

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat Dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini adalah di RW 04 Kelurahan Palmerah, Kecamatan Palmerah, Jakarta Barat. Waktu penelitian selama 5 bulan dari maret s.d 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, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013:13).

#### **C. Metode Penelitian**

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 Kopi Kenangan versi “Hanya Untukmu” di youtube terhadap *brand image*.

#### 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:

**Table 3.1**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
Iklan Kopi Kenangan versi “Hanya untukmu” pada situs Youtube (Variabel X) IKLAN TELEVISI (Russel, 2009:60)	Musik atau Jingle	Musik ilustrasi
	Storyboard	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Scene 1: mendapatkan ide hanya untukmu</li> <li>2. Scene 2 :menelpon kurir</li> <li>3. Scene 3 : mini market</li> <li>4. Scene 4 :bintang iklan meminum kopi</li> <li>5. Scene 5 :animasi kopi kenangan</li> </ol>
	Endorser	Tokoh Pendukung
	Copy atau Script	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Susunan kalimat</li> <li>2. Pesan utama</li> </ol>
	Signature Slogan atau Strapline (barisan penutup)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Slogan</li> <li>2. Visualisasi (tulisan/gambar)</li> </ol>

	Logo	Identifikasi produk/perusahaan
Brand Image (Variabel Y) BRAND IMAGE(Alfian B, 2012,26)	Keunggulan produk.  Kekuatan merek.  Keunikan merek	1.Kualitas Produk 2. Ciri Khas Produk  Asosiasi Merek  Keunggulan Merek

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 57). Populasi di penelitian ini adalah warga RW 04, Palmerah, Jakarta Barat yang berjumlah 268 orang.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat atau warga di wilayah Palmerah, RW 04, Palmerah, Jakarta Barat. dalam survei yang dilakukan oleh *We Are Social* tahun 2022 *platform* media sosial paling aktif dengan audience tertinggi umur 18 – 34 tahun mencapai 19%. Dengan karakteristik sebagai berikut:

1. umur 18 – 34 tahun,
2. Penelitian ini berada di lokasi RW04 Palmerah, Jakarta Barat.
3. sudah menonton iklan Kopi Kenangan Versi “Hanya Untukmu”.

Jumlah warga pada RW 04 dengan 8 RT sebanyak 435 orang, yang sesuai dengan karakteristik sebanyak 268 orang dan yang sudah menonton iklan Kopi Kenangan Versi “Hanya Untukmu” pada situs youtube sebanyak 268 orang

## **2. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016: 81). Teknik pengambilan sampel adalah *Probability Sampling* dengan menggunakan *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2010:64) *Simple Random Sampling* adalah teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Pada umumnya peneliti tidak dapat melakukan penelitian kepada seluruh anggota populasi, karena keterbatasannya waktu, tenaga dan jumlah dari populasi, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

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).

Jumlah warga pada RW 04 dengan 8 RT sebanyak 435 orang, yang sesuai dengan karakteristik sebanyak 268 orang dan yang sudah menonton iklan Kopi Kenangan Versi “Hanya Untukmu” pada situs youtube sebanyak 268 orang. Jadi jumlah populasi yang diambil di RW 04 sebanyak 268 orang. Sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

Rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Error sampling (10%)

Dengan begitu, diperoleh jumlah sampel yang dapat mewakili populasi dengan menggunakan nilai kesalahan sebesar 10% adalah:

$$n = \frac{268}{1 + 268(0,1)^2} = \frac{268}{3,68} = 72,8260$$

Dari hasil perhitungan yang diperoleh jumlah sampel yang dapat mewakili populasi yaitu sebanyak 73 (dibulatkan) 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 teknik pengumpulan data dengan serangkaian daftar pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun, yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban (Sugiyono, 2016:142). Kuesioner merupakan teknik 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).

Pada skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item kuesioner. Item-item kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang jawabannya memiliki gradasi penilaian dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2016:93).

**Table 3.2**  
**Skala Likert**

Kategori	Bobot penilaian
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2016:94

Dalam penelitian ini digunakan lima kategori pilihan jawaban, yaitu: sangat setuju (SS), Ragu-Ragu (R), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS)..

## 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 daya tarik iklan teh pucuk harum terhadap keputusan pembelian.

## **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.

Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan butir-butir pertanyaan kuesioner yang nantinya akan diberikan kepada responden. Penelitian uji validitas dan reliabilitas dilakukan kepada 30 orang warga 04 kelurahan palmeraha, Jakarta Barat dengan kriteria populasi yang sama. Dalam pengukuran tingkat validitas dan reliabilitas digunakan software SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 26 for windows. Pengujian



validitas menggunakan angka  $r$  hasil dari korelasi *pearson* yang dihasilkan melalui menu Correlate pada pilihan Bivariaten.

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias (bebas bersalah). Uji reliabilitas bertujuan mengukur konsistensi jawaban seseorang terhadap pertanyaan-pertanyaan di dalam kuesioner. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama aspek yang diukur tidak berubah. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya.

Metode pengujian reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Standar yang digunakan untuk mengetahui suatu instrumen penelitian reliabel atau tidaknya, umumnya menggunakan perbandingan antara nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Dalam penelitian ini, taraf kepercayaan 90% atau tingkat signifikan 10%. Dalam pengujian reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* nilai  $r$  hitung diwakili oleh nilai *Alpha*. Jika  $\alpha$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel dan  $\alpha$  hitung bernilai positif, maka suatu instrumen dapat dikatakan reliabel.

Tingkat reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *Alpha* 0 sampai dengan 1. Apabila skala tersebut dikelompokkan ke

dalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan *Alpha* dapat di interpretasi seperti tabel berikut:

**Table 3.3**  
**Tingkatan Reliabilitas**

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

Sumber: (Triton, 2006: 243)

### **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. Uji Validitas dan Realibilitas**

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, dilai df (*degree of freedom*) dapat dihitung  $df = n - 2$  maka di

dapatkan  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi sebesar 10% maka nilai  $r$  tabel sebesar 0,422. Hasil pengujian validitas dapat dilihat sebagai berikut:

**a. Uji Validitas Variabel X (Iklan Kopi Kenangan di *youtube*)**

Hasil uji validitas Variabel X (Iklan Kopi kenangan di *Youtube*) dijelaskan pada tabel di bawah ini:

**Table 3.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**  
**(Iklan Grab pada situs *Youtube*)**

No.	Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
1	X1	0,422	0,722	Valid
2	X2	0,422	0,687	Valid
3	X3	0,422	0,779	Valid
4	X4	0,422	0, 660	Valid
5	X5	0,422	0, 644	Valid
6	X6	0,422	0, 584	Valid
7	X7	0,422	0, 739	Valid
8	X8	0,422	0, 669	Valid
9	X9	0,422	0,837	Valid
10	X10	0,422	0,584	Valid
11	X11	0,422	0,648	Valid
12	X12	0,422	0, 703	Valid
13	X13	0,422	0,584	Valid
14	X14	0,422	0,839	Valid
15	X15	0,422	0,644	Valid
16	X16	0,422	0, 623	Valid
17	X17	0,422	0, 515	Valid
18	X18	0,422	0, 439	Valid
19	X19	0,422	0, 558	Valid
20	X20	0,422	0, 722	Valid

No.	Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
21	X21	0,422	0,661	Valid
22	X22	0,422	0,584	Valid

**Sumber: Hasil Perhitungan SPSS**

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 22 pernyataan pada variabel X (Iklan Kopi Kenangan di *youtube*) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,422 (rtabel).

**b. Uji Validitas Variabel Y (*Brand image*)**

Hasil uji validitas Variabel Y (*Brand Image*) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y**  
**(*Brand Image*)**

No.	Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
1	Y1	0,422	0,613	Valid
2	Y2	0,422	0,750	Valid
3	Y3	0,422	0,822	Valid
4	Y4	0,422	0,757	Valid
5	Y5	0,422	0,912	Valid
6	Y6	0,422	0,779	Valid
7	Y7	0,422	0,519	Valid
8	Y8	0,422	0,532	Valid

**Sumber: Hasil Perhitungan SPSS**

Berdasarkan hasil uji validitas diatas yang menggunakan SPSS, sebanyak 8 pernyataan pada variabel Y (*Brand image*) dapat dikatakan Valid karena nilai rhitung lebih besar dari 0,422 (rtabel).

## K. Hasil Uji Reliabilitas

### a) Uji Reliabilitas Variabel X (Iklan Kopi Kenangan di *youtube*)

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel X**

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
938	22

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's *Alpha* dari Variabel X (Iklan Kopi Kenangan di *youtube*) sebesar 0,938. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 12 pernyataan Variabel X (Iklan Kopi Kenangan di *youtube*) adalah **Reliabel**.

### b) Uji Reliabilitas Variabel Y (Brand image)

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,855	8

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel Y (*Brand image*) sebesar 0,855. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 8 pernyataan Variabel Y (*Brand image*) adalah Reliabel.