

## Bab III

### Metode Penelitian

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, alasan dipilihnya Desa tersebut karena di wilayah ini setiap orang sudah mempunyai Televisi sehingga setiap orang dipastikan sudah pernah menyaksikan iklan Oli Top 1 yang ditayangkan di media Televisi.

#### 3.2 Variabel Penelitian

##### 1. Variabel Independen

Variabel Independen yaitu variabel yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian produk berdasarkan pengaruh iklan yang dilihat di Televisi. Variabel-variabel tersebut adalah Kredibilitas (*Credibility*) Dewa, Keahlian (*Expertise*) Dewa, Kepercayaan (*Trustworthiness*) Dewa, dan Daya Tarik (*Attractiveness*) Dewa.

##### 2. Variabel Dependen

Variabel Dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu (variabel independen). Dalam penelitian ini variabel tersebut adalah Minat Membeli Oli Top 1 oleh calon konsumen di desa Maguwoharjo.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Untuk lebih memperjelas dan mempermudah penelitian maka pendefinisian variabel-variabel penelitian sebagai berikut :

1. Minat membeli, yaitu suatu keinginan yang dapat menimbulkan niat untuk membeli yang meliputi kegiatan yang secara langsung terlibat dalam proses, mendapatkan dan mempergunakan produk, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian produk.
2. Kredibilitas (*Credibility*), yaitu seorang bintang iklan (Dewa) harus dapat dipercaya dan memiliki wawasan tentang isu tertentu, seperti kehandalan merek, bintang iklan harus mampu menyakinkan orang lain untuk mengambil suatu tindakan.
3. Keahlian (*Expertise*), yaitu mengacu pada pengetahuan, pengalaman atau keterampilan yang dimiliki oleh bintang iklan (Dewa) yang berhubungan dengan topik iklannya.
4. Kepercayaan (*Trustworthiness*), yaitu mengacu pada kejujuran, integritas, dan dapat dipercayainya seorang sumber. Bila khalayak percaya pada bintang iklan (Dewa) dimotivasi murni oleh kepentingan diri sendiri, ia akan kurang persuasif daripada orang yang oleh khalayak dianggap tidak ingin mencapai apa-apa dengan mendukung produk atau sepenuhnya obyektif.
5. Daya Tarik (*Attractiveness*), yaitu seorang bintang iklan (Dewa) harus ramah, menyenangkan, secara fisik menarik, dan mempunyai pekerjaan yang

menjanjikan merupakan beberapa dimensi yang penting dari konsep daya tarik.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Survey**

Survey yaitu suatu metode dalam mengumpulkan data-data primer dengan cara mencari keterangan-keterangan kepada sasaran penelitian melalui kuisisioner.

#### **2. Kuisisioner**

Kuisisioner yaitu metode pengumpulan data yang diperlukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan yang secara langsung diberikan kepada responden. Daftar pertanyaan tersebut meliputi variabel-variabel penelitian yang hendak diteliti.

### **3.5 Jenis Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, di amati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam hal ini data tersebut diperoleh melalui wawancara langsung dengan responden dan dilengkapi dengan daftar pertanyaan.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yaitu data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, melainkan data yang sudah tersedia dan peneliti tinggal

mengolahnya. Data ini dapat diperoleh melalui jurnal, literature, majalah dan sebagainya.

### 3.6 Populasi Dan Sampel

1. Populasi adalah kumpulan dari semua anggota dari obyek yang akan diteliti. Populasi yang diteliti adalah masyarakat di desa Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman yang pernah melihat iklan Oli Top 1 yang dibintangi oleh group band Dewa di media televisi.
2. Sampel adalah kumpulan dari sebagian anggota dari obyek yang diteliti. Pada penelitian ini yang digunakan adalah metode non probability sampling yaitu dengan metode quota sampling. Menurut Ahmad Jamli dan Sari Winahjoe metode quota sampling yaitu pengambilan sampel dimana subyek yang diteliti ditentukan lebih dahulu. Penentuan sampel menggunakan rumus:

$$n = \left[ \frac{z \times \sigma}{E} \right]^2$$

$$\text{Jadi perhitungannya : } n = \left[ \frac{1,96 \times 0,5}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100.$$

Dimana : n = banyaknya sampel yang diduga

Z = luas kurva normal standar

$\sigma$  = standar deviasi

E = tingkat kesalahan yang diterima

maka berdasarkan hasil perhitungan di atas jumlah sampel adalah 100 responden dan hal ini dianggap sudah cukup mewakili populasi yang akan diteliti.

### 3.7 Teknik Skala Pengukuran

Untuk mengukur variabel penelitian ini mengacu pada skala interval. Jarak yang sama pada skala interval yang dipandang mewakili jarak yang sama pula pada obyek yang diukur. Skala yang dipakai adalah Skala Linkert yang alternatif jawabannya adalah skor SS, S, TS, STS. Berdasarkan jawaban itu, dihitung dengan cara menjumlahkan item jawaban-jawaban responden, jumlah ini merupakan total skor yang kemudian ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala Linkert. Dalam penelitian ini, penilaian tanggapannya adalah:

- “Sangat Setuju (SS)” mendapat nilai 4
- “Setuju (S)” mendapat nilai 3
- “Tidak Setuju (TS)” mendapat nilai 2
- “Sangat Tidak Setuju (STS)” mendapat nilai 1

### 3.8 Alat Analisis

1. Analisis Regresi Berganda yaitu digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu variabel *Credibility* Dewa, *Expertise* Dewa, *Trustworthiness* Dewa, dan *Attractiveness* Dewa terhadap variabel dependen yaitu minat membeli. Teknik regresi digunakan untuk melakukan prediksi

seberapa jauh nilai variabel independen mempengaruhi nilai variabel dependen.

Untuk memperoleh nilai persamaan koefisien korelasi dapat digunakan persamaan normal sebagai berikut: (Sugiyono, 1998, hal. 148)

$$r = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

Dimana:

r = nilai koefisien korelasi

y = variabel dependen

x = variabel independen

a. R Square (Koefisien Determinasi)

R square atau koefisien determinasi menunjukkan pengaruh secara simultan dari variabel independen yaitu variabel kredibilitas (*credibility*) Dewa, keahlian (*expertise*) Dewa, kepercayaan (*trustworthiness*) Dewa, dan daya tarik (*attractiveness*) Dewa terhadap variabel dependen yaitu minat membeli.

b. Uji Simultan

Uji Simultan dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu kredibilitas, keahlian, kepercayaan, dan daya tarik secara simultan atau bersama-sama terhadap

variabel dependen yaitu minat beli. Misalnya  $H_0$  adalah kredibilitas, keahlian, kepercayaan, dan daya tarik tidak mempengaruhi minat beli dan  $H_a$  adalah kredibilitas, keahlian, kepercayaan, dan daya tarik akan mempengaruhi minat beli. Jika  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel, maka  $H_0$  diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu kredibilitas, keahlian, kepercayaan, dan daya tarik secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu minat beli, demikian juga sebaliknya, apabila  $F$  hitung lebih kecil dari  $F$  tabel maka  $H_0$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen yaitu kredibilitas, keahlian, kepercayaan, dan daya tarik secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

c..Formulasi Regresi Berganda

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

Dimana:

$Y$  = sebagai nilai minat membeli

$a$  = nilai  $Y$ , jika  $X_1 = X_2 = X_3 = X_4 = 0$  (konstan)

$b_1$  = koefisien regresi, yang menunjukkan peningkatan ataupun penurunan variabel dependen ( $Y$ ) yang didasarkan pada variabel independen ( $X_1$ ).

$b_2$  = koefisien regresi, yang menunjukkan peningkatan ataupun penurunan variabel dependen (Y) yang didasarkan pada variabel independen ( $X_2$ ).

$b_3$  = koefisien regresi, yang menunjukkan peningkatan ataupun penurunan variabel dependen (Y) yang didasarkan pada variabel independen ( $X_3$ ).

$b_4$  = koefisien regresi, yang menunjukkan peningkatan ataupun penurunan variabel dependen (Y) yang didasarkan pada variabel independen ( $X_4$ ).

$X_1$  = sebagai nilai variabel Kredibilitas Dewa (variabel independen).

$X_2$  = sebagai nilai variabel Keahlian Dewa (variabel independen).

$X_3$  = sebagai nilai variabel Kepercayaan Dewa (variabel independen).

$X_4$  = sebagai nilai variabel Daya Tarik Dewa (variabel independen).

Untuk menghitung harga-harga  $a$ ,  $b_1$ ,  $b_2$ ,  $b_3$ , dan  $b_4$  dapat dipergunakan persamaan sebagai berikut:

$$\sum Y = na + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 + b_3 \sum X_3 + b_4 \sum X_4$$

$$\sum X_1 Y = b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 \sum X_2 + b_3 \sum X_1 \sum X_3 + b_4 \sum X_1 \sum X_4$$

$$\sum X_2 Y = b_1 \sum X_1 \sum X_2 + b_2 \sum X_2^2 + b_3 \sum X_2 \sum X_3 + b_4 \sum X_2 \sum X_4$$

$$\sum X_3 Y = b_1 \sum X_1 \sum X_3 + b_2 \sum X_2 \sum X_3 + b_3 \sum X_3^2 + b_4 \sum X_3 \sum X_4$$

$$\sum X_4 Y = b_1 \sum X_1 \sum X_4 + b_2 \sum X_2 \sum X_4 + b_3 \sum X_3 \sum X_4 + b_4 \sum X_4^2$$



## 2. Uji Parsial

Uji Parsial dilakukan untuk mengetahui variabel independen yang terdiri dari kredibilitas, keahlian, kepercayaan, dan daya tarik mana diantara variabel tersebut yang paling dominan pengaruhnya secara parsial terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

3. Analisis Validitas yaitu sifat yang menunjukkan adanya kesesuaian antara alat ukur dengan tujuan yang diukur atau dengan kata lain untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukurnya . Uji validitas dilakukan pada tiap-tiap butir pertanyaan.
4. Analisis Reliabilitas yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama atau dengan kata lain untuk menunjukkan adanya kesesuaian antara sesuatu yang diukur (variabel) dengan jenis alat ukur yang dipakai.