

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Jl. Ringin Raya, Dero, Condong Catur wilayah Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel merupakan atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang lain, dan satu objek dengan objek lain (Hatch & Farhady). jenis penelitian ini adalah penelitian sebab-akibat, antara iklan yang ditayangkan di televisi terhadap perilaku konsumen (masyarakat) terutama pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penelitian ini mencoba menjelaskan permasalahan tentang pengaruh iklan televisi terhadap konsumen dan dampaknya kepada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan independen.

3.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah dampak iklan televisi terhadap perilaku konsumen. Yaitu suatu dampak yang disebabkan oleh iklan yang ditayangkan di televisi terhadap konsumennya khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dampak ini bisa positif ataupun negatif.

Untuk mengukur dampak iklan televisi terhadap konsumen adalah menggunakan skala Likert. Responden diharapkan mampu memberikan jawaban sesuai dengan apa yang dilihat dan dirasakannya selama ini terhadap iklan yang ditayangkan di televisi.

3.2.2 Variabel Independen

Merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *iklan televisi*. Pernyataan dalam dimensi ini menyangkut segala sesuatu yang diketahui dan dilihat konsumen mengenai iklan televisi yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Cara mengukurnya ada lima dimensi yaitu *attractiveness, trustworthiness, power, expertise, dan advertising believable*. Responden diminta memilih satu dari alternatif jawaban yang paling sesuai dengan keinginan mereka. Kemudian jawaban mereka diberi bobot dengan menggunakan skala likert yang bersifat ordinal dan terdiri dari lima poin yaitu:

1. Jawaban sangat setuju diberi bobot 5
2. Jawaban setuju diberi bobot 4
3. Jawaban cukup setuju diberi bobot 3
4. Jawaban kurang setuju diberi bobot 2
5. Jawaban tidak setuju diberi bobot 1

3.2.3 Hubungan Antar Variabel

Hubungan antar variabel memperlihatkan hubungan yang timbul antara variabel dependen dan independen. Dalam penelitian ini bentuk hubungan kedua variabel ini akan diasumsikan bahwa iklan yang ditayangkan di televisi akan

mempunyai dampak positif dan negatif terhadap perilaku konsumen khususnya para mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah pengukuran data pendapat umum responden tentang periklanan di televisi. Pendapat umum adalah kepercayaan dan sikap orang-orang yang umumnya berkisar pada masalah-masalah yang berhubungan dengan fakta dan keinginan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1995: 209)

3.4 Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti atau organisasi pertama yang menerbitkannya.

3.5 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data

3.5.1 Kuisisioner

Kuisisioner dibuat untuk menjawab pertanyaan yang diberikan kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

Kuisisioner ini dilakukan untuk mendapatkan data mengenai klasifikasi responden (Berdasarkan jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan), serta faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam menyikapi iklan di televisi. Dalam kuisisioner ini dibuat beberapa pertanyaan yang

berhubungan dengan iklan televisi sebagai pengaruh terhadap perilaku mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia. Masing-masing kuisisioner dalam penelitian ini terdiri atas lima variabel, yaitu *attractiveness* (daya tarik), *trustworthiness* (kepercayaan), *power* (kekuatan atau kemampuan iklan televisi), *expertise* (keahlian), dan *advertising believability* (tingkat kepercayaan terhadap iklan televisi).

3.6 Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Data

Data adalah informasi yang diakui kebenarannya dan akan menjadi dasar untuk dianalisis dalam penelitian. Data yang digunakan oleh penulis adalah hasil kuisisioner yang telah diisi oleh responden.

3.6.2 Teknik pengumpulan data

Data primer diperoleh dengan cara :

- Survei/observasi. Penulis datang secara langsung ke lokasi penelitian untuk melakukan observasi.
- Angket/kuisisioner. Penulis menyebarkan/membagikan kuisisioner yang telah dibuat kepada respondennya untuk mengisinya sesuai dengan pendapat masing-masing responden.

3.7 Populasi dan Sampel

3.7.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok dari orang-orang, peristiwa, atau barang-barang yang diminati oleh peneliti untuk diteliti (Malhotra:1996). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang melihat dan mendengar iklan yang ditayangkan di televisi di daerah Dero, Condong Catur Depok Sleman Yogyakarta.

3.7.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Dalam hal ini yang diambil sebanyak 50 responden.

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$N = \frac{1}{4} (Z/E)^2$$

dimana :

N = besarnya sampel

E = nilai yang ditentukan oleh interval keyakinan

Z = tingkat kesalahan yang diinginkan

Dengan menggunakan probabilitas atau α 5% dan tingkat kesalahan yang diinginkan tidak lebih dari 0,1 maka sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$N = 0,25 (1,96/0,1)^2$$

$$N = 96,04 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 96$$

Dari perhitungan diatas akan didapat jumlah sampel sebanyak 96 responden.

3.8 Alat Analisis

3.8.1 Analisis kualitatif

Analisa kualitatif adalah metode analisis data yang menggunakan penalaran berdasarkan teori yang ada tentang masalah yang akan dianalisis.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika memiliki tingkat validitas yang tinggi, sebaliknya jika instrumen memiliki tingkat validitas yang rendah maka instrumen dapat dikatakan kurang valid. Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun dapat mengukur dengan tepat suatu variabel yang akan diukur.

Uji validitas digunakan untuk menguji bahwa kuesioner merupakan alat yang tepat untuk uji coba pada sejumlah responden dan kemudian menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Uji validitas ini dilakukan sebanyak 30 sampel. teknik korelasi yang akan digunakan adalah teknik korelasi produc moment, dengan rumus:

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

dimana :

r = korelasi produk momen antara x dan y

x = skor butir pernyataan

y = skor total subyek

N = jumlah subyek

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas sebaiknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel. Reliabilitas suatu konstruk variabel dapat dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60.

Uji reabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode retest atau belah dua yaitu membagi pernyataan yang valid menjadi dua kelompok yaitu item yang bernomor ganjil dan item yang bernomor genap. Uji reabilitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 sampel. Uji ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus Spearmen Brown:

$$r_{xx_1} = \frac{2(r_{y_1 y_2})}{1 + r_{y_1 y_2}}$$

dimana :

r_{xx_1} = koefisien reliabilitas

$r_{y_1 y_2}$ = koefisien korelasi antara skor belahan y_1 dan y_2

3.8.2 Analisis kuantitatif

3.8.2.1 Regresi Linier Berganda

Analisis kuantitatif adalah menganalisa data yang berupa jawaban dari pertanyaan yang diberikan kepada responden dengan cara tabulasi data. Analisis data kuantitatif pada penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda.

Persamaan umum linier berganda dapat dinyatakan dalam persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana:

Y = Niat beli konsumen

a = Nilai Y bila = 0

b = koefisien korelasi regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen berdasarkan variabel dipenden.

X₁ = Variabel *attractiveness*

X₂ = Variabel *trustworthiness*

X₃ = Variabel *expertise*

X₄ = Variabel *power*

X₅ = Variabel *advertising believability*

Jadi nilai b merupakan fungsi dari koefisien korelasi. Bila koefisien korelasi tinggi maka nilai b juga besar dan bila koefisien korelasi rendah, maka nilai b juga kecil. Selain itu, bila koefisien korelasi positif maka nilai b juga positif, sebaliknya bila koefisien korelasi negatif maka nilai b juga negatif.

3.8.2.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel iklan Televisi (X) secara simultan terhadap variabel Perilaku mahasiswa (Y).

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah :

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Iklan Televisi secara simultan terhadap Perilaku mahasiswa.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Iklan Televisi secara simultan terhadap Perilaku mahasiswa.

Kriteria penentuan keputusan :

- Jika $F_{hitung} < F_{Tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak
- Jika $F_{hitung} \geq F_{Tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima

3.8.2.3 Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah :

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel *Attractiveness* (X_1), *Trustworthiness* (X_2), *Expertise* (X_3), *Power* (X_4) dan *Advertising Believability* (X_5), secara parsial terhadap Perilaku mahasiswa (Y).

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel *Attractiveness* (X_1), *Trustworthiness* (X_2), *Expertise* (X_3), *Power* (X_4) dan *Advertising Believability* (X_5), secara parsial terhadap Perilaku mahasiswa (Y).

Kriteria penentuan keputusan :

- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

