

## BABI III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian untuk pengambilan responden akan dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

#### 3.2 Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut sifat atau aspek dari orang ataupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Djarwanto dan Pangestu, 1993 : 30). Penelitian mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh Testifier, dialog/ aspek verbal, Pembuktian, serta seting iklan sabun dove terhadap minat beli konsumen. berdasarkan tujuan tersebut maka dalam penelitian ini terdapat 2 ( dua ) macam variabel yaitu:

##### 3.2.1 Variabel bebas ( *independen variable* ) Yang termasuk dalam variabel bebas ( *Independen Variabel* ) :

- Testifier :

Orang atau sekelompok orang yang memberikan kesaksian pada iklan testimony orang tersebut bisa merupakan selebriti atau orang biasa . Variabel ini ditunjukkan dengan indikator sebagai berikut :

- 1 . Penampilan Testifier dalam memberikan kesaksian
- 2 . Ekspresi testifier dalam memberikan kesaksian

### 3. Kesesuaian testifier dengan produk sabun dove

- **Pembuktian :**

Bukti yang menggambarkan atau menunjukkan bahwa produk sabun dove berbeda dengan sabun lainnya Variabel ini ditunjukkan dengan indikator sebagai berikut :

1. Pembuktian yang sesuai dengan produk sabun dove
2. Pembuktian yang terpercaya .

- **Dialog / aspek verbal :**

Yaitu percakapan atau kata – kata yang dikeluarkan oleh satu maupun beberapa orang yang bertujuan untuk meyakinkan pemirsa yang didasarkan pada pengalaman pengalaman testifier Variabel ini ditunjukkan dengan indikator sebagai berikut :

1. Kemampuan Testifier dalam mengutarakan pengalamannya
2. Pernyataan atau dialog yang diungkapkan oleh testifier

- **Seting iklan :**

Suasana yang ditampilkan dalam iklan yang memberikan pengaruh lebih sehingga iklan tersebut terlihat alami . variabel ini ditunjukkan dengan indikator sebagai berikut :

1. Suasana seting iklan atau background iklan

## 2. Kesesuaian lokasi dengan iklan

**3.2.2 Variabel terikat ( *dependen variable* ).** Yang termasuk dalam variabel terikat ( *dependen variabel* ) :

- **Minat beli**

Adalah keinginan ataupun dorongan psikologis yang sangat kuat pada diri seseorang untuk melakukan sesuatu kegiatan pembelian (Terence, 2000 :56). Variabel ini ditunjukkan dengan indikator sebagai berikut :

1. Mencari informasi akan produk Sabun dove
2. Mempertimbangkan untuk membeli produk Sabun Dove
3. Membeli produk Sabun Dove

### **3.3. Populasi dan sampel penelitian**

Populasi atau *universe* 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, 1999 ; 50). Sedangkan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tehnik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara non probability sampling dalam non probability sampling identitas responden tidak diketahui, sehingga prosedur yang dipakai adalah convenience sampling ,dimana sampel dipilih berdasarkan ketersediaan

elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya dalam hal ini penulis menggunakan 100 responden pemirsa televisi yang pernah melihat atau menonton iklan sabun dove dengan versi pembuktian

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diteliti digunakan rumus berikut ini (Singarimbun dan Efendi, 1987 : 150)

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

Keterangan: Sampel

- n = Jumlah sampel  
 $Z_{\alpha/2}$  = Batas luas daerah  
 E = Standard Deviasi

Dengan menggunakan probabilitas 0,95 atau  $\alpha = 5\%$  dan standar deviasi 0,098 maka sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{1}{4} (Z_{5\% / 2} \cdot 0,098)^2$$

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

$$n = 96,04$$

$$n \approx 100$$

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

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Data adalah informasi yang diakui kebenarannya dan akan menjadi dasar untuk dianalisis dalam penelitian. Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian.

#### **3.4.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data digunakan agar hasil penelitian Data dan analisisnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah serta dapat menghasilkan penelitian yang baik. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan tujuan penelitian (Marzuki, 1986).

2. Kuisioner

Kuisioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan atau dikirim kepada orang yang dimintai keterangan tentang dirinya, bagaimana keadaanya, pendapatnya, dan keyakinan (Marzuki, 1986). Angket ini

ditujukan kepada *potensial consumer* sebagai responden, untuk memperoleh keterangan yang berguna dalam proses penelitian yang dilakukan. Data yang diperoleh adalah:

- a. Data demografis, seperti: umur, penghasilan per bulan, tempat tinggal
- b. Data perilaku konsumen, misalnya: persepsi tentang produk.

Untuk mengukur perilaku responden terhadap suatu jawaban, digunakan skala pengukuran interval yaitu *skala likert*. Untuk setiap pertanyaan dalam penelitian ini disediakan 5 (lima) alternatif jawaban dengan skor sebagai berikut:

- STS (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1
- TS (Tidak setuju) dberi skor 2
- N (Netral) diberi skor 3
- S (Setuju) diberi skor 4
- SS (Sangat setuju) diberi skor 5

### 3.4.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam menyusun instrumen agar didapatkan instrumen yang baik ada beberapa syarat yang harus dipenuhi. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Untuk itu sebelum angket penelitian digunakan dalam mengumpulkan data yang sesungguhnya, maka dilakukan uji coba angket terlebih dahulu. Banyaknya responden yang

digunakan sebagai subyek untuk uji coba instrumen adalah sebanyak 30 responden.

### 3.4.3.1 Uji Validitas Instrumen

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes dapat melakukan fungsi ukurnya. Semakin tinggi validitas suatu alat pengukur, semakin tepat pula pengukur itu mengenai sasarannya. Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden digunakan rumus korelasi *product moment* (Sutrisno Hadi, 1991 ; 269).

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Korelasi *product moment*

X = Skor total dari setiap item

Y = Skor/nilai dari setiap item

N = Jumlah sampel

Dengan menggunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% dan N = 30 diperoleh nilai r tabel = 0,3494. Apabila  $r_{xy}$  lebih besar dari r tabel berarti ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut sehingga kuisioner sebagai alat pengukur dikatakan valid dan demikian juga sebaliknya.

### 3.4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Analisis ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi 2 kali atau lebih. Dalam pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach, yang rumusnya adalah sebagai berikut: (Suharsimi, 1991 ; 78)

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$	=	reliabilitas instrumen
$k$	=	banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
$\sum \sigma b^2$	=	jumlah varians butir
$\sigma t^2$	=	variens total

Dengan menggunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% dan  $N = 30$  diperoleh nilai  $r$  tabel = 0,3494. Apabila  $r_{11}$  lebih besar dari  $r$  tabel berarti kuisioner sebagai alat pengukur dikatakan reliabel dan demikian juga sebaliknya



### 3.5 ANALISIS DATA

#### 3.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Testifier, Pembuktian, Dialog/ aspek verbal, seting iklan terhadap minat beli konsumen. Adapun bentuk persamaannya sebagai berikut (Mustafa, 1995 ; 30):

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y = Minat beli konsumen

X<sub>1</sub> = Testifier

X<sub>2</sub> = Dialog / Aspek verbal

X<sub>3</sub> = Pembuktian

X<sub>4</sub> = Seting iklan

b<sub>0</sub> = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> = Koefisien regresi X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>

Dengan melihat nilai koefisien regresi pada persamaan di atas, maka dapat diketahui besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 3.5.2 Uji F ( Pengujian secara serempak )

Dependen (minat beli konsumen) maka digunakan uji F. Adapun langkah pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis:

Ho:  $b_1, b_2, b_3 = 0$ , artinya variabel-variabel independen secara serempak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Ha:  $b_1, b_2, b_3 \neq 0$ , artinya variabel-variabel independen secara serempak berpengaruh terhadap variabel dependen

2. Menghitung harga statistik pengujian dengan rumus (Mustafa, 1995 ; 45):

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan:

$k$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah data dalam variabel

$R^2$  = Koefisien determinasi

3. Menentukan nilai F tabel dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5 % dan derajat kebebasan (df) =  $(n-k):(k-1)$

4. Kriteria pengujian:

- Ho diterima bila:  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$
- Ho ditolak bila:  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

5. Mengambil keputusan

Jika  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, Atau

Jika angka signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Jika angka signifikansi  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

### 3.5.3 Uji t ( Pengujian secara Parsial )

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen (testifier, Pembuktian, dialog/ aspek verbal, Seting iklan ) secara parsial terhadap variabel dependen (minat beli-konsumen) maka digunakan uji t. Adapun langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis:
  - $H_0: b_1 = 0$ , artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
  - $H_a: b_1 \neq 0$ , artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
2. Menghitung harga statistik pengujian dengan rumus (Mustafa,1995;h56):

$$t \text{ hitung} = \frac{b_1}{Sb_1}$$

Keterangan:

$t_0$  = Harga statistik t

$b_1$  = Koefisien regresi

$Sb_1$  = Standar error dari koefisien regresi (b)

3. Menentukan nilai t tabel dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5 %, derajat kebebasan (df) = (n-k) dan pengujian dua sisi.

4. Kriteria pengujian:

- Ho diterima bila:  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$
- Ho ditolak bila:  $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

5. Mengambil kesimpulan

Jika  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak. Atau

Jika angka signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Jika angka signifikansi  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

### 3.5.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan besarnya persentase variasi dari variabel Independen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Arief, 1993 ; 45):

$$R^2 = \frac{b_1 \Sigma X_1 Y + b_2 \Sigma X_2 Y + \dots + b_n \Sigma X_n Y}{\Sigma Y^2}$$