

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

- Tempat penelitian :Tempat penelitian dilaksanakan pada warga perumahan De Paris RT.004 RW.005
- Waktu penelitian :Waktu penelitian dimulai pada bulan Desember 2021 hingga bulan Juli 2022

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Menurut Sugiyono (2017:8) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Peneliti memilih metode kuantitatif dirasa sesuai karena hasil analisis yang diperoleh akurat serta untuk membuktikan hasil hipotesis yang telah dibuat terkait iklan shopee di televisi versi 4.4 ramadhan sale terhadap keputusan pembelian.

Metode Penelitian

Metode survey dipilih sebagai penelitian ini, Metode survey adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisisioner, test, dan wawancara yang terstruktur. (Sugiyono 2017:6)

Metode survey adalah penelitian yang sumber data dan informasi utamanya diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan kuisisioner atau angket sebagai instrument pengumpulan data. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan data, baik dalam bentuk tabel maupun grafik,

mencari rata-rata (mean), nilai tengah (median), standar deviasi dan lainnya.

Definisi Variabel dan Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68). Pada penelitian ini variable yang digunakan secara garis besar di bagi menjadi dua yaitu variable terikat (dependent) dan variable bebas (independent). Untuk itu beberapa variable ini dapat di perjelas sebagai berikut :

a. Variabel Terikat atau Dependent Variabel (Variabel Y)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Pengertian variabel dependen (terikat) menurut Sugiyono (2016:39).

b. Variabel pengaruh/bebas atau independent variabel

(Variabel X)

Variabel bebas yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Pengaruh Iklan Shopee Di Televisi Versi 4.4 Ramadhan Sale Terhadap Keputusan Pembelian, dimensi ini meliputi : Attention, Interest, Desire, Conviction dan Action (Kotler dan Keller, 2015 : 14)

3.4.2 Operasional Variabel

Dimana dalam operasional variable ini, terlihat pada table berikut :

Variabel	Dimensi	Indikator
Indikator Variabel X AIDCA (Kotler dan Keller, 2015 : 14)	1. <i>Attention</i>	a) Pesan iklan harus menarik perhatian khalayak b) Visual iklan memberikan perhatian pada khalayak
	2. <i>Interest</i>	a) Efektifitas media yang digunakan b) Presepsi konsumen mengenai produk setelah iklan ditayangkan
	3. <i>Desire</i>	a) Informasi mengenai keunggulan produk b) Iklan membangkitkan keinginan untuk mendapatkan produk
	4. <i>Conviction</i>	a) Iklan meyakinkan konsumen akan kebutuhan produk b) Iklan meyakinkan konsumen akan manfaat produk
	5. <i>Action</i>	a) Adanya keyakinan melakukan pembelian produk b) Kecenderungan melakukan pembelian produk
Indikator Variabel Y Keputusan Pembelian (Kotler dan Keller, 2018 : 175)	1. <i>Need Recognition</i>	a) Kebutuhan konsumtif yang diperlukan b) Merasakan perbedaan kebutuhan keadaan aktual dan sejumlah keadaan yang diinginkan
	2. <i>Information Search</i>	a) Informasi yang didapat dari sumber komersil b) Informasi yang didapat dari sumber pribadi

3. <i>Evaluation of Alternatives</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Pertimbangan barang akan suatu manfaat b) Pertimbangan barang akan suatu kualitas c) Pertimbangan barang akan suatu merek alternatif
4. <i>Purchase Decision</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Pemantapan akan suatu produk b) Keputusan yang dirasa sudah matang
5. <i>Postpurchase Behaviour</i>	<ul style="list-style-type: none"> a) Penilaian suatu barang dari segi manfaat b) Penilaian suatu barang dari segi kualitas c) Evaluasi pelayanan akan suatu entitas penjual

Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek atau masyarakat responden yang menjadi pusat penelitian atau sampel, yang dimana terdapat sebuah objek informasi itu sendiri menjadi peran penting sebuah penelitian. Objek ini disebut dengan satuan analisis. Satuan analisis ini memiliki kesamaan perilaku atau karakteristik yang ingin diteliti.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2017 : 90). Dalam hal populasi ini penelitian melakukan observasi pada followers akun instagram Shopee. Dimana penelitian populasi tersebut diambil pada masyarakat wilayah De Paris Residences RT.004 RW.005. Jumlah masyarakat wilayah de paris rt 004 rw 005

tercatat 673 penduduk, setelah itu didapatkan 235 orang yang memberi perhatian dengan karakteristik berikut :

- a) Tercatat sebagai penduduk perumahan de paris rt.004 rw.005
- b) Aktif sebagai pengguna marketplace shopee
- c) Pernah melakukan pembelian pada aplikasi shopee
- d) Berusia 20 - 40 tahun
- e) Berjenis kelamin perempuan dan laki-laki

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil harus betul-betul representative (mewakili). (Sugiyono, 2016 : 118)

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan random sampling. Pengambilan anggota populasi digunakan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut. Cara dilakukan tersebut bila anggota populasi dianggap homogen. (Sugiyono, 2016 : 82)

Pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10% yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$
$$n = \frac{235}{235(10\%)^2+1} = 70,1$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Derajat kepercayaan (10% = 0,1) (Kriyanto, 2016:164)

n = 70,1 responden dibulatkan menjadi 70 orang.

Pada hasil perhitungan yang diperoleh jumlah sampel yang dapat mewakili populasi yaitu sebanyak 70 orang (dibulatkan) responden.

Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala dalam pengukuran ini dengan menggunakan tanggapan yang diberikan kuesioner pada responden terhadap pada pernyataan yang diberikan dengan skala likert.

Skala likert yaitu skala yang dapat mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekompok orang dalam fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberikan skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif). (Sugiyono, 2021 : 93). Jawaban setiap item komponen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative dan jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Melalui skala Likert tersebut, nantinya seluruh pernyataan yang akan dijawab oleh responden akan dihitung pada setiap bobotnya lalu dijumlahkan secara keseluruhan untuk mengetahui nilai dari setiap responden dan dapat dijadikan skor penilaian terhadap variabel – variabel pada penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data dibagi menjadi dua yaitu teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Data yang dipakai diperoleh dari dua sumber yaitu :

3.7.1 Sumber Primer

Sumber primer adalah sebuah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Suharsimi Arikunto 2007 : 172). Sehubungan dengan itu maka peneliti harus mengumpulkan data sendiri sesuai apa yang diperoleh

terkait dengan penelitian tersebut. Adapun teknik pengumpulan data terkait penelitian ini :

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis dan dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pembagian kuesioner secara langsung. (Sugiyono, 2014 : 230). Teknik pengumpulan data pada kuesioner ini yakni dengan menyebar sebuah pertanyaan terkait penelitian tersebut. Dengan harapan bisa memberikan respon dari pertanyaan yang diberikan tersebut.

3.7.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan instrument pada buku, jurnal dan artikel dengan besar harap dapat melengkapi penelitian tersebut.

Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam hal ini teknik analisis yang digunakan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi adalah analisis yang mengukur suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika pengukuran pengaruh variabel ini melibatkan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), maka menggunakan analisis regresi linier sederhana. (Sugiyono, 2013 : 1).

Rumus regresi linier sederhana :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X = Iklan Televisi Shopee

a = nilai intercepte (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Bila b (+) maka naik, bila (-) maka terjadi penurunan.

3.8.2 Uji Kofisiensi Korelasi

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependep yang diuji pada tingkatan 0,1. Jika probability t lebih kecil dari 0,1 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus :

Jika sig dari Fhitung < 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho ditolak

Jika sig dari Fhitung > 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho diterima

3.8.3 Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka dapat dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus;

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

Keterangan :

r = Koefisien

korelasi antara X

dan Y

n = Jumlah

sampel

maka dengan demikian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Uji Validitas dan Reabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono uji validitas adalah instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. (Sugiyono, 2017 : 121). Uji validitas ini didasari dengan mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu instrument alat ukur.

Validitas mengaju pada aspek ketetapan dan kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran sendiri dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak aspek (dalam arti kuantitatif) suatu aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang, yang dinyatakan oleh skornya pada instrumen pengukur yang bersangkutan (Suryani dan Hendryadi, 2015:144).

Guna dapat analisis atau sebuah instrumen alat ukur validitas dan reabilitas maka penelitian memberikan uji coba kepada 30 responden.

Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan pernyataan melalui kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini

dilakukan kepada warga De Paris Residences sebanyak 30 orang responden dengan signifikansi 5%. Dalam pengukuran tingkat validitas dan reliabilitas digunakan software SPSS (Statistic Package for Social Science) for Windows versi 23.0.

Uji validitas membandingkan nilai rhitung dengan rtabel. Dalam penelitian ini, nilai df (degree of freedom) dapat dihitung $df = n - 2$ maka didapatkan $df = 30 - 2 = 28$. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% maka nilai rtabel sebesar 0,374.

Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument atau item pernyataan tersebut valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument atau item pertanyaan tidak valid.

3.9.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. (Sugiyono, 2017 : 130).

Menurut Sekaran (1992) dalam Priyatno (2014:64), cara menghitung reliabilitas adalah dengan menghitung koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dapat dipercaya.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi antara hasil pengamatan dengan instrument atau alat ukur yang digunakan pada waktu yang berbeda. Pernyataan yang sudah valid, dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika r_{alpha} positif atau $> r_{tabel}$ maka pernyataan

reliabel

2. Jika r alpha negatif atau $< r$ tabel maka pernyataan tidak reliabel

Tingkat reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala alpha 0 sampai 1. Apabila skala tersebut dikelompokkan kedalam lima kelas dengan range yang sama. Maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasi seperti tabel berikut :

Tabel 3.1

Tingkat Reliabel Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Realibilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 30 orang responden yang mengetahui iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale. Hasil uji validitas ini untuk membuktikan valid atau tidaknya setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden. Uji Validitas dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dalam penelitian ini, nilai df (degree of freedom) dapat dihitung $df = n - 2$

maka didapatkan $df = 30 - 2 = 28$. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, maka nilai r tabel sebesar 0,374. Berikut adalah hasil pengujian validitas.

3.10.1 Uji Validitas Variabel X (Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale)

Hasil uji validitas X (Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale) dijelaskan pada table dibawah ini :

Tabel 3.2

**Hasil Uji Validitas Variabel X
(Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale)**

No.	Pernyataan	rTabel	rHitung	Keterangan
1.	X1	0,374	0,390	Valid
2.	X2	0,374	0,410	Valid
3.	X3	0,374	0,478	Valid
4.	X4	0,374	0,581	Valid
5.	X5	0,374	0,481	Valid
6.	X6	0,374	0,657	Valid
7.	X7	0,374	0,521	Valid
8.	X8	0,374	0,403	Valid
9.	X9	0,374	0,410	Valid
10.	X10	0,374	0,730	Valid
11.	X11	0,374	0,688	Valid
12.	X12	0,374	0,618	Valid

Sumber : Hasil Hitung Excel

Dari hasil uji validitas diatas, jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

12 butir pernyataan pada Variabel X (Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,374 (r_{tabel}).

3.10.2 Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Hasil uji validitas Y (Keputusan Pembelian) dijelaskan pada table dibawah ini:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel Y
(Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	rTabel	rHitung	Keterangan
1.	Y1	0,374	0,460	Valid
2.	Y2	0,374	0,501	Valid
3.	Y3	0,374	0,570	Valid
4.	Y4	0,374	0,782	Valid
5.	Y5	0,374	0,608	Valid
6.	Y6	0,374	0,542	Valid
7.	Y7	0,374	0,461	Valid
8.	Y8	0,374	0,690	Valid
9.	Y9	0,374	0,471	Valid
10.	Y10	0,374	0,467	Valid
11.	Y11	0,374	0,451	Valid
12.	Y12	0,374	0,424	Valid

Sumber : Hasil Hitung Excel

Dari hasil uji validitas diatas, jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

12 butir pernyataan pada Variabel Y (Keputusan Pembelian) dapat dikatakan Valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,374 (r_{tabel}).

Hasil Uji Reliabilitas

3.11.1 Uji Reliabilitas Variabel X (Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale)

Tabel 3.4

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale)

Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.704	12

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel X (Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale) sebesar 0,704. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 12 butir pernyataan variable X (Iklan Shopee 4.4 Ramadhan Sale) adalah **Reliabel**.

3.11.2 Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistics

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	12

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 0,744. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 12 butir pernyataan variable Y (Keputusan Pembeli) adalah **Reliabel**.

