

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian dalam riset ini ialah deskriptif asosiatif. (Sugiono, 2013: 12), penelitian deskriptif adalah “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain”.

(Sugiono, 2013: 15) juga menjelaskan metode penelitian kuantitatif adalah “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

#### **B. Metode Penelitian**

##### **1. Populasi dan Sampel**

###### **a. Populasi**

Menurut Handayani (2020: ), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti”. Maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pupuk yang pernah melakukan transaksi pembelian di CV. Ramayana, dengan rentang waktu selama 1 bulan.

###### **b. Sampel**

Menurut (Dr. Juliansyah Noor, 2015: 147) Sampel adalah proses pemilihan sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini ialah *Sampel jenuh* yaitu didapatkan jumlah pelanggan sebanyak 45 pelanggan dalam satu bulan.

## 2. Tahapan riset

Tahapan dalam riset ini adalah melaksanakan langkah awal sampai akhir, diantaranya:

- a. Menggali Literatur yang sesuai dengan cara melakukan pengumpulan bahan literatur dan informasi berkaitan dengan judul penelitian.
- b. Mempelajari literatur yang akan digunakan sebagai kajian teori dalam penelitian ini.
- c. Menyusun Instrumen Penelitian (Kuesioner) Tahap ini adalah penentuan instrumen penelitian yaitu dengan menggunakan kuesioner.
- d. Observasi Lapangan dan Perijinan Melakukan pencarian sumber data dan perijinan kepada pihak-pihak yang berkompeten untuk mengisi kuesioner.
- e. Menyebarkan kuesioner kepada responden. Hal ini dilakukan bersamaan dengan observasi dan perijinan untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga.
- f. Analisa Data Menganalisa hasil pengolahan data berdasarkan hasil penelitian dan teori yang ada.
- g. Olah data terdiri dari kode variabel, tabulasi, perhitungan dengan program SPSS 25.0 untuk kemudian dilakukan tabulasi kedua.
- h. Memberikan Kesimpulan diambil berdasarkan analisa data dan diperiksa apakah sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

## C. Definisi Variabel

### 1. Variabel Penelitian

Dalam bukunya (Sugiono, 2013: 2) mengartikan variabel penelitian sebagai “segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulan”. Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel, yaitu:

#### a. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas Merupakan variabel yang mempengaruhi, yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiono, 2013; 2). Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah pandangan iklan ( $X_1$ ), kredibilitas iklan ( $X_2$ ), daya tarik iklan ( $X_3$ ) dan kekuatan Iklan ( $X_4$ ).

b. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Merupakan variabel yang dipengaruhi, yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiono, 2013: 3). Variabel terikat pada penelitian ini adalah minat beli konsumen (Y).

## 2. Definisi Operasional

Operasional dalam riset ini, menjabarkan tentang variabel-variabel riset yang digunakan terhadap tujuan penelitian untuk memberikan kesimpulan mengenai baatasan serta ruang lingkup penelitian, dari variabel yang dianalisa maka perlunya operasional variabel secara berurutan, diantaranya:

a. Pandangan Iklan ( $X_1$ )

pandangan iklan ialah perspektif seseorang dalam menilai tingkat popularitas sebuah aktor dalam mempromosikan sebuah produk dengan indikator: 1) bintang iklan populer 2) bintang iklan membuat kagum, 3) bintang iklan terlihat kreatif, 4) bintang iklan inovatif.

b. Kredibilitas Iklan ( $X_2$ )

Kredibilitas iklan ialah kemampuan yang dipunyai seseorang yang dapat menimbulkan rasa tertarik pada dirinya atas kebenaran apa yang telah disampaikannya dengan indikator: 1) aktor menimbulkan rasa kepercayaan, 2) aktor mampu menyampaikan pesan dengan baik, 3) aktor banyak ide kreatif untuk menarik perhatian.

c. Daya tarik Iklan ( $X_3$ )

Daya tarik merupakan cara aktor melakukan persentasi produk terhadap konsumen dan konsumen merasa penasaran sehingga tertarik lebih jauh dengan produk yang di persentasikan dengan indikatornya 1) aktor disukai, 2) aktor mempunyai daya tarik, 3) karakter aktor sesuai dengan produk yang diiklankan.

d. Kekuatan Iklan ( $X_4$ )

Kekuatan iklan ialah kekuasaan seseorang yang dapat menimbulkan pengaruh yang kuat terhadap produk yang diiklankan dengan indikator: 1) aktor dapat memerintahkan konsumen untuk membeli, 2) aktor iklannya banyak pujian, 3) aktor iklan mempunyai karisma yang baik.

e. Minat beli (Y)

Kecenderungan konsumen untuk membeli mengambil tindakan terhadap merek atau membeli diukur dari tingkat daya beli konsumen, dengan

indikator: 1) Tertarik untuk mencari informasi, 2) Mempertimbangkan untuk membeli, 3) Tertarik untuk mencoba, 4) Ingin mengetahui produk, 5) Jadi ingin memiliki produk.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013: 193) terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrument penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrument penelitian berkenaan dengan *validitas* dan *reliabilitas instrument* dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang di gunakan untuk mengumpulkan data. Maka, instrument yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya belum tentu dapat menghasilkan data yang valid, apa bila instrument tersebut tidak di gunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat dipeloreh dari beberapa sumber, sumber ini dapat diperoleh melalui :

1. Study Kepustakaan (*library research*)
2. Penelitian Lapangan (*field research*)
  - a. Pengamatan (*Observasi*)
  - b. Angket (kuesioner)
  - c. Dokumentasi

#### E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2010: 203) adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti lebih baik, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah. Maka, dengan menggunakan instrumen valid dan reliabel dalam pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.

**Tabel 3.3. Skor alternatif jawaban**

Alternatif jawaban	Skor untuk pertanyaan	
	Positif	Negatif
A= Sangat sesuai (SS)	5	1
B= Sesuai (S)	4	2
C= Ragu – ragu (RR)	3	3
D= Tidak sesuai (TS)	2	4

Alternatif jawaban	Skor untuk pertanyaan	
	Positif	Negatif
E= Sangat tidak sesuai (STS)	1	5

Kisi-kisi pengembangan instrumen disusun berdasarkan teori yang telah diuraikan mengenai Variabel pandangan iklan ( $X_1$ ) Kredibilitas Iklan ( $X_2$ ), Daya tarik Iklan ( $X_3$ ), Kekuatan Iklan ( $X_4$ ) terhadap minta beli ( $Y$ ). Adapun kisi-kisi angket adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4. Kisi-Kisi instrumen**

Definisi operasional variabel	Indikator	Rencana item	
		No	jml
Minat beli ( $Y$ ).	1. Tertarik untuk mencari informasi	1,2,3,4	5
	2. Mempertimbangkan untuk membeli,	5,6,7,8	5
	3. Tertarik untuk mencoba,	9,10,11,12	5
	4. Ingin mengetahui produk,	13,14,15,16	5
	5. Jadi ingin memiliki produk	17,18,19,20	5
	<b>Jumlah total</b>		
Pandangan Iklan ( $X_1$ )	1. Bintang iklan populer	1,2,3,4,5	5
	2. Bintang iklan membuat kagum	6,7,8,9,10	5
	3. Bintang iklan terlihat kreatif	11,12,13,14,15	5
	4. bintang iklan inovatif	16,17,18,19,20	5
<b>Jumlah Total</b>			<b>20</b>
Kredibilitas Iklan ( $X_2$ )	1. Aktor menimbulkan rasa kepercayaan	1,2,3,4,5,6,7,8	8
	2. Aktor mampu menyampaikan pesan dengan baik	9,10,11,12,13,14	6
	3. Aktor banyak ide kreatif untuk menarik perhatian	15,16,17,18,19,20	6
	<b>Jumlah Total</b>		
Daya Tarik Iklan ( $X_3$ )	1. Aktor disukai	1,2,3,4,5,6,7	7
	2. Aktor mempunyai daya tarik	8,9,10,11,12,13,14	7

Definisi operasional variabel	Indikator	Rencana item	
		No	jml
	3. karakter aktor sesuai dengan produk yang diiklankan	15,16,17,18,19,20	6
	<b>Jumlah Total</b>		<b>20</b>
Kekuatan Iklan (X <sub>4</sub> )	1. Aktor dapat memerintahkan konsumen untuk membeli	1,2,3,4,5,6,7	7
	2. Aktor iklannya banyak pujian	8,9,10,11,12,13,14	7
	3. Aktor iklan mempunyai karisma yang baik	15,16,17,18,19,20	6
	<b>Jumlah total</b>		<b>20</b>

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Persyaratan Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item kuesioner, untuk menentukan apakah suatu item layak di gunakan atau tidak. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan komputer program IBM SPSS versi 25, *Software SPSS (Statistic Product and Service Solution)*.

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

Ket : r = koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total dari y

n = jumlah banyaknya subjek

Menurut Sugiyono (2017: 172) uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator pada kuesioner tersebut adalah valid. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama Sugiyono (2017: 121). Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan cara *one shot study* atau pengukuran sekali saja saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ).

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum x_{ab}^2}{a_1^2} \right]$$

- Ket : r = reliabilitas instrumen  
 k = banyaknya item pertanyaan atau pernyataan  
 $\sum x_{ab}^2$  = jumlah varian butir  
 $a_1^2$  = jumlah varian total

Menurut Sugiyono (2017 : 121) suatu konstruk/ variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Croanbach Alpha* > 0,06.

## 2. Uji Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Menurut (Fitri, A., 2020: 171) Uji normalitas digunakan untuk mengetahui kondisi data apakah berdistribusi normal atau tidak. Pengelolaan data dari uji normalitas dengan menggunakan program SPSS Versi 25.0 *for Window* dengan *Uji Shapiro-Wilk* dengan menu: *pilih view data – pilih analyze - pilih descriptive statistic- pilih explore – klik plots – ceklis normality plots with test– continue – klik ok*. Dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas shapiro-wilk :

- a. Jika Nilai Sig. < 0,05 maka H0 bahwa data berdistribusi normal ditolak. Hal ini berarti data hasil berasal dari pretest dan posttest dan tidak berdistribusi normal.
- b. Jika Nilai Sig. > 0,05 maka H0 diterima. Hal ini berarti data sampel berasal dari pretest dan posttest berdistribusi normal.

### b. Uji Linieritas

Menurut (Kusumastuti, R., & Waluyo, I., 2013: 2) Linieritas merupakan sifat berhubungan yang linier antara variabel, yang artinya setiap terjadi perubahan satu variabel akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar

pada variabel lainnya. Uji linieritas biasanya bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Dasar pengambilan kesimpulan dari uji linieritas apabila nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel bersifat linier.

### c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi yang sama. Uji homogenitas dikenakan pada data hasil *post -test* dari kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Untuk mengukur homogenitas varians dari dua kelompok data, maka menggunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{varian terbesar}}{\text{varian terkecil}} \quad (\text{Sugiyono, 2017: 276})$$

Taraf signifikan yang digunakan adalah  $\alpha = 0,05$ . Uji homogenitas menggunakan SPSS versi 25 dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka memiliki varian yang homogen. Akan tetapi jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka varian tidak homogen.

## 3. Pengujian model Analisis

### a. Analisis Multi Regresi

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan apabila terdapat lebih dari dua variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat. Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

(Sumber: Sugiyono, 2017: 192)

Keterangan :

Y	= Minat Beli
X <sub>1</sub>	= Pandangan Iklan
X <sub>2</sub>	= Kredibilitas Iklan
X <sub>3</sub>	= Daya Tarik Iklan
X <sub>4</sub>	= Kekuatan Iklan
a	= Harga Konstanta (Minat Beli Y bila X=0)
e	= eror
b <sub>1</sub> b <sub>2</sub> b <sub>3</sub> b <sub>4</sub>	= Koefisien Regresi Berganda



### b. Uji t (Signifikan Parsial)

Uji t dilaksanakan untuk mengetahui variabel (X) yang mana mempengaruhi terhadap variabel dependent Y. uji t menguji signifikan pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terkait (Y) yang dapat dihitung :

Uji T untuk variabel X terhadap Y

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{S\beta_1}$$

Ket:

$\beta$  : Koefisien regresi

$S\beta$  : Simpanan baku

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi  $t_{hitung}$  lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga ditarik kesimpulan:

Hipotesisnya adalah sebagai berikut :

$H_0$  = Secara parsial tidak mempengaruhi secara signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a$  = Secara parsial mempengaruhi yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Hipotesisnya ialah:

Nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

### c. Uji f (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel *independent* yaitu variabel ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ) dan ( $X_4$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* yaitu (Y). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan 5% adalah (Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. 2014):

- 1) Jika nilai signifikan  $< 0,05$ , atau  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- 2) Jika nilai signifikansi > 0,05, atau f hitung < dari f tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Menggunakan rumus:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (N - K - 1)}$$

Ket :

F = F hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan F table.

$R^2$  = Korelasi parsial yang ditemukan.

N = Jumlah sampel.

K = Jumlah Variabel bebas.

Dasar pengambilan keputusan pengujian:

Jika F hitung > F table maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  di tolak.

Jika F hitung < F table maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  di terima.

#### d. $R^2$ (Koefisien *Determinasi*)

Menurut Daud, L. T. (2014: 9) Uji  $R^2$  digunakan untuk mengukur proporsi keragaman total dari nilai observasi Y di sekitar rataannya yang dapat diterangkan oleh garis regresinya atau variabel bebas yang digunakan.

$$R^2 = \frac{JK_{\text{Regresi}}}{JK_{\text{Total}}} = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{Y}_i - \bar{Y})^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}$$

Koefisien determinasi pada regresi linear sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

#### e. Hipotesis Penelitian

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya.

**Hipotesis pertama yaitu pengaruh variabel pandangan iklan terhadap minat beli.**

$H_0: \beta_1 \leq 0$ : Tidak berpengaruh pandangan iklan terhadap minat beli.

$H_a: \beta_1 > 0$ : Terdapat pengaruh pandangan iklan terhadap minat beli.

**Hipotesis kedua pengaruh variabel Kredibilitas Iklan terhadap minat beli.**

Ho:  $\beta_2 \leq 0$ : Tidak berpengaruh Kredibilitas Iklan terhadap minat beli.

Ha:  $\beta_2 > 0$ : Terdapat pengaruh Kredibilitas Iklan terhadap minat beli.

**Hipotesis ketiga pengaruh variabel daya tarik Iklan terhadap minat beli.**

Ho:  $\beta_3 \leq 0$ : Tidak berpengaruh daya tarik Iklan terhadap minat beli.

Ha:  $\beta_3 > 0$ : Terdapat pengaruh daya tarik Iklan terhadap minat beli.

**Hipotesis keempat pengaruh variabel kekuatan Iklan terhadap minat beli.**

Ho:  $\beta_4 \leq 0$ : Tidak berpengaruh kekuatan Iklan terhadap minat beli.

Ha:  $\beta_4 > 0$ : Terdapat pengaruh kekuatan Iklan terhadap minat beli.

**Hipotesis kelima pengaruh variabel pandangan iklan, Kredibilitas iklan, daya tarik iklan, dan kekuatan iklan terhadap minat beli.**

Ho:  $\beta_1: \beta_2: \beta_3: \beta_4 \leq 0$ : Pandangan iklan, Kredibilitas iklan, daya tarik iklan, dan kekuatan iklan secara simultan Tidak berpengaruh terhadap minat beli.

Ha:  $\beta_1: \beta_2: \beta_3: \beta_4 > 0$ : Pandangan iklan, Kredibilitas iklan, daya tarik iklan, dan kekuatan iklan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.