



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 dan Jenis Penelitian

Sifat penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Menurut Kriyantono (2012: 55) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat di generalisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi yang ada.

Dalam penelitian kuantitatif, peneliti dituntut bersikap objektif dan memisahkan diri dari data yang artinya peneliti tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data sekehendak diri sendiri. Semua harus objektif dengan diuji dahulu apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah memiliki prinsip reliabilitas dan validitas. Dengan kata lain, peneliti berusaha membatasi konsep atau variabel yang diteliti dengan cara mengarahkan *setting* yang terkontrol, lebih sistematis dan terstruktur dalam sebuah desain penelitian (Kriyantono, 2012: 55-56).

Menurut Sugiyono (2013: 7), penelitian kuantitatif disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme selain itu juga dikatan metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu kongkrit/empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini di sebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Jenis penelitian ini adalah eksplanatif, ekspnatif merupakan jenis penelitian yang menghubungkan atau mencari sebab-akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti.

Penelitian ini kuantitatif dikarenakan penelitian ini menggunakan cara-cara statistik (generalisasi) untuk membahasnya yang tentunya hasil atau output yang dihasilkan dari penelitian ini adalah objektif.

Jenis penelitian ini adalah jenis ekplanatif, karena dalam penelitian ini peneliti menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua konsep (variabel) yang diteliti. (Kriyantono, 2012: 69)

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Survei adalah metode penelitian dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2012: 59).

Dalam survei proses pengumpulan data dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Kriyantono, 2012:60).

Jenis survei yang digunakan adalah survei eksplanatif. Jenis survei ini digunakan karena peneliti ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (sebab-akibat). Dengan kata lain, peneliti ingin menjelaskan hubungan antara variabel X dan Variabel Y dalam penelitian ini (Kriyantono, 2012: 60).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi berasal dari kata dalam bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk, oleh karena itu, kebanyakan orang menghubungkan kata populasi dengan masalah-masalah kependudukan. Dalam penelitian populasi diartikan serumpun atau sekelompok orang yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan lain sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2013: 109).

Menurut Usman (2009: 181) populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Sedangkan menurut Sugioyono (2013: 61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X SMAN 28 kabupaten tangerang. Dengan jumlah populasinya sebanyak 216 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013: 62) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Dalam penelitian teknik *sampling* yang digunakan adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sample yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih. Cara yang digunakan yaitu teknik *simple random sampling*. (Sugiyono, 2013: 63)

Teknik *simple random sampling* adalah teknik yang pengambilan anggota sample dari populasinya dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Pengambilan *simple random sampling* dapat dilakukan dengan cara

undian, memilih bilangan dari daftar bilangan secara acak dan sebagainya (Sugiyono, 2013: 64). Dalam penelitian ini memiliki sample sebanyak 68 orang.

Rumus yang digunakan dalam menghitung sample tersebut adalah rumus Slovin karena populasi dalam penelitian ini sudah di ketahui.

$$\begin{aligned}n &= N/1 + Ne^2 \\n &= 216/1 + 216 \times (0,1)^2 \\n &= 216/3,16 \\n &= 68,3544304 \\n &= 68 \text{ (dibulatkan)}\end{aligned}$$

Keterangan:

n : Jumlah sample yang dicari

N : Jumlah populasi

e : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 10%, kemudian e ini di kuadratkan.

3.4 Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian terdapat dua variabel yaitu, terpaan iklan sebagai variabel bebasnya dan minat beli khalayak (siswa kelas X SMAN 28 kabupaten tangerang) sebagai variabel terikatnya. Variabel ini dipecahkan lagi menjadi beberapa dimensi dan dijelaskan oleh indikator-indikatornya.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Konsep (X)

Konsep Terpaan Iklan		
Variabel	Dimensi	Indikator
Iklan Smartphone Samsung Galaxy Ace 3	Frekuensi	Saya melihat iklan smartphone Samsung galaxy ace 3 di televisi dalam sehari, sebanyak berapa kali
	Durasi	saya melihat iklan smartphone Samsung galaxy ace 3 di televisi dalam sehari, selama

	<p>Intensitas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • .visual <ul style="list-style-type: none"> ○ saya memperhatikan gambar smartphone samsung galaxy ace 3 ○ saya memperhatikan pemeran (aktris) dalam iklan samsung galaxy ace 3 ○ saya memperhatikan jalan cerita dalam iklan ○ saya memperhatikan suasana dalam iklan ○ saya memperhatikan lokasi dalam iklan • audio <ul style="list-style-type: none"> ○ saya memahami narasi dalam iklan ○ saya memahami percakapan dalam iklan
--	-------------------	---

Tabel 3.2

Operasionalisasi Konsep (Y)

Konsep Minat Beli Khalayak		
Variabel	Dimensi	Indikator
Minat Beli Siswa Kelas X SMAN 28 Kabupaten Tangerang	Sikap	<ul style="list-style-type: none"> • Kognitif <ul style="list-style-type: none"> ○ Saya mengetahui info produk samsung galaxy ace 3 dari iklan ○ Saya percaya dengan produk samsung • Afektif <ul style="list-style-type: none"> ○ Saya menyukai smartphone Samsung galaxy ace 3 • Konatif <ul style="list-style-type: none"> ○ Saya akan membeli smartphone Samsung galaxy ace 3

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data yaitu data primer dan sekunder (Kriyantono, 2012: 95).

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian (Bungin, 2013: 132). Dalam pengumpulan data primer ini peneliti menggunakan metode kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan dari penyebaran angket ini adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, 2012: 97).

Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dari kuesioner yang telah diisi dengan benar oleh responden yang dalam ini adalah siswa kelas X SMAN 28 kabupaten tangerang. Yang kemudian diolah menggunakan *software* IBM SPSS 21.

Metode angket yang digunakan untuk mendapat data primer ini adalah metode angket tertutup. Metode angket tertutup adalah

suatu angket yang dimana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh peneliti. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya, dengan memberikan tanda silang (X) atau *checklist* (✓) pada jawaban yang disediakan.

Alat pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan (Bungin, 2013: 132). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini ini adalah data yang sebelumnya sudah tersedia (refrensi). Data ini didapatkan dari berbagai sumber, antara lain internet, artikel-artikel, buku dan berbagai sumber lain yang terkait dengan penelitian ini.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah angket atau kuesioner, dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus *Pearson's product moment* (PPM) yang dibantu dengan program SPSS versi 21 untuk menguji valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan. Pernyataan dalam kuesioner

dinyatakan valid jika r^{hitung} lebih besar dari pada r^{table} pada nilai signifikansi 5%. Berikut ini adalah rumus PPM dan hasil ringkasan dari uji validitas kuesioner.

Rumus Pearson's Product Moment

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

keterangan:

r = koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*

N = jumlah individu dalam sampel

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y

UMMN

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Terpaan Tayangan Iklan Samsung *Galaxy*

Ace 3 di Televisi

Kuesioner	r^{hitung}	r^{tabel}	keterangan
1	0,277	0,235	Valid
2	0,270	0,235	Valid
3	0,459	0,235	Valid
4	0,262	0,235	Valid
5	0,604	0,235	Valid
6	0,469	0,235	Valid
7	0,479	0,235	Valid
8	0,617	0,235	Valid
9	0,532	0,235	Valid
10	0,395	0,235	Valid
11	0,412	0,235	Valid
12	0,501	0,235	Valid
13	0,511	0,235	Valid
14	0,434	0,235	Valid
15	0,568	0,235	Valid
16	0,417	0,235	Valid

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Minat Beli Siswa Kelas X SMAN 28

Kabupaten Tangerang

Kuesioner	r^{hitung}	r^{tabel}	keterangan
17	0,401	0,235	Valid
18	0,568	0,235	Valid
19	0,615	0,235	Valid
20	0,633	0,235	Valid
21	0,638	0,235	Valid
22	0,612	0,235	Valid
23	0,506	0,235	Valid
24	0,505	0,235	Valid
25	0,452	0,235	Valid
26	0,671	0,235	Valid

Hasil uji validitas sebagaimana sebagai mana yang telah ditunjukkan oleh table-tabel diatas bahwa r^{hitung} lebih besar dari r^{tabel} pada nilai signifikansi 5%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam angket penelitian ini valid, sehingga dapat digunakan untuk instrumen penelitian.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsisten atau tidaknya kuesioner jika digunakan berulang-ulang. Usman (2009: 287) mengatakan bahwa reliabilitas adalah mengukur instrumen terhadap ketepatan (konsistensi). Dalam penelitian ini uji reliabilitasnya menggunakan SPSS versi 21 dengan *Cronbach's Alpha*. Berikut ini rumus dan hasil uji reliabilitasnya.

$$\alpha = N.c / \delta + (N-1).c$$

keterangan:

α = *Cronbach's Alpha*

δ = Variasi rata-rata

N = Jumlah komponen

c = Total rata-rata koefisien diantara komponen

dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $\alpha > 0,235$ maka konsisten
2. Jika $\alpha < 0,235$ maka tidak konsisten

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas Terpaan Tayangan Iklan Samsung *Galaxy*

Ace 3 di Televisi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	16

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Siswa Kelas X SMAN 28

Kabupaten Cisauk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	10

Berdasarkan kedua tabel hasil uji reliabilitas kedua variabel baik itu variabel terpaan tayangan iklan Samsung *galaxy ace 3* di televisi (0,725) maupun variabel minat beli siswa kelas X SMAN 28 Kabupaten Tangerang (0,742) dinyatakan konsisten, karena nilai α -

nya lebih besar dari pada 0,235 (t_{tabel}). Dengan demikian pernyataan dalam kuesioner dianggap reliable.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013:147).

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik inferensial meliputi statistik parametris dan non parametris (Sugiyono, 2013: 147).

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2013: 147).

Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik ini disebut statistik probabilitas, karena kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel itu kebenarannya bersifat peluang. Suatu kesimpulan dari data sampel yang akan diberlakukan untuk populasi itu mempunyai peluang kesalahan dan kebenaran yang dinyatakan dalam bentuk prosentase, peluang kesalahan dan kepercayaan ini disebut dengan taraf signifikansi. Signifikansi adalah kemampuan untuk digeneralisasikan dengan kesalahan tertentu. Ada hubungan signifikansi berarti hubungan itu dapat digeneralisasikan. Ada perbedaan signifikansi berarti perbedaan itu dapat digeneralisasikan (Sugiyono, 2013: 148-149).

Dalam statistik inferensial terdapat statistik parametris dan statistik non-parametris. Menurut Sugiyono (2013: 149-150) statistik parametris digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik. Sedangkan, statistik non-parametris tidak menguji parameter populasi tetapi menguji distribusi. Penggunaan parametris dan non-parametris tergantung pada asumsi dan jenis data yang akan dianalisis. Statistik parametris kebanyakan digunakan untuk menganalisis data interval dan rasio. Sedangkan statistik non-parametris kebanyakan digunakan untuk menganalisis data nominal, ordinal.

3.7.1 Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi dikenal sebagai nilai hubungan atau korelasi antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Nilai koefisien korelasi sebagaimana juga taraf signifikansi digunakan sebagai pedoman untuk melakukan suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak dalam suatu penelitian. Nilai koefisien korelasi bergerak dari $0 \geq 1$ atau $1 \leq 0$ (Bungin, 2013: 194). Jika dideskripsikan, nilai koefisien korelasi tersebar sebagai berikut:

Tabel 3.7

Nilai Koefisien

Nilai Koefisien	Penjelasan
+ 0,70 – ke atas	<i>A very strong positive association</i> (hubungan positif yang sangat kuat)
+0,50 – +0,69	<i>A substantial positive association</i> (hubungan positif yang mantap)
+0,30 – +0,49	<i>A moderate positive association</i> (hubungan positif yang sedang)
+0,10 – +0,29	<i>A low positive association</i> (hubungan positif yang tak berarti)
0,0	<i>No association</i> (tidak ada hubungan)
-0,01 – -0,09	<i>A Negligible negative association</i> (hubungan negatif yang tak berarti)
-0,10 – -0,29	<i>A low negative association</i> (hubungan negatif yang rendah)
-0,30 – -0,49	<i>A moderate negative association</i> (hubungan negatif yang sedang)
-0,50 – -0,59	<i>A substantial negative association</i> (hubungan negatif yang mantap)
-0,70 – -ke bawah	<i>A very strong negative association</i> (hubungan negatif yang kuat)

3.7.2 Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab-akibat) atau hubungan fungsional. Menurut Mustikoweni dalam Kriyantono (2012: 183), regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan. Sedangkan menurut Bungin (2013: 232), uji regresi dimaksudkan untuk menguji bagaimana pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. Uji regresi juga digunakan untuk melihat perbedaan besar kecilnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Uji regresi dalam penelitian ini digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh dari terpaan tayangan iklan Samsung *galaxy Ace 3* di televisi terhadap minat beli siswa kelas X SMAN 28 kabupaten tangerang. Uji regresi yang digunakan adalah uji regresi sederhana, karena dalam penelitian ini hanya memiliki satu X.

Uji regresi sederhana digunakan jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang variabel X (bebas) dan yang mana variabel Y (terikat) sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu (Kriyantono, 2012: 184). Hasil dari uji regresi ini berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen, koefisien ini diperoleh

dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Berikut ini rumus uji regresi sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

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

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

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

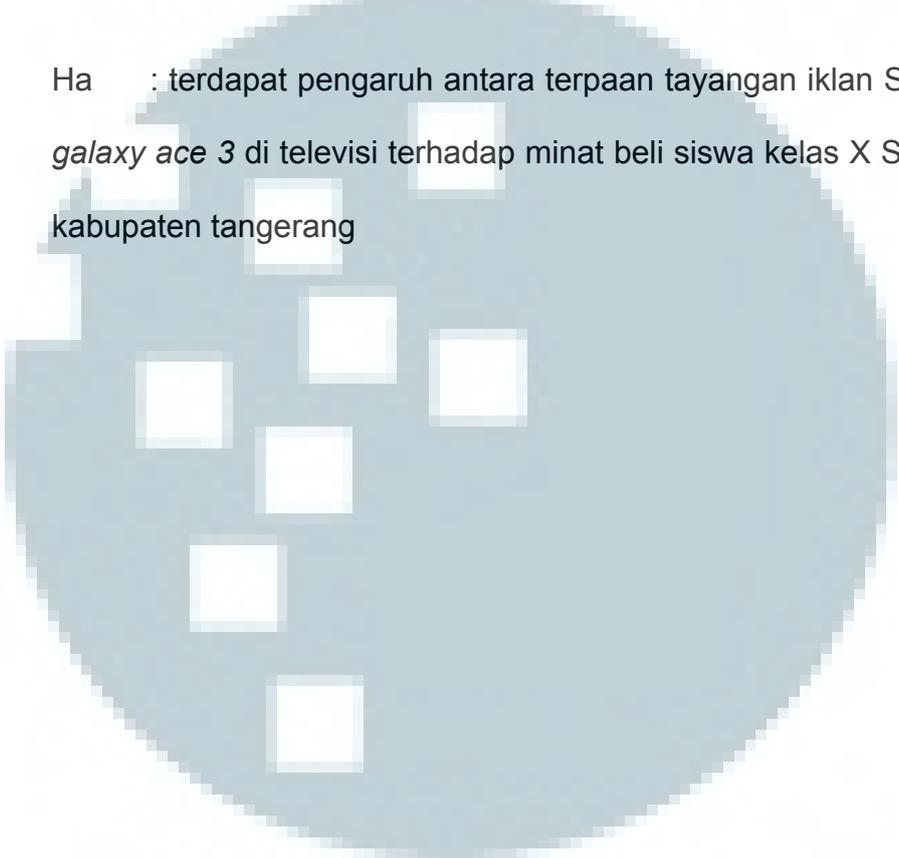
b = koefisien regresi yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan

pengambilan keputusan dari hipotesis teoritis ini yaitu:

1. Jika nilai signifikansinya < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
2. Jika nilai signifikansinya > 0,05 maka Ha ditolak dan Ho diterima

Ho : tidak ada pengaruh antara terpaan tayangan iklan Samsung *galaxy ace 3* di televisi terhadap minat beli siswa kelas X SMAN 28 kabupaten tangerang

Ha : terdapat pengaruh antara terpaan tayangan iklan Samsung *galaxy ace 3* di televisi terhadap minat beli siswa kelas X SMAN 28 kabupaten tangerang



UMMN