

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Followers Instagram @Tokopedia. Pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuesioner secara online menggunakan bantuan google form. Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Desember 2021 sampai Juli 2022.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian analisisnya lebih fokus pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika. Dengan menggunakan pendekatan ini, maka akan diperoleh signifikansi hubungan antar variable yang diteliti. Pendekatan kuantitatif juga dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, tehnik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random (*simple random sampling*), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013:13).

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan skor atau nilai peringkat dan frekuensi (Kriyantono, 2014:55).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey bersifat eksplanatif. Metode ini digunakan bila periset ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Periset tidak sekedar menggambarkan

terjadinya fenomena tapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu dapat terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain, periset ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel (Kriyantono, 2014: 60).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Iklan “Tokopedia WIB” di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Selama Pandemi (Survey Pada Followers Instagram @Tokopedia).

D. Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel menjadi dasar dalam pengumpulan data sehingga tidak terjadi bias terhadap data yang diambil. Variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk di teliti sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut dan dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:38). Variabel yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Iklan Televisi (X) Rossiter dan Percy (2016: 209)	<i>Heard words or sound effect</i>	Ucapan dalam iklan merupakan hal penting.
		Kata menimbulkan kesan di dalam pikiran.
	<i>Music</i>	Lagu yang mengiringi tayangan iklan sebagai latar belakang.
		Irama yang dibuat sesuai dengan suasana iklan tersebut. .,
	<i>Seen word</i>	Ucapan yang memiliki makna sehingga mendukung produk yang diiklankan.
		Kata – kata pada iklan mudah di ingat dan dicerna khalayak.

	<i>Pictures</i>	Gambar atau tayangan iklan berupa obyek yang digunakan.
		Gambar atau tayangan iklan berupa model dan adegan yang ditampilkan
	<i>Colour</i>	Perpaduan dan keserasian warna tulisan serta gambar pada iklan.
		Pengaturan cahaya dalam penayangan iklan.
	<i>Movement</i>	Gerakan pada tayangan iklan yang memberikan dampak pengaruh terhadap emosi penonton.
		Adegan yang ditampilkan untuk memperjelas maksud dari iklan tersebut.
Perilaku Konsumtif (Y) Lina dan Rosyid (1997)	Pembelian impulsif	Muncul hasrat untuk membeli setelah melihat iklan Tokopedia WIB.
	Pemborosan	Membeli di Tokopedia setelah melihat iklan Tokopedia WIB walaupun barang tidak terlalu diperlukan.
	Mencari kesenangan	Muncul rasa senang saat setelah membeli di Tokopedia.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda yang lain. Populasi juga

bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Penelitian ini membahas tentang pengaruh Pengaruh Iklan “Tokopedia WIB” di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Selama Pandemi, khususnya pada followers instagram @tokopedia. Maka populasi dalam penelitian ini adalah followers instagram @tokopedia.

Jumlah Populasi dalam penelitian ini berjumlah 588 followers pada tanggal 23 Desember. Berikut adalah kriteria populasinya :

- a. Responden yang merupakan pengikut instagram @tokopedia
- b. Usia 18-55 tahun.
- c. Responden yang pernah bertransaksi menggunakan atau membeli di Tokopedia.

Berdasarkan kriteria populasi tersebut, maka populasi yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 588 orang yang diambil dari like postingan terakhir pada tanggal 18 Juli 2022.

2. Sampel

Teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan stasa yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2013 : 118). Sampel pada penelitian ini akan diambil dari jumlah like pada poting tanggal 18 juli di akun Instagram @Tokopedia yang memiliki populasi sebanyak 588.

Sampel pada penelitian ini akan diambil dari jumlah like pada potingan tanggal 18 Juli di akun Instagram @Tokopedia yang memiliki populasi sebanyak 588. Jumlah sampel yang akan didapatkan menggunakan rumus *Slovin* dengan taraf kepercayaan sampel terhadap populasi sebesar 90% dan taraf kesalahan 10%. Rumus *Slovin* digunakan dalam proses pengambilan jumlah sampel

dari jumlah populasi sudah diketahui dengan pasti (Kriyantono, 2012: 164).

$$n = \frac{N}{1+N(d)^2}$$

$$n = \frac{588}{1+588(0,1)^2}$$

$$n = \frac{588}{1+5,88}$$

$$n = \frac{588}{6,88}$$

$$n = 86,4$$

$$n = 86 \text{ orang}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

d^2 = Error Sampling (10%)

Berdasarkan hasil rumus, maka didapat jumlah sampel dari populasi dan ditetapkan sebanyak 86 responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, setelah dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung. Saat melakukan metode data primer menggunakan metode kuesioner (angket). Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data dengan serangkaian daftar pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun, yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban (Sugiyono, 2016:142). Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data

yang efisien bila mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara membuat daftar kuesioner dengan masing-masing kuesioner yang dilakukan untuk pengukuran tersebut dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap kuesioner yang diisi harus mempunyai skala penilaian (Sugiyono, 2016:92).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Kuesioner. Penyebaran Kuesioner secara online dengan menggunakan google form yang di sebarakan melalui *direct message* kepada followers instagram @tokopedia.

Kuesioner online adalah teknik pengambilan data dengan cara menyebarkan angket secara online menggunakan Google Form. Angket adalah pernyataan tertulis yang bertujuan menggali informasi dari para responden (Suradika, 2000:46). Angket online yang berisi serangkaian pertanyaan mengenai sesuatu hal untuk mendapatkan jawaban, tanggapan atau respon tertulis. Kuesioner online disebar lalu Responden diminta mengisi sendiri kuesioner tersebut.

Tabel 3.2
Skala Likert

Kategori	Bobot penilaian
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2016:96

Pengukuran variabel pada penelitian ini adalah menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017:150).

Dalam penelitian ini digunakan empat kategori pilihan jawaban, yaitu: sangat setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Jawaban Ragu-ragu dihilangkan karena menghindari ke tidak validan data yang diperoleh. Setiap pilihan jawaban memiliki bobot nilai yang berbeda. Setelah semua jawaban responden terkumpul, kemudian jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobot nilainya sehingga menghasilkan suatu data yang dapat ditarik kesimpulan.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti berasal dari berbagai sumber, buku-buku literature dan kepustakaan lainnya seperti kutipan skripsi maupun jurnal. Data yang dikumpulkan ini merupakan data yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu proses kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain telah terkumpul. Dalam proses ini melakukan analisis data yang berupa jawaban dari seluruh responden yang telah dikumpulkan. Data yang terkumpul, kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang teliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016: 147).

Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah *statistic inferensial*. *Statistik inferensial* adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2016: 148). Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan regresi *linier* sederhana.

Teknik regresi yang digunakan untuk melakukan prediksi seberapa jauh nilai variabel bebas mempengaruhi nilai variabel terikat. Formulasi regresi *linier* sederhana: (Sugiyono, 2016: 188).

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y = Sebagai nilai yang diprediksikan

a = Nilai intercept (konstanta)

b = Koefisiensi regresi

X = Sebagai nilai variabel independen

Teknik analisis data dilakukan dengan tabel frekuensi, dengan cara menyusun kuesioner yang kemudian dianalisa dan dijelaskan. Hasil yang telah dianalisa dapat dijadikan daftar tabel yang memberikan gambaran dari penelitian ini yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Iklan E-commerce “Tokopedia WIB” di Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Selama Pandemi.

H. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan melihat sejauh mana suatu alat pengukur yang digunakan dalam mengukur itu valid. Suatu instrument atau kuesioner yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. (Sugiyono, 2016:121).

Uji validitas untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu menghasilkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu instrumen alat ukur, uji validitas menggunakan alat bantu *SPSS version 23 for windows*.

Menurut Imam Ghozali (2011, Hal:53) pembuktian uji validitas dilihat dari pengujiannya yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor individu masing-masing pertanyaan dengan skor total dari variabel.

Jika korelasi antara tiap variabel dengan total variabel secara keseluruhan lebih kecil dari taraf signifikan 0,01 atau 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan valid.

$$N \sum xy - (\sum x)(\sum y)$$

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

Keterangan:

r_{yx} = Korelasi antara x dan y.

N = Banyaknya nilai.

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y.

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X.

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y.

$(\sum x)^2$ = Jumlah X kemudian dikuadratkan.

$(\sum y)^2$ = Jumlah Y kemudian dikuadratkan.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap stabil dari waktu ke waktu apabila dilakukan pengukurandua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data yang diperoleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas.

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

- a. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05), maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05), maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Tujuan utama pengujian reliabilitas adalah untuk

mengetahui keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen penelitian disebut *reliable* apabila instrumen tersebut konsisten dalam memberikan penilaian atas apa yang diukur. Apabila *Alpha* hitung lebih besar dari tabel dan *Alpha* hitung bernilai positif, maka suatu instrumen penelitian dapat dikatakan *reliable*.

Tingkat reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *Alpha* 0 sampai dengan 1, apabila skala tersebut dikelompokkan kedalam lima kelas dalam *range* yang sama, maka ukuran ketetapan *Alpha* dapat diinterpretasikan seperti tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Tingkat Reliabilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
>0,000 s.d 0,19	Kurang Reliabilitas
>0,20 s.d 0,40	Agak Reliabilitas
>0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabilitas
>0,60 s.d 0,80	Reliabilitas
>0,80 s.d 1,00	Sangat Reliabilitas

Sumber: (Sugiyono, 2009 Hal:83)

I. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*independen*) memiliki hubungan atau pengaruh signifikan dengan variabel terkait (*dependen*). Pengaruh variabel terkait secara individual untuk setiap variabel. Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai t-hitung adalah rumus uji hipotesis dua arah.

Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

J. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan kepada 30 orang responden. Hasil Uji ini untuk membuktikan setiap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada responden valid atau tidak valid. 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 10%, maka nilai r_{tabel} sebesar 0,306. Hasil pengujian validitas dapat dilihat seagai berikut.

1. Uji Validitas Variabel X (Iklan Televisi)

Hasil uji validitas Variabel X (Iklan Televisi) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel X
(Iklan Televisi)

No.	Pernyataan	R_{tabel}	R_{hitung}	Keterangan
1	X1	0,306	0,657	Valid
2	X2	0,306	0,641	Valid
3	X3	0,306	0,726	Valid
4	X4	0,306	0,631	Valid
5	X5	0,306	0,607	Valid
6	X6	0,306	0,701	Valid
7	X7	0,306	0,637	Valid
8	X8	0,306	0,783	Valid
9	X9	0,306	0,618	Valid

10	X10	0,306	0,618	Valid
11	X11	0,306	0,632	Valid
12	X12	0,306	0,625	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

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

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 12 butir pernyataan pada Variabel X (Iklan Televisi) dapat dikatakan Valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,306 (r_{tabel}).

2. Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Hasil uji validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Table 3.5
Hasil Uji Validasi Variabel Y
(Perilaku Konsumtif)

No.	Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
1	Y1	0,306	0,700	Valid
2	Y2	0,306	0,515	Valid
3	Y3	0,306	0,579	Valid
4	Y4	0,306	0,852	Valid
5	Y5	0,306	0,735	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

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

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 5 butir pernyataan pada Variabel Y (Perilaku Konsumtif) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,306 (rtabel).

K. Hasil Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel X (Iklan Televisi)

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Iklan Televisi)

Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	12

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel X (Iklan Televisi) sebesar 0,884. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 12 butir pernyataan Variabel X (Iklan Televisi) adalah **Reliabel**.

2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas variabel Y (Perilaku konsumtif)

Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	5

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel Y (Perilaku Konsumtif) sebesar 0,772. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 5 butir pernyataan Variabel Y (Perilaku Konsumtif) adalah **Reliabel**.