

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam proses penelitian mengenai “Pengaruh Iklan Televisi Terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Halodoc versi”Dokternya asli kok” Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat (survei pada masyarakat Limo,Depok Rw 12,Rt 001/002) pengambilan data dilakukan dengan membagikan kuisioner secara online dengan bantuan *google form* dan menyebarkan melalui *Direct Message*. Waktu penelitian dilaksanakan dimulai sejak tanggal 25 Desember 2021-13 juni 2022.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karna semua data di wujudkan dalam bentuk angka. penelitian dengan jenis kuantitatif adalah penelitian yang menganalisis dan menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat di generalisasikan.

Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2017:8)

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Kuantitatif yang sifatnya sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan design penelitiannya. Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh sugiyono yaitu : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data

bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”(Sugiyono 2018:8).

Survei pendekatan Kuantitatif ini bertujuan untuk menunjukkan adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh dari variable yang ada. Pada penelitian ini, peneliti menunjukkan pengaruh antara Variable (X) yaitu Pengaruh Iklan aplikasi Halodoc versi”Kebutuhanmu jadi lebih mudah” yang tayang di Televisi dengan Variabel (Y) yaitu keputusan penggunaan aplikasi.

Metode survei yang bersifat eksplanatif digunakan untuk mengetahui apa yang menjadi sebab yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Sebab yang terjadi dapat dilihat dari situasi atau kondisi dan apa pengaruhnya, dengan kata lain menjelaskan hubungan dari dua variabel atau lebih variabel (Triantono, 2017:60). Pada penelitian ini peneliti bermaksud untuk mencari Pengaruh “Iklan Televisi (X) Terhadap minat menggunakan aplikasi (Y)”.

D. Variable dan devinisi oprasional variable

1. Variable penelitian

Bahwa suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono 2018:38)

Variabel konsep yang mempunyai variasi nilai-nilai yaitu adanya variabel dependent dan independent, variabel dependent atau bisa disebut dengan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan adanya variabel independent, sedangkan variabel independent adalah variabel yang mengaruhi variabel dependent.

Variabel – variabel dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel X (Variabel Independent) adalah iklan Aplikasi Halodoc
- b. Variabel Y (Variabel Dependent) adalah keputusan penggunaan aplikasi Halodoc

2. Definisi Oprasional Variabel Tabel

Devinisi oprasional variabel dibuat agar tidak terjadi kesalahan dalam sebuah penafsiran makna kata dalam sebuah penelitian. Berikut merupakan penjelasan oprasional variabel dalam penelitian ini :

Tabel 3.1
Oprasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Iklan Televisi (X) Rossiter dan Percy (2016:209)	1.Heard words or sound effect	a.Ucapan dalam iklan merupakan hal penting b. Kata menimbulkan kesan di dalam pikiran
		2.Music	a. Lagu yang mengiringi tayangan iklan sebagai latar belakang b. Irama yang dibuat sesuai dengan suasana iklan tersebut
		3.Seen word	a. Ucapan yang memiliki makna sehingga mendukung produk yang diiklankan b. Kata – kata pada iklan mudah di ingat dan dicerna khalayak
		4. Pictures	a. Gambar atau tayangan iklan berupa objek yang digunakan b. Gambar atau tayangan iklan berupa model dan adegan yang ditampilkan
		5. Colour	a. Perpaduan dan keserasian warna tulisan serta gambar pada iklan b. Pengaturan cahaya dalam penayangan iklan
		6. Movement	a. Gerakan pada tayangan iklan yang memberikan dampak pengaruh terhadap emosi penonton b. Adegan yang ditampilkan untuk memperjelas maksud dari iklan tersebut

2	Keputusan Penggunaan (Y) Kotler dan Keller (2016:194)	1. Problem recognition (Pengenalan Masalah)	a. Melakukan pengenalan awal terhadap suatu produk ataupun jasa. b. Konsumen merasa ada perbedaan antara barang satu dengan yang lainnya.
		2. Information search (Pencarian Informasi)	a. Tahap ini mencari informasi di website ataupun platform lainnya. b. Konsumen lebih aktif untuk mencari informasi.
		3. Alternative evaluation (Evaluasi Alternatif)	a. Konsumen melakukan evaluasi sebelum membeli atau menggunakan. b. Konsumen memilih produk atau jasa yang nantinya akan dibeli
		4. Purchase decision (Keputusan Pembelian)	a. Memutuskan untuk membeli ataupun menggunakan produk maupun jasa. b. Konsumen membeli produk atas dasar kebutuhan
		5. Post-purchase decision (Perilaku Pascan Pembelian)	a. Konsumen mengetahui produk atau jasa setelah melakukan keputusan pembelian. b. Memutuskan tindak lanjut setelah membeli. c. Mengevaluasi terhadap produk yang sudah dibeli.

D. Populasi dan Sampel (Teknik Sampling)

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:135). sehingga yang menjadi populasi penelitian ini adalah masyarakat di wilayah kompleks Cakra kecamatan Limo kota Depok yang mengetahui dan menggunakan Aplikasi Halodoc.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Komplek RT:001/002 RW:12 kecamatan Limo kelurahan Grogol Kota Depok yang telah sesuai dengan kriteria sebanyak 158 responde yang sesuai dengan kriteria populasi. Adapun kriteria-kriterianya sebagai berikut:

1. Mengetahui iklan aplikasi Halodoc
2. Menggunakan aplikasi Halodoc
3. Berumur 20 – 45 tahun

2. Sampel

Menurut (Sugiono 2018:118),sampel adalah sebagai berikut: Sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi. Apabila Populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang ada pada populasi tersebut beberapa kendala yang akan di hadapi di antaranya seperti dana yang terbatas, tenaga dan waktu maka dalam hal ini perlunya menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Selanjutnya, apa yang dipelajari dari sampel tersebut maka akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya di berlakukan untuk sempel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh atau total sampling, yaitu semuaanggota populasi digunakan sebagai sampel.Dari jumlah populasi yang di gunakan yaitu berjumlah 158 responden.

E. Pengukuran dan pengamatan variable penelitian

Teknik yang digunakan analisis data kuantitatif berdasarkan presentasi menurut skor akumulatif. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017 : 136).

Tabel 3.2
Kategori penilaian skala likert

Kategori	Penilaian
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat Tidak setuju	1

(Sugiyono, 2017 : 137)

F. Teknik pengumpulan Data

Data penelitian merupakan kumpulan informasi-informasi berupa fakta atau bahan-bahan keterangan. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan yang dapat menjawab pertanyaan atau memecahkan masalah. Semua jenis data bersifat kuantitatif dan sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Menurut Indrianto dan Suporno (2002) dalam Novi (2012) data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain) dan dalam penggunaannya pada penelitian ini telah diatur dan diolah oleh penulis.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan teknik pengambilan data primer dan skunder untuk memperoleh data atau informasi dilakukan metode sebagai berikut :

1. Data Premier

Teknik pengumpulan data melalui pemberian daftar pertanyaan secara tertutup yang dilengkapi dengan berbagai alternative jawaban. Data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui angket atau kuisisioner.

Dimana di dalamnya terdapat pertanyaan dan jawaban yang nantinya dapat memberikan data-data yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan pada penelitian ini.

Menurut Sugiyono kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.(Sugiyono, 2017). Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat atau direkam. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui secara pasti data atau informasi apa yang dibutuhkan dan bagaimana variabel yang menyatakan informasi yang dibutuhkan tersebut diukur. Pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner harus jelas dan mudah dimengerti untuk mengurangi kesalahan interpretasi responden dalam pengisian kuisisioner (Ristya Widi E, 2011).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner melalui google form. Kuesioner dibagikan kepada masyarakat di wilayah kompleks Cakra Limo,Depok melalui direct message di Google form yang dilakukan selama 1 bulan.

2. Data skunder

Data yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendukung penelitian baik informasi da teori-teori yang digunakan dengan cara mengumpulkan data dari buku-buku yang berhubungan dengan komunikasi advertising dan bahan lain seperti jurnal, skripsi-skripsi, dan website lain yang diakses melalui internet.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data yag dilakukan adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan

data tiap variabel yang telah diteliti, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017a).

Setelah data-data yang penulis perlukan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistic (Sugiono, 2010).

Teknik analisis pada penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear sederhana. Teknik regresi yang digunakan untuk prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen atau bebas mempengaruhi nilai variabel independent atau terikat dan Analisis pengaruh menggunakan SPSS Formula regresi sederhana : (Sugiyono, 2017a)

Rumus regensi linier sederhana :

$$Y = a+bX$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksi

a = Nilai Konstanta

b = Koefesien Regresi

X = Nilai Variabel independent

H. Uji validitas dan Reabilitas

Setelah kuisisioner sebagai alat ukur atau alat pengumpul data selesai disusun, belum berarti kuisisioner tersebut dapat langsung digunakan untuk mengumpulkan data. Kuisisioner dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian harus diuji validitas dan reliabilitas.

Untuk itu kuisioner tersebut harus dilakukan uji coba "trial" di lapangan. Respon yang digunakan untuk uji coba sebaiknya yang memiliki ciri-ciri responden dari tempat dimana penelitian tersebut harus dilaksanakan. Data yang kurang memiliki validitas dan reliabilitas, akan menghasilkan kesimpulan yang bias, kurang sesuai dengan yang seharusnya, dan bahkan bisa saja bertentangan dengan kelaziman (Ristya Widi E, 2011)

Dalam uji coba instrumen penelitian dalam penelitian ini digunakan pengujian validitas dan reliabilitas, dengan menggunakan instrument yang valid dan reliable dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliable. Untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas menggunakan software SPSS (*statistic package social science*). Data yang telah dikumpulkan kemudian dimasukkan dalam program SPSS sehingga menghasilkan nilai yang diinginkan. SPSS merupakan software yang dapat digunakan untuk mengolah data statistik. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini akan dilakukan pada 30 responden yang diambil dari RT:003 RW:12.

1.Uji Validitas.

Uji validitas bertujuan melihat sejauhmana suatu alat mengukur yang digunakan dalam mengukur itu valid. Menurut Sugiono (2017:121), menjelaskan bahwa instrumen atau kuisioner yang valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur. Uji validitas ini menggunakan alat bantu spss versi 25. untuk dapat menganalisis validitas dan reabilitas maka dalam penelitian ini ujicoba diberikan kepada 30 orang responden. karna dengan jumlah minimum 30 orang maka distribusi skor nilai akan lebih mendekati kurva normal. Responden diminta untuk menyatakan jawaban pada pilihan yang telah disediakan. Responden yang dipilih dalam menerima kuisioner yang akan diberikan ialah responden yang menggunakan aplikasi Halodoc

2.Reabilitas

Uji reabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bisa (bebas bersalah).Uji reabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap pertanyaan -pertanyaan didalam kuisisioner hasil pengukuran dapat di percaya apa bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama di peroleh hasil yang relatif sama,selama aspek yang diukur tidak berubah, Reabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat di percaya.

Reliabilitas menunjukkan bahwa kuisisioner tersebut konsisten apabila digunakan untug mengukur gejala yang sama dilain tempat. Perlu diketahui yang diuji reliabilitas hanyalah nomor soal yang sah sah saja. Tujuan pengajuan validitas dan reliabilitas adalah untuk meyakinkan bahwa kuisisioner yang telah disusun akan benar-benar baik untuk mengukur gejala dalam menghasilkan data yang valid. (Sugiyono, 2017:178)

J. Uji koefisien Regresi (uji t)

Uji untuk menentukan seberapa besar pengaruh variable bebas (*Independen*) terhadap variabel terkait (*Dependen*). Uji dilakukan dengan tingkat signifikan 0.10 variabel bebas (*indpenden*) dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait (dependent),ketika nilai probability t lebih kecil dari 0,10 berikut adalah rumusnya:

Jika nilai sig dari $t_{hitung} < 0,01$ atau 0,10 atau 0,1 maka H_0 ditolak

Jika nilai sig dari $t_{hitung} > 0,01$ atau 0,10 atau 0,1 maka H_0 diterima

K. Hasil uji validitas

Sebelum dilakukan penyebaran kuisisioner terhadap sampel penelitian,responden diminta untuk menyatakan jawaban pada penelitian

jawaban yang telah disediakan, terlebih dahulu menguji validitas dengan menyebarkan kuisisioner pada beberapa orang,

a. uji validitas variable X (Iklan televisi)

b. uji variable Y (Penggunaan aplikasi)

Sebelum dilakukan penyebaran kuisisioner terhadap sampel penelitian, reponden diminta untuk menyatakan jawaban pada pilihan jawaban yang telah di sediakan , terlebih dahulu menguji validasi dengan menyebarkan kuisisioner pada 30 orang. untuk menyatakan r Tabel dapat menggunakan rumus $=n-2$ atau $df=30-2=28$. Sehingga dapat dilihat dari r product moment pada signifikansi 5% didapatkan angka r Tabel=0,361.

Jika $r \text{ Tabel} < r \text{ Hitung}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan Valid dan sebaliknya jika $r \text{ Tabel} > r \text{ Hitung}$ maka dapat dikatakan pernyataan tersebut tidak Valid. maka didapat hasil sebagai berikut:

a. Uji validitas Variabel X (Pengaruh Iklan Televisi)

R_{tabel} dengan taraf signifikan 5%=0,361 Hasil dari uji validitas Variable X (Pengaruh Iklan Televisi) dapat dijelaskan pada table dibawah ini:

Tabel 3.3
Perhitungan Uji Validitas
Variabel X (Pengaruh Iklan)

no	r Hitung	r Tabel	Hasil
1	0,530	0,361	Valid
2	0,608	0,361	Valid
3	0,543	0,361	Valid
4	0,587	0,361	Valid
5	0,428	0,361	Valid
6	0,434	0,361	Valid
7	0,608	0,361	Valid
8	0,410	0,361	Valid
9	0,374	0,361	Valid
10	0,543	0,361	Valid
11	0,530	0,361	Valid
12	0,434	0,361	Valid
13	0,410	0,361	Valid
14	0,543	0,361	Valid
15	0,587	0,361	Valid
16	0,610	0,361	Valid

(Sumber:Hasil dari perhitungan SPSS)

Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka pertanyaan tersebut dikatakan Valid,dan sebaliknya,Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka dapat dikatakan pertanyaan tersebut tidak valid. Dari perhitungan dengan menggunakan SPSS di atas,dapat dikatakan bahwa sebanyak 16 butir pertanyaan pada variabel X (pengaruh Iklan

Televisi) ada 16 pertanyaan yang Valid karna nilainya lebih dari 0,361 Uji Validitas Variable Y (Keputusan Penggunaan Aplikasi)

R_{table} dengan taraf signifikan 5%=0,361 Hasil ujivaliditas Ujivaliditas Variable Y (Keputusan penganan Aplikasi) dapat dijelaskan pada table di bawah ini:

Tabel 3.4
Perhitungan Ujivaliditas
Variabel Y (keputusan penggunaan aplikasi)

no	r Hitung	r Tabel	Hasil
1	0,520	0,361	Valid
2	0,530	0,361	Valid
3	0,562	0,361	Valid
4	0,633	0,361	Valid
5	0,658	0,361	Valid
6	0,467	0,361	Valid
7	0,656	0,361	Valid
8	0,562	0,361	Valid
9	0,778	0,361	Valid
10	0,633	0,361	Valid
11	0,658	0,361	Valid
12	0,467	0,361	Valid
13	0,562	0,361	Valid
14	0,656	0,361	Valid

Sumber:Hasil Dari Perhitungan SPSS

Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka pertanyaan tersebut dikatakan Valid, dan sebaliknya, jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka dapat dikatakan pertanyaan tersebut tidak valid. Dari perhitungan dengan menggunakan SPSS di atas, dapat dikatakan bahwa sebanyak 14 butir pertanyaan pada variabel Y (Keputusan Penggunaan Aplikasi) ada 14 butir pertanyaan yang Valid karena nilainya lebih dari 0,361.

L. Hasil Uji Reabilitas

1. Uji reabilitas variable X (Pengaruh Iklan Televisi)

Tabel 3.5

Uji Reabilitas Variabel X (pengaruh Iklan Televisi)

Cronbach's Alpha	N of Item
690	16

Dari table diatas juga didapatkan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alfa dari variabel X (Pengaruh Iklan Televisi) adalah sebesar 690. Berdasarkan ukuran ketetapan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan Variabel X (Pengaruh Iklan Televisi) **Sangat Reliabel**.

M. Uji Reabilitas Variable Y (Keputusan Penggunaan Aplikasi)

Tabel 3.6

Uji Reabilitas Variabel Y (Keputusan Penggunaan Aplikasi)

Cronbach's Alpha	N of Item
699	14

Dari table diatas juga didapatkan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alfa dari Variabel Y (keputusan penggunaan Aplikasi) adalah sebesar 699. Berdasarkan Ukuran ketetapan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan variabel Y (Keputusan Penggunaan Aplikasi) **Sangat Reliabel**.

Dikatakan reliabel menurut Wiratna sugar weni jumlah Alpha harus lebih dari 0,6 maka dari itu jumlah Alpha pada uji ujireabilitas Variable X adalah berjumlah 0,690 dan jumlah Alpha pada Uji Reabilitas Variable Y berjumlah 0,699,maka dari itu item pada uji reabilitas dan uji validitas dikatakan reliable.