valid
	X13	0,540	0,279	Valid
	X16	0,636	0,279	Valid
Daya Tarik <i>Social media</i> <i>influencer</i>	X02	0,705	0,279	Valid
	X05	0,744	0,279	Valid
	X08	0,567	0,279	Valid
	X11	0,533	0,279	Valid
	X14	0,582	0,279	Valid
	X17	0,755	0,279	Valid
Kinerja Pemasaran	X03	0,769	0,279	Valid
	X06	0,505	0,279	Valid
	X09	0,769	0,279	Valid
	X12	0,820	0,279	Valid

	X15	0,776	0,279	Valid
	X18	0,650	0,279	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Pengujian indikator untuk setiap variabel menunjukkan r hitung yang lebih besar dari r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap indikator merupakan alat ukur yang tepat untuk mengukur variabel penelitian.

Tabel 3.2. Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Reliability Statistics		
Variabel Penelitian	Alpha Cronbach	Keterangan
Kredibilitas <i>Social media influencer</i>	0,803	VALID
Daya Tarik <i>Social media influencer</i>	0,820	VALID
Kinerja Pemasaran	0,889	VALID

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3.3. diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada variabel kredibilitas *social media influencer* adalah 0,803 yang berarti $\geq 0,6$. Sama halnya dengan variabel daya tarik *social media influencer* yakni 0,820 yang berarti $\geq 0,6$, serta variabel kinerja pemasaran dengan nilai Cronbach Alpha 0,889 yang berarti $\geq 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel penelitian yang digunakan adalah reliabel atau konsisten.

3.4. Teknik Analisis Data

3.4.1. Alat Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan untuk umum. Penelitian ini menggunakan rentang skala sebanyak 3 kelas yang dihitung dengan menggunakan rumus:

$$RS = \frac{(\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil})}{\text{kelas interval}}$$

Pada penelitian ini menggunakan skala Likert 5 kelas namun saat analisis rentang skala dijadikan 3 kelas dengan asumsi 3 kelas dapat menggambarkan kelompok pendapat secara lebih jelas dan lebih ringkas. Sehingga rentang untuk hasil penelitian ini adalah $\frac{5-1}{3} = 1,33$

Tabel 3.3. Kategori rentang Skala

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 2,33	Kurang Baik
2,34 – 3,67	Cukup Baik
3,68 – 5,00	Sangat Baik

3.4.2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat apakah suatu hipotesis yang diajukan ditolak atau dapat diterima. Hipotesis merupakan asumsi atau pernyataan yang mungkin benar atau salah mengenai suatu populasi.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi dalam penelitian ini dimaksud untuk memahami hubungan sebab akibat dari variabel penelitian. Oleh karena itu persamaan analisis regresi linier berganda dituliskan dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (kinerja pemasaran)

X₁ = Variabel Independen (kredibilitas *social media influencer*)

X₂ = Variabel Independen (daya tarik *social media influencer*)

a = konstanta

b₁ = koefisien variabel independen X₁

b₂ = koefisien variabel independen X₂

Koefisien Determinasi (r^2)

Digunakan untuk mengetahui menentukan dan memprediksi seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1.

Besarnya dihitung menggunakan rumus:

$$r^2 = \frac{(b_1 \sum x_1 y) + (b_2 \sum x_2 y)}{\sum y^2}$$

Dengan kriteria:

Apabila r^2 bernilai 1, maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Jika semakin kecil atau bernilai 0 maka kemampuan variabel independen untuk memprediksi variabel dependen terbatas (Ghozali, 2016).

Uji F (simultan)

Uji-F bertujuan mengetahui apakah variabel-variabel independen (X_1 dan X_2) secara signifikan bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

Kriteria Pengujian pada tingkat signifikansi 0,05 (5%)

Apabila nilai $F_{hit} < F_{tab}$, maka hipotesis H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Apabila nilai $F_{hit} > F_{tab}$, maka hipotesis H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Uji t

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan nilai probabilitas t hitung.

Kriteria Pengujian pada tingkat signifikansi 0,05 (5%)

H_0 diterima apabila $t_{hitung} = t_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,05$

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,05$