Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Kriyantono (2009, h. 56) mengatakan dalam bukunya, tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menguji teori atau hipotesis, mendukung atau menolak teori, dan data hanya sebagai sarana konfirmasi teori atau dengan kata lain membuktikan teori dengan data. Setelah mendapatkan sejumlah data yang diperlukan dari hasil lapangan, maka peneliti melakukan analisis lapangan tersebut dan kemudian hasilnya dicocokan kembali dengan konsep dan teori, konsep, hipotesis, dan asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Metode penelitian kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan instagram terhadap eksistensi diri di kalangan remaja. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan studi pustaka sebagai metode pengumpulan data.

Untuk sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatif

> Eksplanatif adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan tentang hubungan antara suatu fenomena untuk satu variable. Pada penelitian eksplanatif menghubunglkan dan mencari sebab akibat antara dua atau lebih variable yang akan diteliti. Dalam hal ini, dibtuhkan definisis konsep, keranga konseptual, dan kerangka teori. (Kriyantono. 2009, h : 68)

Metode eksplanatif dipilih sebagai teknik penelitian yang digunakan karena peneliti menjelaskan pengaruh komunikasi interpersonal dengan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

3.2. Populasi

Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan. (Sugiyono, 2009)

Populasi (kumpulan objek riset) bisa berupa orang, organisasi, kata- kata dan kalimat, simbol-simbol nonverbal, surat kabar, radio, televisi, iklan dan lainnya. Objek riset ini juga disebut satuan analisis (*unite of analysis*) atau unsur-unsur populasi. Jadi, unit analisis ini merupakan unit yang akan diriset. (Kriyantono, 2008, h.153)

Populasi menurut Burhan Bungin berasal dari kata bahasa inggris *population,* yang berarti jumlah penduduk. Sulistyo dan Basuki (2006, h.182) mengemukakan populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen dari lembaga Bahasa Inggris *Wall Street English* cabang Alam Sutera periode bulan Oktober sampai November yang berjumlah 312 orang.

3.3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dalam suatu penelitian. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Sebab sampel merupakan unit bersifat representatif terhadap populasi dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2013, h. 120). Menurut Kriyantono (2009, h. 151) sampel merupakan sebagian

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

besar dari obyek atau fenomena yang akan diamati.

Teknik pengambilan sampel (teknik *sampling*) yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2001, h. 57) *probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sample. Jenis *probability sampling* yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Dengan metode ini, peneliti akan memberikan peluang yang sama bagi populasi penelitian, untuk berkesempatan dipilih menjadi anggota sampel.

Menurut Kerlinger (2006, h. 188) *simple random sampling* adalah metode penarikan dari sebuah populasi atau semesta dengan cara tertentu sehingga setiap anggota populasi atau semesta tadi memiliki peluang yang sama untuk terpilih atau terambil.

Margono (2004, h. 126) menyatakan bahwa *simple random sampling* adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Cara ini dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

Dengan penjelasan tersebut, maka peneliti mengambil sampel sebesar 30% dari jumlah populasi yang mewakili sebagai sampel dengan sistem undian. Maka, terpilih 94 responden yang dianggap mewakili untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah denga menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan terstruktur yang diberikan kepada responden) dan

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

studi pustaka. Metode pengumpulan data secara aktof beberapa diantaranya meliputi pemberian kuesioner secara langsung dengan responden (Sarwono, 2006, h. 10)

Kuesioner yang diberikan kepada responden merupakan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan hal-hal yang ingin diteliti agar dapat mengetahui jawaban dari responden berdasarkan pertanyaan atau pernyataan tersebut sesuai dengan jawaban yang sebenarnya dari para responden.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014, h. 199). Berikut adalah beberapa kelebihan dan kelemahan dalam kuesioner :

1. Menghemat waktu.
2. Menghemat tenaga
3. Menghemat biaya.
4. Pertanyaan atau pernyataan yang diberikan harus jelas
5. Tingkat kejujuran responden dalam menjawab perntanyaan atau pernyataan minim.

Selain menggunakan kuesioner, peneliti juga melakukan studi kepustakaan dengan mempelajari buku, penelitian terdahulu, serta referensi lainnya yang terkait dan dapat mendukung penelitian ini. Peneliti juga menggunakan sumber referensi dari internet.

3.5. Teknik Pengukuran Data

3.5.1 Definisi dan Operasionalisasi Konsep

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel terikat serta variabel bebas, Variable bebas merupakan variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Komunikasi Interpersonal *Personal Consultant* (X).

Sedangkan variabel terikat adalah yang tergantung pada variabel lainnya. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Kedua variabel ini kemudian dibagi menjadi beberapa dimensi dan dijelaskan indikatornya.

Komunikasi interpersonal mengacu pada konsep komunikasi interpersonal menurut Devito (2011, h. 285) yang menyatakan bahwa dimensi komunikasi interpersonal terdiri dari

1. Keterbukaan (*openness*)
2. Kesamaan(*equality*)
3. Rasa positif (*positiveness*)
4. Dukungan (*supportiveness*)
5. Empati (*emphaty*).

Berikut operasionalisasi konsep variabel komunikasi interpersonal (X)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

Tabel 3.1

Operasionalsasi Konsep Variabel X

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Komunikasi Interpersonal (X)	Keterbukaan (*openness*)	*Personal Consultant* menjelaskan mengenai keuntungan berbahasa inggris
			Personal Consultant memberikan waktu kepada konsumen untuk bertanya lebih dalam mengenai Wall Street English
			Personal Consultant memberikan penjelasan detail mengenai program belajar Wall Street English
		Kesamaan (*equality*)	*Personal Consultant* memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan setiap konusmen dengan adil
			Personal Consulant menghargai pendapat yang disampaikan oleh konsumen
		Rasa Posititif (*positiveness*)	*Personal Consultant* menciptakan rasa kebutuhan akan berbahasa inggris ke dalam diri konsumen
			Personal Consultant menciptakan rasa ketertarikan akan produknya ke dalam diri konsumen
			Personal Consultant menjabarkan pentingnya dapat menguasai berbahasa inggris
		Dukungan (*supportiveness*)	*Personal Consultant* memberikan masukan terkait kebutuhan berbahasa inggris konsumen
		Empati (*empathy*)	*Personal Consultant* mengerti serta memahami kebutuhan konsumen akan berbahasa inggris

Keputusan pembelian merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

Menurut Koter (2008, h. 178) terdiri tahap tahap keputusan pembelian, yaitu:

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian

Berikut merupakan operasionalisasi konsep dari variabel keputusan pembelian (Y)

Tabel 3.2

Operasionalisasi Konsep Variabel Y

No	Variabel	Dimensi	Indikator
2	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	Konsumen mengetahui informasi mengenai program belajar di Wall Street English
			Konsumen memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dalam berbahasa inggris
		Pencarian Informasi	Konsumen mencari tahu lebih dalam serta aktif bertanya kepada *Personal Consultant* mengenai Wall Street English
			Konsumen melakukan pencarian lebih lanjut melalui mengenai informasi yang telah disampaikan oleh *Personal Consultant*
		Evaluasi Alternatif	Konsumen membandingkan informasi mengenai Wall Street English untuk mendapatkan hasil yang lebih baik serta mampu memenuhi kebutuhannya
		Keputusan Pembelian	Konsumen merasa bahwa

Pengaruh Komunikasi Interpersonal.... Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

			English mampu memenuhi kebutuhannya dalam berbahasa inggris
			Konsumen memutuskan untuk mengikuti program belajar di Wall Street English
			Konsumen merasa percaya dengan *Personal Consultant* sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian program belajar Wall Street English

3.5.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk mengukur variabel dengan instrumen tertentu yang dinyatakan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2013, h.135). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, yang merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel seperti sikap, pendapat, presepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013, h. 134). Dengan meggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dalam penelitian dijabarkan menjadi indikator variabel. Dengan mengacu indikator tersebut, peneliti dapat menentukan titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban pada setiap instrmen yang menggunakan skala Likert diberikan skor sebagai berikut :

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tabel 3.3

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

Skala Likert

Penilaian	Bobot Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Normal (N)	3
Tidak Setuju(TS)	2
Sangat Tidak Setuju(STS)	1

(Sugiyono, 2013, h. 135)

3.6. Uji Instrumen

3.6.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013, h.172), instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Alat dikatakan valid apabila instrumen penelitian mampu mengukur konsep atau variabel penelitian yang diukur, dalam penelitian ini variabel Komunikasi Interpersonal dan Keputusan Pembelian .

Untuk dapat menguji validitas suatu instrumen, maka digunakanlah *factor analysis* dalam program SPSS yang memiliki kemampuan mengetahui apakah variabel yang dimaksud telah berada di dimensinya. Dalam penelitian ini digunakan ujivaliditas dengan faktor analysis Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)

Valid tidaknya suatu indikator yang ditelti mengacu jika nilai KMO ≥ 0.6 dengan signifikansi ≤ 0.05 maka indikator-indikator konsep yang diujikan dalam penelitian ini layak difaktor-analisiskan. Adapun hasil uji validitas tiap variable dalam penelitian ini sebagai berikut.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas KMO Variabel X

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.840
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	528.546
	df	78
	Sig.	.000

Hasil pengujian validitas dengan faktor analisis menunjukan nilai Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) adalah sebesar 0,840 lebih besar dari 0,60 dan hasil Bartlett's Test menunjukan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang dapat diartikan bahwa indikator-indikator atau variabel independen yang diuji dalam penelitian ini layak di faktor-analisiskan

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas KMO Variabel Y

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.895
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	556.905
	df	55
	Sig.	.000

Hasil pengujian validitas dengan faktor analisis menunjukan nilai Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) adalah sebesar 0,895 lebih besar dari 0,60 dan hasil Bartlett's Test menunjukan signifikan sebesar 0,000

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

lebih kecil dari 0,05 yang dapat diartikan bahwa indikator-indikator atau variabel dependen yang diuji dalam penelitian ini layak di faktor-analisiskan

3.6.2. Uji Reliabilitas

Suatu alat pengukur dapat dikatakan reliable apabila alat ukur tersebut dalam mengukur suatu gejala menunjukan hasil yang sama meskipun dalam waktu yang berlainan atau berbeda. Maka dapat dikatakan bahwa alat yang reliable secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama (Nasution, 2007, h. 77)

Uji reliabilitas adalah salah satu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala/kejadian. Suatu penelitian dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut konsisten dalam memberikan penilian atas apa yang diukur. Dalam pertimbangan yang digunakan untuk menentukan reliabilitas suatu kuesioner adalah jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (Ghozali, 2005).

Tabel 3.6

Tingkat Realibitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reabilitas
0.00 s/d 0.20	Kurang Reliabel
0.020 s/d 0.40	Agak Reliabel
0.40 s/d 0.60	Cukup Reliabel
0.60 s/d 0.80	Reliabel
0.80 s/d 1.00	Sangat Reliabel

Hasil uji reabilitas untuk indikator-indikator dari variabel bebas (X) yaitu

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

komunikasi interpersonal *personal consultant* yang sudah diuji dalam program IBM SPSS 23 tertera dalam table di bawah ini :

Tabel 3.7

Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	13

Nilai Alpha Cronbach menunjukan angka 0,889 yang berarti bahwa tingkat reabilitas variabel X yaitu variabel Komuniasi Interpersonal *Personal Consltant* tergolong sangat reliabel.

Selanjutnya, hasil tingkat reabilitas pada variable terikat (Y) yakni Keputusan Pembelian yang telah diuji menggunakan program IBM SPSS 23 tertera dalam table dibawah ini :

Tabel 3.8

Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	11

Nilai Alpha Cronbach menunjukan angka 0,905 yang berarti bahwa tingkat reabilitas pada variabel terikat (Y) yaitu variabel Keputusan Pembelian tergolong sangat reliabel.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara atau metode untuk menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. (Noor, 2011, h. 164)

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linear digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung dan memprediksi variable tergantung dengan menggunakan variabel bebas (Sugiyono, 2013 ,h. 247).

Bentuk persamaan yang digunakan adalah:

Tabel 3.9 Koefisien Regresi

Y'=a+b X

Keterangan:

Y' = variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tak bebas/dependen yang diprediksi)

X = variabel bebas (subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)

a = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) mana terjadi penurunan.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018

3.8 Uji Hipotesis

Hipotesis yang telah dirumuskan dalam sebuah penelitian, tentunya harus diuji secara empiris. Uji hipotesis ini dilakukan setelah data terkumpul melalui tabulasi data secara lengkap dari lapangan, lalu dikelompokan dalam table untuk akhirnya dianalisis serta diperoleh kesimpulan untuk mengukur data statistic (Sugiyono, 2007, h. 212)

Hipotesis statistik dalam penelitian ini, yaitu :

Ho : $\rho = 0$

Ha : $\rho \neq 0$

Maka hipotesis penelitiannya adalah :

(Ho1) : Tidak ada pengaruh komunikasi interpersonal terhadap keputusan pembelian

(Ha1) : Terdapat pengaruh komunikasi interpersonal terhadap keputusan pembelian

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Pengaruh Komunikasi Interpersonal..., Raka Raditya, FIKOM UMN, 2018