

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang mengambil sampel obyek penelitian yaitu konsumen.

#### **3.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlokasi di wilayah Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman.

#### **3.2. Variabel dan Defenisi Operasional Variabel**

##### **1. Independen variabel**

Independen variabel yaitu sejumlah faktor yang mempengaruhi atau menentukan munculnya faktor lain, yang termasuk dalam Independen Variabel dalam penelitian ini adalah :

➤ **Kemampuan dialog**

Dialog adalah pesan iklan yang disampaikan kepada konsumen melalui percakapan ataupun berbagai pernyataan-pernyataan (Terence, 1998, 473).

Dari pernyataan tersebut dialog diartikan sebagai suatu bentuk

pernyataan atau informasi yang diberikan oleh pemeran iklan mengenai suatu produk

Indikator yang ada dalam variabel kemampuan dialog:

1. Kemampuan pemeran iklan dalam dialog dengan sesama pemeran iklan yang lain secara menarik.
2. Bahasa yang digunakan oleh pemeran iklan mudah dipahami dan diingat konsumen
3. kemampuan pemeran iklan untuk menyampaikan pengetahuan tentang produk.

➤ Kemampuan akting

Kemampuan akting menunjukkan kemampuan dari pemeran iklan untuk memerankan suatu adegan sesuai dengan karakter dalam naskah cerita iklan. (Terence, 1998, 473). Variabel kemampuan akting dalam penelitian ini ditunjukkan melalui beberapa indikator yaitu:

1. Penjiwaan terhadap peran yang dibawakan
2. Spontanitas
3. Kemampuan menghidupkan cerita.

➤ Pemeran iklan

Pemeran iklan adalah (aktor, penghibur atau atlit) yang dikenal masyarakat karena prestasinya dalam bidang-bidang yang berbeda dari golongan produk yang didukung (Terence, 1998; 473). Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa

pemeran iklan adalah seseorang atau kelompok yang dapat memerankan seorang tokoh dalam iklan. Pemeran iklan dapat diperankan oleh selebritis maupun non-selebritis.

Indikator yang ada dalam variabel pemeran iklan:

1. Ciri khas dari pemeran iklan.
2. Gaya dari pemeran iklan.
3. Penampilan dari pemeran iklan.

## 2. Dependen Variabel

Adalah sejumlah faktor yang ada atau muncul yang dipengaruhi dan ditentukan oleh adanya variabel bebas (Sutrisno Hadi, 1984) Yang termasuk dalam dependen variabel adalah minat beli yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli produk Kartu As.

Indikator minat beli meliputi (Kotler, 1993 hal 249 ):

- a. Adanya kebutuhan terhadap produk
- b. Produk tersedia dimana-mana
- c. Kebutuhan informasi tentang produk

## 3.3. Populasi dan Sampel

### 3.3.1. Pengertian Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya (Sugiyono, 2004;55). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian ini adalah pemirsa iklan humor Kartu As.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti yang dipilih secara acak guna untuk mengambil kesimpulan terhadap populasi, dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah pemirsa iklan humor Kartu As yang berdomosili di wilayah kecamatan Mlati

### 3.3.2. Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini digunakan adalah metode *non probability sampling* yaitu dengan metode *quota sampling*. Metode *quota sampling* adalah pengambilan sampel dimana subjek yang diteliti ditentukan lebih dulu (setiap stratum diberi jatah atau quota) dimana quota telah ditentukan lebih dahulu (Ahmad Janly dan Sari Winahjoe, 1997, hlm. 64. ). Setelah dilakukan quota maka dimulai penyelidikan dan yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pemirsa televisi yang pernah menyaksikan iklan kartu As bernuansa humor yang dibintangi oleh Aming. Pertimbangan yang dipakai untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

1. Sampel yang diambil dari populasi yang terdiri pemirsa televisi yaitu konsumen yang telah berumur 13 tahun keatas yang ada di Kecamatan Mlati, karena peneliti beranggapan bahwa dengan usia minimal 13 tahun sudah mengerti pesan yang tersampaikan dalam suatu iklan.

2. Pada penelitian ini responden yang diteliti adalah responden yang pernah melihat iklan kartu As bernuansa humor yang dibintangi oleh Aming.
3. Pengambilan responden dianggap sudah cukup mewakili populasi di seluruh wilayah Kecamatan Mlati.

Seluruh wilayah sesuai dengan metode quota sampling yaitu sebagai berikut :

Di Kecamatan Mlati Terdapat 5 desa, yaitu :

- Desa Sinduadi
- Desa Sendangadi
- Desa Tlogoadi
- Desa Tirtoadi
- Desa Sumberadi

Dari sejumlah pendudukan tersebut dipilih 2 pendudukan secara random. setelah diundi maka terpilih 2 pendudukan sebagai berikut :

- Desa Sinduadi
- Desa Sendangadi

Besarnya ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan rumus sebagai berikut (Singarimbun dan Efendi, 1987;150)

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

Dimana :

n = jumlah sampel

$Z_{1-\alpha/2}$  = derajat koefisien konfidensi. (95 % (= 1,96))

E = Standar Deviasi (0,098) yaitu simpangan error bagi alpha 0.05 dan n yang tidak diketahui.

Dengan mempergunakan alpha sebesar 5% maka sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

$$n = \frac{1}{4} (1,96/0,098)^2$$

$$n = 96,04$$

pembulatan angka sehingga menjadi:

$$n = 96$$

Maka berdasarkan hasil perhitungan diatas, jumlah sampel adalah 96 responden dan hal ini dianggap sudah cukup mewakili populasi yang diteliti. Setiap desa yang dijadikan sampel tersebut diambil masing-masing 48 orang, dengan menggunakan prosedur convenience sampling, yaitu suatu teknik pengambilan sampel dimana identitas sampel tidak diketahui, dengan pemilihan sampel berdasarkan ketersediaan data untuk dijadikan sampel sehingga secara keseluruhan jumlah sampel yang dijadikan responden sebanyak 96 orang.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode/teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan cara riset lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek penelitian yaitu konsumen yang

menyaksikan iklan kartu As bernuansa humor yang dibintangi oleh Aming di wilayah Kecamatan Mlati, Sleman Yogyakarta.

Beberapa metode yang digunakan adalah

#### 1. Metode Angket

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden. Jawaban atas pertanyaan yang diberikan penulis itulah nantinya yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian data yang diperlukan.

#### 2. Metode Wawancara

Yaitu dengan cara memberi penjelasan langsung apabila responden mengalami kesulitan dalam menjawab kuesioner. Jika ada kesulitan bagi responden untuk menjawab, maka peneliti segera memberikan pengarahannya dan bantuan pengisian angket.

### **3.5. Instrument atau Alat pengumpulan Data**

#### **3.5.1. Pengukuran Variabel.**

Pengukuran skala pada variabel yang diteliti yaitu skala interval. Skala interval tidak semata-mata menunjukkan urutan (*ranking*) obyek penelitian berdasar suatu atribut tetapi juga memberikan informasi tentang jarak perbedaan interval antara tingkatan obyek yang satu dengan lainnya (Djarwanto, 1996, hlm. 53)

Untuk mengukur tanggapan atau sikap responden tersebut maka penulis menggunakan skala *Likert* umumnya berisi 4 bagian skala terhadap

pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner antara lain:

1. Untuk jawaban Sangat setuju (SS) dengan skor 4
2. Untuk jawaban Setuju (S) dengan skor 3
3. Untuk jawaban Tidak setuju (TS ) dengan skor 2
4. Untuk jawaban Sangat tidak setuju (STS ) dengan skor 1

### 3.5.2. Validitas dan Reliabilitas

Pemakaian alat ukur merupakan hal yang sangat penting untuk dapat data yang akurat, alat ukur harus diuji validitas dan reliabilitasnya.

#### 1. Validitas

Validitas adalah alat ukur berhubungan dengan ketetapan dan kecermatan dalam pengukuran. Validitas merupakan salah satu problem dalam penelitian yang penting. Menurut Azwar (1992, hlm. 99) Suatu alat ukur yang memiliki validitas tinggi jika memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan yang dilakukan dalam pengukuran tersebut.

Dengan rumus :

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

Dimana :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$x$  = Nilai item bernomor genap

$Y$  = Nilai item bernomor ganjil

$N$  = Jumlah sampel

Penentuan sesuatu angket dinyatakan valid juga dapat diketahui berdasarkan pada:

a. Menentukan Nilai  $r$  tabel

Nilai  $r$  table dapat diperoleh dengan cara menentukan nilai  $df$  terlebih dahulu, yaitu Jumlah kasus  $- 2$  , sedangkan untuk penelitian ini akan menjadi :  $30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi alpha 0.05 didapat angka sebesar 0.361.  $R$  hitung dari *nilai corrected item-total correlation*. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka item tersebut dinyatakan valid. (Santoso, 2000, 277)

b. Mengambil Keputusan:

- Jika  $r$  hasil  $>$   $r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.
- Jika  $r$  hasil  $<$   $r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

**2. Reliabilitas**

Reliabilitas alat ukur adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat di percaya. Alat ukur dapat dipercaya apabila telah berubahkali digunakan untuk mengukur subyek yang sejenis. Hasilnya tetap sama seperti yang diungkap oleh Azwar ( 1992, hlm 83). Pendekatan yang sesuai untuk mengisi butir-butir system yaitu internal *consistency*.

Dengan menggunakan rumus

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - \sum x^2 (n \sum y^2) - \sum y^2\}}}$$

Selanjutnya setelah  $r_{xy}$  tersebut diketahui kemudian digunakan rumus spearman brown atau lebih dikenal dengan formula S-B dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{gg} = \frac{2(r_{xy})}{(1 + r_{xy})}$$

Dimana

$r_{gg}$  = Koefisien reliabilitas

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

Bila  $r_{gg}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka nilai atau dinyatakan reliabilitas tercapai yang berarti bahwa kuisisioner tersebut telah memenuhi syarat realibilitas, sebaliknya jika  $r_{gg}$  lebih kecil dari pada  $r_{tabel}$  maka nilai atau dinyatakan reliabilitas tidak tercapai yang berarti kuisisioner tersebut tidak memenuhi syarat reliabilitas. (Azwar, 1992, 83).

### 3.6. Alat Analisis

Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini meliputi :

#### a. Analisa deskriptif

Yaitu suatu analisis yang menyajikan dalam bentuk tabel-tabel yang didasarkan pada hasil jawaban responden baik berupa karakteristik konsumen maupun penilaian tanggapan masalah.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menghubungkan beberapa variabel independen  $x$  terhadap suatu variabel  $y$  dengan model linier. Secara umum dari regresi linier ganda dengan 3 variabel independen (3 prediktor) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Dimana :

$Y$  = Variabel Dependen yaitu minat beli konsumen

Variabel Independen:

$X_1$  = Kemampuan Dialog

$X_2$  = Kemampuan Akting

$X_3$  = Pemeran Iklan

$a$  = Intercept (konstanta)

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi

## 3. Uji F

Digunakan untuk melihat apakah semua variabel independent ( $X_1, X_2, X_3$ ) yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap dependen.

Langkah-langkah pengujiannya adalah :

### 1. Membuat formulasi hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh positif dari variabel independen ( $X$ ) secara bersamaan terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

H1 : Ada pengaruh positif antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

2. Menetapkan taraf signifikansi dan kriteria pengujian :

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5 %, sehingga pengujian hipotesisnya :

Ho diterima jika probabilitas  $\geq \alpha$ .

Ho ditolak jika probabilitas  $< \alpha$ .

3. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS

4. Kesimpulan :

Dengan cara membandingkan hasil perhitungan berdasarkan pada langkah ketiga dan kedua.

#### 4. Determinan Berganda ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengetahui seberapa keterkaitan dari variabel-variabel independen yang dipilih terhadap variabel dependen, oleh karena itu dilakukan perhitungan koefisien penentu ganda ( $R^2$ ) yang secara umum dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK(\text{Reg})}{JK(\text{Tot})}$$

$R^2$  = Koefisien determinan berganda artinya besarnya pengaruh variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara bersama-sama terhadap variabel tergantung (Y)

JK (Reg) = Jumlah kuadrat Regresi

JK (Tot) = Jumlah kuadrat Total.

## 5. Uji t

Pembuktian hipotesis kedua digunakan uji t untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan uji t dapat diketahui apakah kemampuan dialog, kemampuan akting dan pemeran iklan berpengaruh terhadap minat beli.

Langkah-langkah pengujiannya adalah :

1. Membuat formulasi hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh positif dari variabel independen (X) secara bersamaan terhadap variabel dependen (Y).

H1 : Ada pengaruh positif antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

2. Menetapkan taraf signifikansi dan kriteria pengujian :

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5 %, sehingga pengujian hipotesisnya :

Ho diterima jika probabilitas  $\geq \alpha$ .

Ho ditolak jika probabilitas  $< \alpha$ .

3. Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS

4. Kesimpulan :

Dengan cara membandingkan hasil perhitungan berdasarkan pada langkah ketiga dan kedua.

## 6. Determinan Parsial

Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui perbedaan antara satu variabel bebas dengan variable tergantung dimana variabel bebas lainnya dianggap konstan/tetap.

Harga-harga untuk koefisien determinasi parsial dari masing-masing variabel terhadap variabel Y dapat dicari melalui rumus koefisien korelasi parsial sebagai berikut:

$$R_{y1-23\dots k} = \frac{r_{y123(k-1)}[r_{yk-23\dots(k-1)}/r_{1k-23\dots(k-1)}]}{\sqrt{[1-r_{yk-23\dots(k-1)}^2/1-r_{1k-23\dots(k-1)}^2]}}$$

Keterangan :

$R_{y1-23\dots k}$  = koefisien korelasi parsial antara variable  $x_1$  dengan y dimana variabel  $x_2$  dikontrol

k = jumlah variable bebas

r = koefisien korelasi

Dari hasil koefisien korelasi parsial tersebut kemudian dikuadratkan untuk menghasilkan koefisien determinasi