

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian tidak berfokus pada lokasi fisik dikarenakan peneliti melakukan penelitian melalui *googleform* yang akan dikirimkan melalui fitur pesan di Tiktok kepada *followers* Tiktok @Bibit.id yang sudah dikriteriakan dan waktu penelitian mulai 12 Oktober 2022 – 31 Januari 2023

#### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan Kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada data penelitian positifis atau data konkret yang dapat diukur dengan menggunakan statistik. Pendekatan penelitian kuantitatif ditujukan untuk menjawab permasalahan yang ada melalui angka-angka dan analisis berupa statistic (Sugiyono, 2019)

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis merupakan pendekatan penelitian kuantitatif untuk menjawab problematika yang dikemukakan peneliti

#### **3.3 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Survei. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2019). Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional dikarenakan metode tersebut sudah cukup lama digunakan. Metode penelitian kuantitatif menjadi pilihan peneliti. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode pengumpulan data kuesioner yang disebarkan kepada responden dan jawaban dari kuesioner tersebut dapat membuat kesimpulan umum sebuah permasalahan.

#### **3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

##### **a. Variabel**

Variabel adalah Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang,obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2019). Terdapat dua macam variable pada penelitian kali ini yaitu,

a) Variable bebas

Variable bebas merupakan variable yang mempengaruhi secara positif ataupun negatif yang menjadi sebab timbulnya variable terikat biasa disebut juga variable X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kreativitas Iklan

b) Variabel terikat

Variable terikat adalah variable yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variable bebas. Variabel yang disebut juga variable output dilambangkan dengan Y. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian

**b. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variable adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan (Sugiyono, 2019). Adapun variabel beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel berikut

**Tabel 3.1 Definisi operasional & Indikator Variabel**

| Variabel   | Dimensi       | Indikator  |
|--|---------------|--|
| Variabel (X)<br>Kreativitas Iklan<br><br>Belch & Belch<br>(2017:161) | 1. Relevansi  | a. Iklan sesuai dengan karakteristik <i>audience</i><br>b. Kesesuaian informasi produk yang terdapat dalam iklan |
|  | 2. Tema Iklan | a. Tema iklan mudah diingat oleh target <i>audience</i><br>b. Tema iklan yang menarik untuk ditonton sampai      |

|  |                        |   |
|--|------------------------|---|
|  |                        | habis   |
|  | 3. Daya Tarik Pesan    | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pesan iklan dengan mudah dimengerti</li> <li>b. Pesan iklan membuat <i>audience</i> tertarik dari sisi rasional</li> <li>c. Pesan iklan membuat <i>audience</i> tertarik dari sisi emosional</li> </ul> |
|  | 4. Model Iklan         | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Model memperkuat pesan iklan</li> <li>b. Memberikan citra positif</li> </ul>  |
| <p>Variabel (Y)</p> <p>Keputusan Pembelian</p> <p>Kotler &amp; Keller (2016:194)</p> | 1. Pengenalan Masalah  | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengenalan Kebutuhan dalam diri</li> <li>b. Kebutuhan yang didorong oleh factor internal</li> <li>c. Kebutuhan yang didorong oleh factor eksternal</li> </ul>   |
|  | 2. Pencarian Informasi | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memperbanyak pengumpulan informasi</li> <li>b. Kemudahan dalam mencari informasi</li> </ul>   |
|  | 3. Evaluasi Alternatif | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Membandingkan suatu produk dengan produk yang lain</li> <li>b. Melihat Review pengguna produk</li> </ul>  |

|  |                             |  |
|--|-----------------------------|--|
|  | 4. Keputusan Pembelian      | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memilih menggunakan produk yang sesuai dengan kebutuhannya</li> <li>b. Memilih menggunakan produk setelah mengetahui informasi produk</li> <li>c. Memilih menggunakan produk karena rekomendasi dari orang lain</li> </ul> |
|  | 5. Evaluasi Pasca Pembelian | <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dihadapkan dengan puas atau tidak puas terhadap produk setelah membeli</li> <li>b. Produk mampu menjawab kebutuhan yang ada dalam dirinya</li> <li>c. Merekomendasikan produk kepada orang lain</li> </ul>                 |

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang ingin diteliti dimana populasi biasanya tercermin kedalam judul penelitian (Sugiyono, 2019). *Followers* Tiktok akun Bibit.id berjumlah 417.400 pada tanggal 20 oktober 2022. Dalam iklan Bibit.id Versi Investasi bareng Deddy Corbuzier mendapatkan *views* sebanyak 1,2 juta kali dan total komentar 4.136. Populasi yang ditentukan dalam penelitian ini populasi telah ditentukan dengan karakteristik sebagai berikut:

1. *Followers* Tiktok @Bibit.id

2. Pernah menonton dan mengomentari iklan Bibit.id versi investasi bareng Deddy Corbuzier pada bulan Oktober 2022
3. Sudah menggunakan aplikasi Bibit.id

Sesuai dengan kriteria yang disebutkan di atas populasi dalam penelitian ini berjumlah 319 orang.

**Gambar 3.1 Tangkapan Layar Karakteristik Populasi**



Untuk menentukan karakteristik Populasi, peneliti mengambil *followers* dengan komentar seperti pada gambar 3.1 tentang contoh komentar yang peneliti ambil untuk dijadikan karakteristik populasi. Dari komentar tersebut dapat diketahui bahwa

#### **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian. Perlu diketahui apabila populasi sudah diketahui secara pasti (Sugiyono, 2019). Setelah menentukan sample dalam penelitian tahap selanjutnya adalah bagaimana Teknik mengambil sample tersebut.

Pada penelitian kali ini *Simple Random Sampling* akan digunakan sebagai Teknik pengambilan sampel. Menurut Sugiyono (2019:82) ada dua jenis Teknik sampling yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan sama pada setiap anggota populasi. *Simple Random Sampling* sendiri adalah Teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan sebuah strata yang terdapat dalam populasi

Dalam penelitian ini prosedur pengambilan sampel dilakukan dengan mendata populasi yang sesuai dengan karakteristik sebanyak 319 yang kemudian diundi dengan aplikasi Spinner. Dari hasil undian diperoleh 76 *followers* yang dibagikan kuesioner. Populasi yang sesuai dengan karakteristik berjumlah 319 orang Maka digunakan rumus Slovin dengan presisi 90% dan tingkat kesalahan 10% untuk mengetahui besaran sampel yang ada yaitu

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{319}{230 (10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{319}{319 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{319}{4,19}$$

$$n = 76,133$$

$$= 76 \text{ (dibulatkan)}$$

n= sampel

N= jumlah populasi

e<sup>2</sup>= margin eror 10%

maka dari itu penelitian kali ini menggunakan sampel yang berjumlah 76 orang

### 3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala likert. Menurut Sugiyono (2019:93) Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan nilai dan tanggapan dari para responden tentang pertanyaan yang akan diberikan. Dalam melakukan penelitian terhadap variable-variabel yang akan diuji pada setiap jawaban diberikan skor . Pada umumnya skala likert pada penelitian terdapat lima kategori pemberian skor namun peneliti menggunakan model dengan empat pilihan.

Untuk mengukur penilaian responden terhadap penelitian digunakanlah skala likert. Skala likert tepat untuk digunakan karena sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social dapat diukur menggunakan skala likert ini. Jawaban yang mendukung pernyataan diberi tinggi sedangkan yang tidak mendukung pernyataan diberi skor rendah. Penentuan skor skala likert

**Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert**

| No | Jawaban             | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1. | Sangat setuju       | 4    |
| 2. | Setuju              | 3    |
| 3. | Tidak setuju        | 2    |
| 4. | Sangat tidak setuju | 1    |

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh peneliti untuk mengumpulkan data secara objektif. Dalam setiap penelitian sangat amatlah penting menggunakan metode yang tepat agar problematika yang ingin diteliti dapat terjawab dengan jelas. Ada berbagai macam Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan para peneliti untuk mengumpulkan data.

#### **a. Data Primer**

Data primer pada penelitian ini diambil oleh angket (Kuesioner) yang dibagikan kepada responden. Angket atau kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Dalam proses pengumpulan data ini peneliti menyebarkan kuesioner dengan cara online yakni menggunakan google form yang linknya dibagikan kepada responden dan responden tersebut mengisi kuesioner melalui google form yang telah diberikan.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung oleh peneliti dalam penelitian ini data sekunder didapatkan melalui catatan, arsip, buku, jurnal, internet dan hal lainnya yang berhubungan dengan materi penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk mendukung penelitian agar berjalan dengan lancar.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data yang kita sebar keseluruh responden diproses (Sugiyono, 2019). Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable yang diteliti oleh peneliti.

#### **a. Uji Regresi Linier Sederhana**

Menurut Sugiyo (2013) Analisis regresi membantu memprediksi berapa nilai variabel dependen ketika nilai variabel dimanipulasi. Dalam penelitian ini analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan Bibit.id Tiktok (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dan dirumuskan menggunakan rumus sebagai berikut;

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian

a = Nilai konstan atau harga Y bisa X = 0

b = Koefisien regresi yang merupakan peningkatan dan penurunan variabel yang didasarkan oleh variabel independent. Bila mengalami kenaikan maka b(+) dan sebaliknya bisa mengalami penurunan maka b(-).

X = Nilai variabel independent yaitu Iklan Bibit.id di Tiktok

## b. Uji Hipotesis

Pengujian data yang telah ditemukan tentang pengaruh variabel X terhadap variabel Y dalam penelitian ini dapat dilakukan uji hipotesis. Pengujian tersebut menggunakan uji t dengan rumus;

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antar X dan Y

n = Jumlah sampel dalam penelitian

Dengan demikian dapat diambil keputusan

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).

## 3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

### 3.9.1 Uji validitas

Validitas merupakan keadaan yang menggambarkan apakah instrumen mampu mengukur apa yang akan kita ukur. Hasil yang diperoleh dari uji validitas adalah suatu instrumen yang valid atau sah. Validitas instrumen yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang

merupakan jumlah tiap skor butir (Sugiyono,2019:133). Korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment* pearson yang rumusnya sebagai berikut

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Banyaknya sampel

X = Skor tiap item

Y = Skor total variable

Pengukuran uji validitas dilakukan dengan menguji tiap butir pernyataan yang diajukan kepada 30 responden followers Tiktok @Bibit.id yang sudah sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dengan menggunakan signifikansi sebesar 10%. Dalam pengujian validitas ini menggunakan *IBM SPSS (Statistic Package for Social Science)* versi 25. Pengujian Validitas dalam penelitian ini dapat dihitung nilai *df (Degree of Freedom)* dengan responden sebanyak 30 menggunakan rumus  $df = n - 2$ . Maka didapatkan  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan nilai *df* 28 dan signifikansi sebesar 10% maka nilai  $r_{table}$  sebesar 0,306. Pengujian validitas menggunakan menggunakan korelasi *product moment* pearson.

Kriteria pengujian validitas sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut valid, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan dinyatakan tidak valid

#### **a. Hasil Uji Validitas Variabel (X)**

Hasil uji Validitas Variabel X “Kreativitas Iklan” dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X**

| No  | Pernyataan | rtabel | rhitung | Keterangan |
|-----|------------|--------|---------|------------|
| 1.  | X1         | 0,306  | 0,662   | VALID      |
| 2.  | X2         | 0,306  | 0,443   | VALID      |
| 3.  | X3         | 0,306  | 0,705   | VALID      |
| 4.  | X4         | 0,306  | 0,610   | VALID      |
| 5.  | X5         | 0,306  | 0,614   | VALID      |
| 6.  | X6         | 0,306  | 0,370   | VALID      |
| 7.  | X7         | 0,306  | 0,412   | VALID      |
| 8.  | X8         | 0,306  | 0,748   | VALID      |
| 9.  | X9         | 0,306  | 0,354   | VALID      |
| 10. | X10        | 0,306  | 0,415   | VALID      |
| 11. | X11        | 0,306  | 0,383   | VALID      |
| 12. | X12        | 0,306  | 0,459   | VALID      |
| 13. | X13        | 0,306  | 0,463   | VALID      |
| 14. | X14        | 0,306  | 0,605   | VALID      |
| 15. | X15        | 0,306  | 0,470   | VALID      |
| 16. | X16        | 0,306  | 0,777   | VALID      |

Sumber: Hasil perhitungan 25 December 2022 *IBM SPSS 25*.

Perhitungan uji validitas menggunakan *IBM SPSS 25* terhadap enam belas butir item variabel X “Kreativitas Iklan” dinyatakan **Valid** dikarenakan  $r_{hitung} > 0,306(r_{tabel})$

**b. Hasil Uji Validitas Variabel (Y)**

Hasil uji Validitas Variabel Y “Keputusan Pembelian” dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

| No | Pernyataan | rtabel | rhitung | Keterangan |
|----|------------|--------|---------|------------|
| 1. | Y1         | 0,306  | 0,677   | VALID      |
| 2. | Y2         | 0,306  | 0,504   | VALID      |

|     |     |       |       |       |
|-----|-----|-------|-------|-------|
| 3.  | Y3  | 0,306 | 0,460 | VALID |
| 4.  | Y4  | 0,306 | 0,406 | VALID |
| 5.  | Y5  | 0,306 | 0,669 | VALID |
| 6.  | Y6  | 0,306 | 0,661 | VALID |
| 7.  | Y7  | 0,306 | 0,627 | VALID |
| 8.  | Y8  | 0,306 | 0,452 | VALID |
| 9.  | Y9  | 0,306 | 0,737 | VALID |
| 10. | Y10 | 0,306 | 0,586 | VALID |
| 11. | Y11 | 0,306 | 0,746 | VALID |
| 12. | Y12 | 0,306 | 0,703 | VALID |
| 13. | Y13 | 0,306 | 0,704 | VALID |
| 14. | Y14 | 0,306 | 0,592 | VALID |
| 15. | Y15 | 0,306 | 0,677 | VALID |

Sumber: Hasil perhitungan 25 December 2022 IBM SPSS 25.

Berdasarkan perhitungan Uji validitas melalui *software IBM SPSS versi 25*. Kelima belas item pernyataan variabel keputusan pembelian dinyatakan Valid dikarenakan  $r_{hitung} > 0,306(r_{tabel})$

### 3.9.2 Reliabilitas

Setelah kuesioner yang dibuat peneliti dinyatakan valid maka selanjutnya adalah uji reliabilitas. Uji ini dilakukan pada pernyataan-pernyataan yang valid. Dan guna dari uji ini adalah mengetahui sejauh mana pengukuran terhadap subjek yang sama. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2019) pengujian untuk bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur dan menghasilkan hasil yang relative konsisten apabila subjeknya sama.

Penelitian ini menggunakan formula Cronbach Alpha (Sugiyono,2019) diukur berdasarkan akalan alpha 0 sampai 1.

Dan apabila skala tersebut dikelompokkan dalam lima kelas dengan ukuran yang sama, maka ukuran tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut

**Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

| Alpha       | Tingkat Reliabilitas |
|-------------|----------------------|
| 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      |

Menurut (Sujarweni,2015:192) suatu item dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha  $> 0,6$

**a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X**

**Tabel 3.6**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas Iklan**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .818             | 16         |

Berdasarkan perhitungan melalui aplikasi *IBM SPSS versi 25* menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel X adalah 0,818. Berdasarkan kriteria (Sujarweni,2015:192) pernyataan tersebut dinyatakan **sangat Reliabel** dikarenakan nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6 dan menyentuh angka 0,8

**b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**

**Tabel 3.7**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian**

| Cronbach's Alpha | N of items |
|------------------|------------|
| .879             | 15         |

Berdasarkan perhitungan melalui aplikasi *IBM SPSS versi 25* menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel Y adalah 0,879. Yang mana berdasarkan klasifikasi yang telah ditentukan lima belas pernyataan tersebut dinyatakan **sangat reliabel** dikarenakan nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6 dan menyentuh akan 0,8