

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Salah satu keberhasilan suatu penelitian adalah menentukan cara-cara penelitian yang sesuai untuk memecahkan masalah penelitian. Oleh karenanya dalam bab ini akan dibahas tentang tata cara tersebut, yang terangkum dalam pemilihan lokasi penelitian, penentuan variabel penelitian, definisi operasional, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, teknis analisis data dan prosedur pengujian hipotesa.

3.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta.

3.2 Variabel dan Definisi Operasional Penelitian

1. Independen Variabel

Adalah sejumlah faktor yang mempengaruhi atau menentukan munculnya faktor lain, yang termasuk dalam independen variabel adalah :

- a. Daya tarik selebritis (*attractiveness*) merupakan sebuah dimensi penting dalam suatu kredibilitas sumber. (Patzner, 1985, hlm. 12)

Indikator daya tarik selebritis adalah :

- 1). Keramahan.
- 2). Kecantikan dan keseksian sesuai dengan iklan yang dipopulerkan.

- 3). Mempunyai daya tarik yang lain.
- b. Keahlian Selebritis (*expertise*) merupakan tingkatan dimana seorang komunikator dinilai sebagai sumber keterangan yang valid (Hovland, Janis and Kelly, 1953, hlm. 21).

Indikator keahlian selebritis meliputi :

- 1). Pengetahuan selebritis terhadap produk Shampo Sunsilk-Clean & Fresh.
 - 2). Ketrampilan yang dimiliki oleh selebritis.
- c. Kepercayaan Selebritis (*trustworthiness*) mengacu kepada keyakinan konsumen terhadap sumber dalam menyediakan informasi secara jujur dan obyektif.

Indikatornya adalah :

- 1). Kejujuran dalam mengiklankan produk sesuai dengan keyakinan.
 - 2). Ketulusan hati selebritis dalam mengiklankan suatu produk.
- d. Kepercayaan terhadap iklan

Menyangkut dimensi penting dalam periklanan yang menyangkut promosi barang yang membicarakan mengenai keunggulan dari barang tersebut.

Indikatornya adalah :

- 1). Frekuensi penayangan iklan.
- 2). Kata – kata yang sering diucapkan.
- 3). Atribut yang digunakan dalam iklan.

4). Slogan yang digunakan dalam iklan.

2. Dependen variabel

Minat beli adalah suatu aktivitas psikis yang timbul karena adanya pikiran dan perasaan senang terhadap suatu obyek yang diinginkan berupa barang atau jasa.

Indikatornya adalah:

- a. Mencari informasi akan produk shampo Sunsilk-Clean & Fresh.
- b. Mempertimbangkan unruk membeli produk shampo Sunsilk-Clean & Fresh.
- c. Membeli produk shampo Sunsilk-Clean & Fresh.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Pengertian Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari obyek yang terdiri dari obyek yang diteliti (Soeratno dan Arsyad, 2003, hlm. 109). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja dan wanita dewasa berjilbab yang pernah melihat iklan “Sunsilk-Clean & Fresh” yang diperankan oleh Inneke Koesherawaty sebagai selebritisnya di Kecamatan Depok. Ukuran populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya.

Sampel adalah sebagian yang menjadi obyek sesungguhnya dalam penelitian tersebut (Soeratno dan Arsyad, 2003, hlm. 109). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian remaja dan wanita dewasa berjilbab yang pernah

melihat iklan shampo Sunsilk-Clean & Fresh dengan Inneke Koesherawaty sebagai selebritisnya.

3.3.2 Penentuan Jumlah Sampel

Dalam penelitian ini taraf signifikansi (α) yang digunakan sebesar 5% dan kesalahan maksimum yang mungkin dialami (E) adalah sebesar 10% sedangkan deviasi standar rata-ratanya tidak diketahui, maka jumlah sampel yang akan diteliti mengikuti aturan dibawah ini :

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

Dimana :

n : Jumlah sampel.

$Z_{\frac{1}{2}\alpha}$: Batas luar daerah. Nilai $Z_{\frac{1}{2}\alpha}$ adalah sebesar 1,96. Angka ini di dapat dari tabel *t student*, karena dimana pada kondisi nilai deviasi standar rata-ratanya tidak diketahui. Maka tabel-tabel tidak berdistribusi normal langsung sehingga untuk jumlah populasi yang tidak terbatas atau yang berjumlah besar akan mengikuti nilai tabel *t*.

E : Kesalahan maksimum yang mungkin dialami.

Berdasarkan rumus dan aturan tersebut diatas, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak :

$$n = \frac{1}{4} (1,96 : 0,10)^2$$

$$= 96,04 \Rightarrow 100$$

Jadi jumlah sampel yang akan diteliti oleh peneliti sebanyak 100 orang (pembulatan angka) dan dalam hal ini dianggap sudah dapat mewakili populasi.

3.4 Metode Pengambilan Sampel

Karena populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti berapa jumlahnya, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik metode *non random sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* tipe *purposif sampling*. Tidak semua individu berpeluang sama untuk dijadikan responden. Adapun syarat yang ditentukan adalah wanita berjilbab dan berusia minimal 17 tahun. Pemilihan usia minimal 17 tahun diasumsikan bahwa diusia tersebut masuk kategori usia dewasa dengan demikian sudah dianggap mampu untuk memahami sebuah permasalahan (kuesioner) dan dapat memutuskan. (Tim Geografi SMU DKI Jakarta, 2003, hlm. 225).

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan cara riset lapangan (*Field Research*) artinya data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner jenis

tertutup yang artinya responden tidak diberi kesempatan untuk memberi jawaban selain yang sudah disediakan oleh peneliti.

3.6 Instrumen atau Alat pengumpul Data

3.6.1 Pengukuran Variabel

Format jawaban adalah pembobotan pada item-item kuesioner menggunakan teknik skorsing. Teknik skorsing yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yaitu pertanyaan yang memberikan alternatif jawaban dan diberikan skor 1,2,3,4 dan 5. (Supranoto, 1997, hlm. 84). Digunakannya skala Likert dalam penelitian ini karena data tidak dapat diukur dengan satuan yang pasti. Pemberian skor tersebut adalah sebagai berikut :

1. Untuk jawaban Sangat Setuju dengan skor 4
2. Untuk jawaban Setuju dengan skor 3
3. Untuk jawaban Tidak setuju dengan skor 2
4. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju dengan skor 1

3.6.2 Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran kecermatan suatu tes dalam melakukan fungsi ukurnya. Menurut pendapat Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi :

“Uji Validitas adalah prosedur pengujian untuk melihat apakah alat ukur berupa kuesioner yang dipakai dapat mengukur dengan cermat atau tidak, atau

dengan kata lain bahwa sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dengan melakukan fungsi ukurnya". (Singarimbun dan Effendi, 1995, hlm. 137).

Uji Validitas digunakan untuk memilih item-item pertanyaan yang relevan untuk dianalisis. Uji Validitas dilakukan dengan melihat korelasi antar skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total. Koefisien korelasi item terhadap total skor (r) dengan nilai 0,30 – 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu lembaga penelitian (Cronach, 1970 dalam Anwar, 2000, hlm. 158). Perhitungan dilakukan dengan rumus teknik korelasi produk moment (Soegiyono, 1999, hlm. 213) sebagai berikut :

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

Dimana :

r : Koefisien validitas

X : Skor pada subyek tema

Y : Skor total subyek

XY : Skor pada item n dikalikan skor total

n : banyaknya subyek

2. Uji Reliabilitas (Keandalan Butir)

Pengertian reliabilitas menurut Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi adalah sebagai berikut :

“Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan”. (Singarimbun dan Effendi, 1995, hlm. 140)

Uji reliabilitas ini juga merupakan suatu cara untuk melihat apakah alat ukur yang berupa kuesioner yang digunakan konsisten atau tidak. Apabila suatu alat pengukur dipakai dua kali atau lebih dan hasil pengukuran yang diperoleh konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien Alpha (α) dengan pertimbangan bahwa kuesioner adalah non dikotomi dan koefisien Alpha (α) merupakan formulasi dasar dalam pendekatan konsisten internal atau merupakan estimasi yang baik, instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki *Cranbach Alpha Coefisien* diatas 0,7 (Sekaran, 1997 dalam Dharmmestha, 2002). *Cranbach Alpha Subject:coefisien* yang mendekati 1 menunjukkan nilai reliabilitas yang semakin tinggi.

Reliabilitas dapat diukur 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

Apabila r_{gg} lebih besar daripada r_{tabel} maka dinyatakan reliabel dan sebaliknya, apabila r_{gg} lebih kecil daripada r_{tabel} maka dinyatakan tidak reliabel.

3. Hasil Pengujian Instrumen

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, terlebih dahulu perlu diuji kevalidan dan keandalannya (reliabilitas). Suatu kuesioner dikatakan valid apabila item-item pertanyaan dapat mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur. Sementara kuesioner dikatakan reliabel apabila kuesioner tersebut memberikan jawaban yang relatif konsisten dan dapat diandalkan. (Cooper dan Schindler, 2001; Singarimbun dan Effendi, 1997).

Dalam rangka pengujian Validitas dan Reliabilitas peneliti menggunakan bantuan software SPSS versi 9,00. Item-item dikatakan valid jika perbandingan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dengan r_{tabel} dimana r_{tabel} untuk $n = 30$ pada $\alpha = 5\%$ adalah 0,361. Apabila nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,361 maka item tersebut dikatakan valid. Item dikatakan reliabel jika Alpha lebih besar daripada 0,361 (Santoso, 2000, hlm. 277).

3.7 Alat Analisis

1. Analisis Dekriptif

Adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak. (Nawawi dan Mimi Marsini, 1996, hlm. 73)

Analisis ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden yang akan diteliti, yang kemudian hasilnya dimasukkan dalam tabel.

2. Analisis Statistik

Alat analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dan besarnya pengaruh dari suatu variabel bebas terhadap suatu variabel tertentu (Djarwanto dan Subagyo, 1992, hlm. 28)

Dalam analisis regresi ini terdapat syarat yang harus terpenuhi seperti ada satu variabel tidak bebas dan variabel bebas yang lebih dari satu. Untuk pengujian regresi tersebut skala data interval yaitu suatu pemberian angka kepada set dari obyek yang mempunyai sifat-sifat ukuran ordinal dan ditambah satu sifat lain yaitu jarak yang sama pada pengukuran interval memperlihatkan jarak yang sama dari ciri atau obyek yang diukur. Dalam persamaan regresi ini terdapat rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Beli

a : Konstanta

b_1 : koefisien regresi x_1

b_2 : koefisien regresi x_2

b_3 : koefisien regresi x_3

b_4 : koefisien regresi x_4

e : kesalahan

x_1 : Daya Tarik Selebriti

x_2 : Keahlian Selebriti

x_3 : Kepercayaan Terhadap Selebriti

x_4 : Kepercayaan Pada Iklan

b. Uji Keberartian F

Uji-F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen. Uji-F diukur dengan menggunakan rumus :

$$F \text{ Hitung} = \frac{JK (\text{Reg}) / R}{(Kj (\text{Reg}) (n - 1 - k))}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinan

K = Jumlah Variansi Bebas

n = Jumlah sampel

1. Rumusan Hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh variabel bebas dari selebritis iklan (daya tarik selebritis, keahlian selebritis, kepercayaan selebritis dan kepercayaan pada iklan) terhadap minat beli konsumen.

H_a : Ada pengaruh variabel bebas dari selebritis iklan (daya tarik selebritis, keahlian selebritis, kepercayaan selebritis dan kepercayaan pada iklan) terhadap minat beli konsumen.

2. Kemudian menentukan F_{table} dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = $(n-1-k)$ dengan tingkat = 5% dengan criteria sebagai berikut:

a). H_0 diterima jika probabilitas signifikansi $> \alpha$ dimana variable X secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

b). H_0 ditolak jika probabilitas signifikansi $< \alpha$ dimana variable X secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

c. Koefisien Determinasi Berganda

Digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh 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 :

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

Dimana :

R^2 = Koefisien determinan (korelasi berganda) artinya besarnya pengaruh variabel bebas (x_1, x_2, x_3, x_4) secara bersama-sama terhadap variabel tergantung (x).

JK (Reg) = Jumlah Kuadrat Regresi

JK (Tot) = Jumlah Kuadrat Total

d. Uji Keberartian t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dimana *level of significant* 5% atau 0,05. Uji t diukur dengan menggunakan rumus :

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t : Hilai t *hitung*

r : Koefisien Korelasi

n : Jumlah responden

1. Rumusan hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh variabel bebas dari selebritis iklan (daya tarik selebritis, keahlian selebritis, kepercayaan selebritis dan kepercayaan pada iklan) terhadap minat beli konsumen.

Ha : Ada pengaruh variabel bebas dari selebritis iklan (daya tarik selebritis, keahlian selebritis, kepercayaan selebritis dan kepercayaan pada iklan) terhadap minat beli konsumen.

2. Akan diperoleh distribusi student dengan derajat kebebasan (n-2) sedangkan kriteria untuk menerima atau menolak Ho adalah sebagai berikut:

a). Ho diterima jika probabilitas signifikansi $> \alpha$, yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b). Ho ditolak jika probabilitas signifikansi $< \alpha$, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

e. Koefisien Determinasi Parsial

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

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

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

Dimana :

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

variable x_2 dikontrol

k = jumlah variabel bebas

r = koefisien korelasi

