

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Metode dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021: 16), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian ilmiah mengenai fenomena dapat konkrit, obyektif, rasional, dapat diukur dan sistematis. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, kemudian pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisa data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatif. Penelitian kuantitatif eksplanatif bertujuan untuk menguji sampel dari populasi dan menjelaskan pengaruh dari variabel *viral marketing* terhadap variabel keputusan pembelian konsumen.

#### **3.2. Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2021: 126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, yang menjadi subyek penelitian adalah Glowinc Potion. Berdasarkan definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @glowincpotion hingga tanggal 15 September 2022 yaitu sejumlah 253.000 pengikut.

### 3.3. Teknik Sampling

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2021: 135) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dan didasari oleh pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Penetapan sampel dalam penelitian ini memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

- a. Responden merupakan *followers* dari akun Instagram @glowincpotion.
- b. Responden mengetahui kampanye *viral* dalam bentuk music video berjudul “Watch Me Glow” yang dilakukan oleh Glowinc Potion di media sosial Instagram.
- c. Responden pernah memberikan *like* atau komentar pada postingan video kampanye “Watch Me Glow” di akun @glowincpotion.
- d. Responden pernah melakukan pembelian produk Glowinc Potion.

### 3.4. Sampel

Sugiyono (2021: 127) mengartikan sampel adalah sejumlah elemen yang memiliki karakteristik dan merupakan bagian dari populasi. Dalam menentukan ukuran sampel penulis menggunakan rumus Slovin. Perhitungan ukuran sampel dengan asumsi tingkat kesalahan 10% dan tingkat kepercayaan sampel sebesar 90%.

rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

E = Tingkat kesalahan / *sampling error*

Jumlah populasi (N) yang merupakan jumlah *followers* Instagram @glowincpotion per tanggal 15 September 2022 = 253.000 orang, dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10%, maka jumlah sampel (n) adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{253.000}{1 + (253.000 \times 0.1^2)}$$

$$n = \frac{253.000}{1 + 2530}$$

$$n = \frac{253.000}{2531}$$

n = 99,96 → 100 responden

### 3.5. Operasional Konsep

**Tabel 3.1** Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Viral Marketing (X)</i> (Kaplan dan Haenlein, 2011: 256-257)	<i>Messenger</i>	Pakar Pasar	Saya mendapatkan informasi mengenai kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" yang dilakukan oleh Glowinc Potion melalui <i>beauty influencer</i> Indonesia.	Likert 1-4
		Hubungan Sosial	Saya mengetahui kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" dari orang-orang di sekitar saya.	Likert 1-4
			Saya mengikuti perkembangan kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" yang menjadi topik pembicaraan di media sosial Instagram.	Likert 1-4
		<i>Sales Person</i>	Saya mendapatkan informasi mengenai kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" yang dilakukan oleh Glowinc Potion melalui akun Instagram @glowincpotion.	Likert 1-4
	<i>Message</i>	Berkesan	Saya merasa terkesan dengan kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" yang dilakukan oleh Glowinc Potion	Likert 1-4
			Saya akan selalu mengingat kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" yang diadakan oleh Glowinc Potion	Likert 1-4
		Menarik	Saya tertarik dengan kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" yang dilakukan oleh Glowinc Potion karena memiliki pesan yang baik	Likert 1-4
			Saya mencari tahu informasi lebih banyak mengenai kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" yang dilakukan oleh Glowinc Potion	Likert 1-4
		Efektif	Saya merasa Glowinc Potion bermaksud menyampaikan pesan perkenalan merek	Likert 1-4

			melalui kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow"	
			Saya merasa Glowinc Potion berhasil membuat saya mengenal mereknya melalui kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow"	Likert 1-4
			Saya mengingat merek Glowinc Potion karena kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow"	Likert 1-4
	<i>Environment</i>	<i>Anti-mainstream</i>	Kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" pertama kali dilakukan oleh merek Glowinc Potion	Likert 1-4
			Kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" belum diketahui banyak orang	Likert 1-4
		Tempat	Kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" pertama kali muncul melalui media sosial Instagram	Likert 1-4
		Waktu	Kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" muncul ketika minat terhadap industri kosmetik lokal sedang meningkat di Indonesia	Likert 1-4
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler dan Keller, 2009: 187)	<i>Problem Recognition</i>	Internal	Saya sedang membutuhkan produk <i>skincare</i> pada saat kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" muncul	Likert 1-4
		Eksternal	Saya merasa membutuhkan produk <i>skincare</i> yang cocok dengan kulit pada saat kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow" muncul	Likert 1-4
	<i>Information Search</i>	<i>Personal</i>	Saya mencari informasi mengenai produk Glowinc Potion dengan bertanya kepada teman atau keluarga	Likert 1-4
		<i>Commercial</i>	Saya mencari informasi mengenai produk Glowinc Potion pada akun Instagram para <i>beauty influencer</i>	Likert 1-4

		Indonesia	
	<i>Public</i>	Saya mencari informasi mengenai Glowinc Potion melalui akun Instagram Glowinc Potion	Likert 1-4
		Saya mencari informasi mengenai Glowinc Potion melalui website glowincpotion.com	Likert 1-4
<i>Alternative Evaluation</i>	Tingkat Prioritas	Saya mencari manfaat dan kegunaan produk Glowinc Potion melalui Instagram Glowinc Potion	Likert 1-4
	<i>Brand Image</i>	Saya membandingkan produk Glowinc Potion dengan produk <i>skincare</i> lainnya.	Likert 1-4
	Harapan Kepuasan Produk	Saya mencari ulasan tentang produk Glowinc Potion melalui akun Instagram <i>beauty influencer</i> Indonesia.	Likert 1-4
	Sikap Terhadap Merek	Saya tertarik untuk membeli produk Glowinc Potion karena melihat kampanye <i>viral</i> "Watch Me Glow"	Likert 1-4
<i>Purchase Decision</i>	Motif Rasional	Saya ingin membeli produk Glowinc Potion karena harga yang terjangkau	Likert 1-4
		Saya ingin membeli produk Glowinc Potion karena memiliki kegunaan dan kualitas yang baik	Likert 1-4
	Motif Emosional	Saya ingin membeli produk Glowinc Potion karena packaging yang menarik	Likert 1-4
<i>Postpurchase Behaviour</i>	Kepuasan	Saya merasa puas dengan produk Glowinc Potion dan akan merekomendasikan kepada teman saya.	Likert 1-4
	Pembelian Berulang	Saya akan membeli kembali produk Glowinc Potion di kemudian hari	Likert 1-4

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

### 3.6. Hipotesis Riset

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan dan sifatnya sementara sehingga harus diuji kebenarannya (Sugiyono, 2021: 100). Penelitian ini terdiri menggunakan dua jenis hipotesis, yaitu pertama adalah Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) yaitu pernyataan yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan antar kelompok. Kedua adalah Hipotesis Nol ( $H_0$ ) yaitu pernyataan yang menunjukkan tidak ada hubungan korelasi antara dua kelompok dalam populasi.

Dalam penelitian ini hipotesis dirumuskan dengan:

- a. Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ): Adanya pengaruh yang signifikan antara *viral marketing* dengan keputusan pembelian.
- b. Hipotesis Nol ( $H_0$ ): Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara *viral marketing* dengan keputusan pembelian.

### 3.7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari dua macam, yaitu pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber data dan diberikan langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2021: 199). Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket dan kuesioner sebagai sumber data primer. Kuesioner akan didistribusikan secara daring menggunakan *Google Form* kepada responden. Untuk mengukur setiap variabel, digunakan Skala *Likert* pada kuesioner. Sugiyono (2021: 93) menjelaskan bahwa untuk mengukur sikap, persepsi dan

pendapat dari subjek penelitian mengenai sebuah peristiwa atau isu yang terjadi di masyarakat dapat menggunakan skala *Likert*. Berikut adalah pengukuran jawaban menggunakan skala *Likert*.

**Tabel 3.2** Jawaban dan Skor Pengukuran Skala *Likert*

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2021: 147

Sedangkan untuk memperoleh data sekunder penelitian ini diambil dari studi literatur, jurnal, internet, dan data dari lembaga.

### 3.8. Teknik Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2021: 176) instrumen dinyatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur dan memperoleh data dari objek yang akan diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25 dengan menggunakan *correlation product moment* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor pernyataan kuesioner dengan skor total. Penilaian terhadap valid atau tidaknya kuesioner dapat dilihat dari perbandingan *r* hitung dan *r* tabel.

Rumus:

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

Keterangan:

*r* = Koefisien korelasi

*n* = Jumlah responden



X = Total skor variabel X

Y = Total skor variabel Y

### 3.9. Teknik Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Sugiyono (2021: 176) digunakan untuk mengukur reliabilitas data dimana instrumen dinyatakan reliabel apabila instrumen dapat menghasilkan data yang sama saat digunakan untuk mengukur objek yang sama secara berulang-ulang. Dalam penelitian ini untuk mengukur uji reliabilitas digunakan rumus *Cronbach Alpha*.

Rumus :

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right]$$

Keterangan :

$\alpha$  = Koefisien *Alpha*

k = Total pertanyaan valid

$\sum \sigma_i^2$  = Total varian butir.

$\sigma_x^2$  = Varian total.

Berikut kriteria untuk menentukan reliabilitas dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*:

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70 maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinilai reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,70 maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinilai tidak reliabel.

### 3.10. Teknik Analisis Data

Setelah uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan maka kuesioner tersebut dapat didistribusikan kepada sampel atau responden. Setelah data dari responden terkumpul, kemudian data tersebut dianalisis dengan melakukan uji normalitas, uji korelasi, uji regresi dan uji hipotesis.

#### a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2021:239), uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengkaji kenormalan variabel apakah data tersebut terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan analisis statistik yaitu *non-parametric Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Data yang akan diuji adalah data residual. Uji *Kolmogorov-smirnov* memiliki ketentuan sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk menguji hipotesis hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2021: 212). Dalam penelitian ini pengujian korelasi menggunakan teknik analisis *Produk Moment*. Sebagai tolok ukur tinggi rendahnya koefisien korelasi digunakan tabel interpretasi menurut Sugiyono (2021: 248) sebagai berikut:

**Tabel 3. 3** Pedoman untuk Memberi Interpretasi Koefisien Korelasi

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2021: 248)

c. Uji Regresi

Uji regresi bertujuan untuk mengetahui seberapa tinggi nilai variabel dependen jika nilai variabel independen dimanipulasi atau diubah-ubah (Sugiyono, 2021: 252). Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel dependen dan satu variabel independen oleh karena itu menggunakan uji regresi linier sederhana yaitu dengan persamaan umum sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = variabel independen

X = variabel dependen

a = konstanta regresi

b = koefisien regresi

Uji normalitas, korelasi, regresi dan hipotesis ini akan dilakukan menggunakan program SPSS versi 25 setelah kuesioner disebarkan kepada responden. Hasil dari data tersebut akan ditarik menjadi untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.