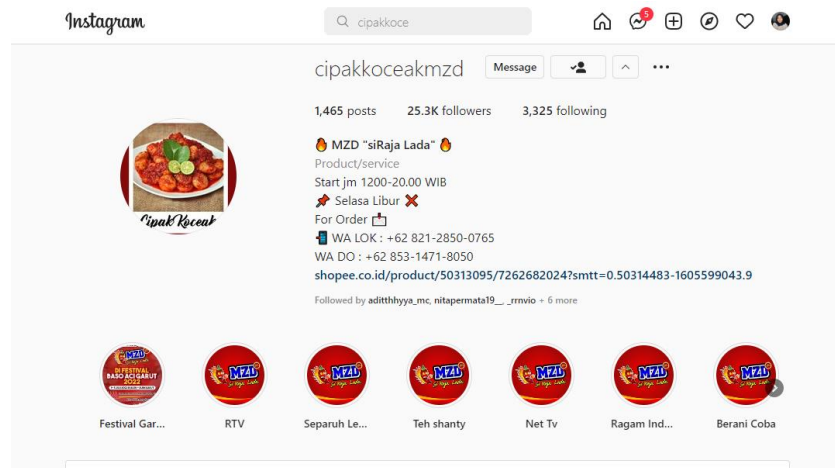


BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1. Gambaran Umum Perusahaan



Gambar 3.1 Akun media Sosial instagram MZD Si Raja Lada

(Sumber: *instagram @cipakkoceakmzd*, 2022)

MZD Si Raja Lada salah satu gerai makanan yang berada di kota Garut. Berdiri sejak tahun 2018 yang beralamat di Jalan Raya Samarang Cikamiri, Garut. MZD ini merupakan inisial dari nama putra pemilik perusahaan ini yaitu Muhammad Zaidan Dinurkholis. Awalnya MZD Si Raja Lada hanya berjualan di rumah saja, tetapi setelah beberapa tahun mulai memanfaatkan *digital marketing* untuk melebarkan pemasarannya. Media yang digunakan oleh MZD Si Raja Lada yaitu Instagram dengan nama akun @cipakkoceakmzd yang telah bergabung sejak 2018 serta telah memiliki pengikut sebanyak 25.300 dengan jumlah postingan 1.465. Tag line MZD Si Raja Lada yaitu pelopor cipak koeak pertama di Indonesia (Trans 7, 2021).

Berdasarkan hasil survei produk yang sering dibeli oleh konsumen di MZD Si Raja Lada yaitu Cipak Koceak dan Mie Riweh. Cipak Koceak merupakan makanan yang berasal dari tepung tapioka singkatan dari “aci dampak” yang artinya aci dengan bentuk yang gepeng.



Gambar 3.2 Cipak Koceak

Selain cipak koceak, konsumen juga banyak yang memilih mie riweh yang merupakan makanan mie dibalut dengan saos serta cabai yang melimpah. Riweh berasal dari bahasa Sunda yang artinya sibuk, karena saat kita memakan mie yang pedas, tubuh memberikan reaksi yang tidak menentu.



Gambar 3.3 Mie Riweh

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah metode ilmiah untuk mendapatkan informasi untuk tujuan tertentu yang berfungsi untuk mencari suatu kebenaran. Cara ilmiah yaitu penelitian yang dilakukan dengan memperhatikan kerasionalan, data yang empiris dan terstruktur. Rasional yaitu cara riset yang dilakukan secara logis. Empiris yaitu metode penelitian yang dapat diamati oleh panca indera manusia untuk mengetahui tahapan cara yang digunakan. Sistematis yaitu penelitian melakukan tahapan-tahapan yang runtut serta bersifat logis.

3.2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian yaitu sebuah rancangan aktivitas terstruktur perihal hubungan antar variabel secara menyeluruh. Tujuan desain penelitian untuk mendapatkan hasil penelitian yang menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Untuk membuat desain penelitian yaitu dengan menciptakan hipotesis dan implikasi secara operasional hingga analisis akhir (Ardial, 2015).

Desain penelitian pada penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan serta mendeskripsikan terkait fakta-fakta penelitian mengenai populasi secara sistematis dan akurat. Hasil penelitian deskriptif dilanjutkan dengan penelitian analitik.

3.2.2. Klasifikasi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.2.1. Klasifikasi Variabel X dan Y

Variabel penelitian merupakan suatu bentuk yang ditentukan oleh peneliti agar dipahami dan dipelajari untuk mendapatkan suatu pengetahuan dan menarik kesimpulan. Menurut Hatch dan Farhady variabel penelitian adalah objek yang memiliki ragam untuk dapat dipelajari. Variabel penelitian adalah suatu atribut, karakteristik atau nilai seseorang yang memiliki ragam untuk dipelajari dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2018).

Variabel penelitian pada penelitian ini yaitu variabel bebas (X) yaitu pemasaran konten dan variabel terikat (Y) yaitu *behavioral intention*.

a. Variabel Bebas

Variabel yang mempengaruhi penyebab perubahan suatu variabel terikat.

Variabel ini dapat dikatakan sebagai variabel *stimulus* dan *predictor*. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu pemasaran konten.

b. Variabel Terikat

Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat variabel bebas terpengaruh.

Variabel terikat dapat dikatakan sebagai variabel output, dan konsekuen.

Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu *behavioral Intention*.

3.2.2.2. Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel diharapkan dapat memutuskan tipe dan indikator variabel yang berhubungan dengan penelitian ini. Tujuan operasional variabel yaitu memutuskan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga dapat dilakukan secara cepat apabila menggunakan alat bantu untuk pengujian hipotesis. Operasional variabel diperlukan untuk menggambarkan variabel pada penelitian ini dengan skema yang meliputi pengukuran, per dimensi dan per indikator untuk mendapatkan hasil berupa angka dari variabel. Untuk lebih mendetail, operasional variabel dapat dilihat tabel definisi operasional variabel:

Tabel 3.1 Operasional variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
Pemasaran konten (X) (Octafiany & Nurfebiaraning, 2021)	<i>Reader cognition</i>	Mudah pahami.	Interval	1
		Memiliki keunikan dan mudah diingat.	Interval	2&3
	<i>Sharing Motivation</i>	Mampu menjelaskan produk.	Interval	4
		Informasi yang disampaikan bernilai dan mengedukasi.	Interval	5&6
		Memenuhi kebutuhan konsumen.	Interval	7
	<i>Persuasion</i>	Disukai.	Interval	8
		Dapat dipercaya.	Interval	9
		Memiliki pengaruh timbal balik dari kedua belah pihak.	Interval	10

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
	<i>Decision Maker</i>	Konten relevan dengan perusahaan.	Interval	11
		Membantu mengambil keputusan.	Interval	12
	<i>Faktors</i>	Bermanfaat bagi kehidupan dan lingkungan sekitar.	Interval	13
		Memenuhi kebutuhan publik.	Interval	14
		Sesuai kode etik.	Interval	15
<i>Behavioral Intention (Y)</i> (Kartika et al., 2019)	<i>Word of Mouth</i>	Membicarakan hal positif mengenai perusahaan.	Interval	16
		Merekomendasikan produk/perusahaan kepada orang lain.	Interval	17
	Pembelian Ulang	Minat membeli produk.	Interval	18
		Minat membeli ulang dimasa depan.	Interval	19
	Loyalitas	- Membeli produk lain dari perusahaan.	Interval	20
		- Memiliki daya tarik yang kuat terhadap perusahaan.	Interval	21

3.2.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat berkualitas apabila dikumpulkan dengan cara yang tepat, dalam melakukan *setting*-nya, sumber, dan caranya. Segi *setting* pengumpulan data dapat dikumpulkan saat dirumah dengan berbagai responden, *setting* alamiah (*natural setting*). Dalam segi sumber, pengumpulan data dilakukan melalui sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber informasi yang diberikan secara langsung kepada pengumpul data sesuai dengan informasi yang diperlukan. Sumber sekunder adalah sumber informasi yang tidak secara langsung memberikan informasi kepada pengumpul data, tetapi dapat disampaikan melalui orang lain atau melalui dokumen. Dalam segi cara, pengumpulan data dapat dilakukan dengan bantuan wawancara, kuesioner dan observasi.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa cara, diantaranya (Sugiyono, 2018):

1. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah menelaah buku rujukan yang berkaitan dengan masalah penelitian untuk menghasilkan pegangan penelitian, serta untuk menghasilkan data secara teoritis agar dapat menjawab masalah yang akan diteliti.

Penelitian ini mengumpulkan informasi, mempelajari dan mengkaji literatur berupa jurnal, buku yang berkaitan dengan variabel serta masalah yang diteliti.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data yang memberikan seperangkat pernyataan kepada responden untuk mendapatkan sebuah informasi. Metode pengumpulan data ini merupakan cara yang efisien apabila responden yang dituju memiliki

jumlah yang banyak dan tersebar dalam lingkup yang luas serta telah ditentukan variabel yang ingin diukur. Pembagian kuesioner kepada responden dalam penelitian ini memanfaatkan media internet menggunakan *google form* melalui media sosial Instagram.

Desain pengukuran yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah pengukuran skala interval untuk menunjukkan peringkat pengukuran antara tingkatan. Skala pengukuran interval dapat juga disebut sebagai skala pengukuran likert yang mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap sebuah fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Skala likert dapat mengukur variabel yang akan dijabarkan dengan indikator variabel sebagai acuan untuk menyusun pernyataan. Skala likert merupakan skala perhitungan terhadap jawaban yang diberikan oleh responden, dimana jawaban tersebut telah diberi bobot nilai.

Tabel 3.2 Bobot Nilai Skala likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.2.4. Paradigma Penelitian

Paradigma adalah sebuah pola pikir untuk menggambarkan kaitan antara variabel yang diteliti, menggambarkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang akan dijawab dengan melakukan penelitian, penggunaan teori dalam merumuskan

hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, serta penggunaan teknik analisis (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, berasumsi bahwa suatu fenomena tersebut dapat dikategorikan, fenomena tersebut bersifat klausal, sehingga penelitian hanya berfokus pada beberapa variabel saja. Model hubungan variabel disebut sebagai paradigma penelitian.

Paradigma positivistik adalah metode yang diklasifikasikan untuk menggabungkan logika deduksi dengan observasi yang empiris dari perilaku individu untuk memprediksi hubungan klasual pada aktivitas umum manusia. Dalam penelitian ini, menggunakan paradigma untuk mengetahui hubungan serta sebab akibat dari pengaruh pemasaran konten terhadap *behavioral intention* konsumen MZD Si Raja Lada.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah unit yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas serta ciri khusus tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk mencari informasi, mempelajari serta menarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Populasi disebut sebagai sumber penelitian yang memiliki jumlah banyak serta luas. Sehingga diperlukan cara alternatif untuk melakukan penelitian yang efisien dan efektif yaitu dengan pemilihan responden.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 25.300 pengikut di instagram @cipakkoceakmzd. Alasan peneliti mengambil populasi ini karena pengikut instagram @cipakkoceakmzd sudah pernah atau sering membeli, sudah/sering

melihat pemasaran konten dan lebih mengetahui informasi yang diberikan oleh MZD Si Raja Lada di Instagram.

3.3.2. Sampel

Sebagian jumlah dari populasi disebut sebagai sampel. Sampel diperlukan apabila jumlah populasi besar dan tidak memungkinkan untuk meneliti dan mempelajari keseluruhan populasi, tetapi kesimpulan yang dihasilkan dapat mewakili keseluruhan populasi. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Darmawan, 2014), yang dapat dilihat sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan (*margin error*)

Maka, sesuai dengan rumus tersebut, penelitian ini memiliki populasi (N) 25.300 pengikut instagram @cipakkoceakmzd dengan tingkat kesalahan (e) = 10%.

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

$$n = \frac{25.300}{1 + 25.300 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{25.300}{1 + 25.300 (0.01)}$$

$$n = \frac{25.300}{1 + 253}$$

$$n = \frac{25.300}{254}$$

$$n = 99.606 = 100$$

Berdasarkan hasil hitung menggunakan rumus slovin, maka jumlah sampel untuk mewakili populasi sebanyak 100 responden dari pengikut instagram @cipakkoceakmzd, hasil tersebut didapat setelah dilakukan pembulatan ke atas.

Penelitian ini menggunakan teknik sampel *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama kepada semua sampel dari suatu populasi. Teknik ini meliputi *purposive sampling* yang artinya pengambilan anggota sampel diambil dengan ada pertimbangan tertentu, seperti menetapkan kriteria. Dalam menarik sampel, dalam penelitian ini memiliki kriteria:

1. Orang yang mengikuti instagram @cipakkoceakmzd.
2. Pernah mengunjungi instagram @cipakkoceakmzd.
3. Pernah membeli produk MZD Si Raja Lada.

Jumlah populasi yang besar membuat peneliti mengambil sampel untuk mempelajari secara efektif dan efisien. Penggunaan *non probability sampling* khususnya *purposive sampling* karena peneliti memiliki pertimbangan untuk menghasilkan data yang akurat dari orang yang dianggap memiliki pengetahuan mengenai pemasaran konten yang dilakukan oleh MZD Si Raja Lada.

3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Data yang telah di uji oleh instrumen yang valid dan reliabel akan mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Hasil penelitian yang valid artinya data memiliki hasil yang sama antara data yang terkumpul dan data yang terjadi dilapangan. Selain itu, hasil penelitian yang diuji dalam waktu yang berbeda tetapi menghasilkan hasil data yang sama dapat dikatakan reliabel. Instrumen valid adalah

kesesuaian alat ukur yang digunakan dengan sesuatu yang sedang diukur. Instrumen reliabel adalah alat ukur yang digunakan berkali-kali untuk menguji objek yang sama serta memiliki hasil yang sama.

3.4.1. Uji Validitas

Validitas untuk menunjukkan seberapa akurat instrumen yang digunakan untuk penelitian hingga mendapatkan data yang valid. Instrumen yang digunakan untuk menghasilkan data yang valid harus memiliki validitas internal dan eksternal. Validitas internal timbul jika kriteria telah mencerminkan apa yang akan diukur. Sedangkan validitas eksternal dibentuk berdasarkan fakta yang empiris.

Menghitung validitas suatu instrumen, penelitian ini menggunakan rumus *product moment* dari Pearson (Ardial, 2015):

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

$(\sum X^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel X

$(\sum Y^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel Y

$(\sum X)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel X

$(\sum Y)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel Y

$(\sum X.Y)$ = Jumlah hasil kali variabel X dan Y

Dalam hal ini, ukuran pengujian dapat dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,1$, sedangkan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat ukur tersebut tidak valid.

3.4.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan reliabilitas dengan *internal consistency*, dilakukan dengan mencoba instrumen satu kali kemudian dianalisis dengan teknik tertentu. Dalam melakukan uji instrumen reliabilitas dapat dilakukan secara internal maupun eksternal. Teknik belah dua dari Spearman Brown dapat menguji reliabilitas instrumen menggunakan rumus:

$$r_i = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Keterangan:

r_i = reliabilitas seluruh instrumen.

rb = korelasi produk moment antara belahan pertama dan kedua.

3.4.3. Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan mengenai kondisi populasi yang kebenarannya akan diuji berdasarkan data yang telah diperoleh dan masuk kedalam proses statistik. Hipotesis dapat disebut sebagai perkiraan kondisi populasi melalui data yang diperoleh dari sampel. Istilah hipotesis nol artinya hasil penelitian memiliki kesamaan antara parameter dengan data statistik, selain itu hipotesis alternatif yang berarti adanya perbedaan antara parameter dengan data statistik. Pengujian hipotesis menggunakan T-Test dan regresi sederhana.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan metode mencari, menyusun data secara terstruktur dari hasil kuesioner, wawancara, dokumentasi serta observasi dengan mengorganisasikan data kedalam suatu kelompok (Sugiyono, 2018).

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik parametris untuk menguji populasi melalui data sampel dalam data interval. Maka teknik analisis yang digunakan yaitu pengujian hipotesis T-Test dan regresi sederhana.

Sumber data pada penelitian ini diantaranya:

1. Data primer adalah data yang dihasilkan secara langsung dari sumber primer (pertama) melalui pengumpulan kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan. Kuesioner yang dibagikan dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka. Sumber utama dalam penelitian ini yaitu orang-orang yang mengikuti akun instagram @cipakkoceakmzd.
2. Data sekunder adalah data yang dihasilkan secara tidak langsung karena adanya media perantara. Data penunjang penelitian disebut juga sebagai data sekunder seperti penelitian terdahulu berupa jurnal, tesis, laporan penelitian serta buku yang berhubungan dengan topik permasalahan penelitian.

3.6 Tempat dan Jadwal Penelitian

Proses penelitian terkait “Pengaruh Pemasaran Konten terhadap *Behavioral Intention* Konsumen MZD Si Raja Lada” dilakukan secara *online* melalui *google form* yaitu salah satu layanan dari *google* untuk membuat survei

kuesioner, kepada para pengikut instagram MZD Si Raja Lada di @cipakkocekmzd. Adapun jadwal penelitian saat penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Penelitian 2022-2023								
		September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei
1.	Persiapan penelitian									
2.	Penulisan Bab I, II, III									
3.	Seminar Usulan Penelitian									
4.	Perbaikan UP									
5.	Pengumpulan Data Penelitian									
6.	Pengolahan data									
7.	Penulisan Bab IV, dan V									
8.	Sidang Skripsi									