

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan survey kepada Forum Kingsturney Mobile Legends secara *online*. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner secara *online* dengan menggunakan Google form dan diberikan sebelum pendaftaran turnamen sebagai syarat mengikuti turnamen. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan Agustus 2022 dan diperkirakan berakhir pada bulan Februari 2023.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:7) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik

Penelitian ini menggunakan populasi atau sampel tertentu yaitu forum Kingsturney Mobile Legends yang pernah menonton Mobile Legends Profesional League Indonesia tiga Musim kebelakang yang dimana Samsung Galaxy A Series Menjadi salah satu sponsor yang ada pada *Banner Sponsor In-Game* yang merupakan bentuk *produk placement*, sehingga pendekatan kuantitatif dipilih untuk penelitian ini. Pendekatan kuantitatif dirasa sesuai untuk membuktikan hasil hipotesis yang telah dibuat.

### C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode survey. 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, 2013:6).

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.

### D. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

#### 1. Definisi variabel penelitian

Variabel penelitian 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, 2013:38). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu :

##### b. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel Bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *Product Placement*.

##### b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah *Brand Awareness*.

## 2. Operasional Variabel

Operasional variabel yang menjadi objek dalam penelitian memiliki dimensi-dimensi sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional dan Indikator Variabel X**  
**(*Product Placement*)**

No	Variabel X	Dimensi	Indikator
1.	<b><i>Product Placement</i></b> (Russel dalam Kumalawati, 2012:1-2)	<i>Visual</i>	1. Melihat banner produk dalam event. 2. Mengenali sponsor event 3. Mengetahui penataan produk dalam event
		<i>Auditory</i>	1. Dapat memahami <i>talent</i> berbicara 2. Dapat mendengar <i>talent</i> menyebut produk 3. Dapat mendengar penjelasan produk
		<i>Plot Connection</i>	1. Mengetahui adanya video iklan produk 2. Mengetahui <i>talent</i> terbaik 3. Mengetahui <i>interview</i> talent

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y**  
**(Brand Awareness)**

No	Variabel Y	Dimensi	Indikator
2.	<b>Brand Awareness</b> (Shimp & Andrew, 2018:33)	<i>Unware of brand</i>	1. Kemampuan mengenali sponsor event 2. Mengetahui official smartphone 3. Kemampuan Mengenal produk
		<i>Brand recognition</i>	1. Kemampuan mengenal merek 2. Penyesuaian produk terhadap keinginan konsumen
		<i>Brand recall</i>	1. Mengetahui seri produk 2. Kemampuan mengenal ciri khas merek
		<i>Top of mind</i>	1. Kemampuan mengingat merek 2. Mengetahui harga merek 3. Merek menjadi pilihan utama

## **E. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:119).

Populasi dalam penelitian ini adalah survey pada Forum Kingsturney Mobile Legends yang mengikuti turnamen Kingsturney. Jumlah Populasi dalam penelitian ini adalah 420.

Populasi pada penelitian ini yang memenuhi karakteristik sebagai berikut:

1. Pernah Menonton MPL ID
2. Mengetahui Product Placement Samsung pada MPL ID

Sehingga setelah difilter tersisa 322 orang yang sesuai dengan kriteria.

### **2. Sampel**

Sampel adalah Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili) (Sugiyono, 2013:81)

Menurut Sugiyono (2013:82) *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sampel yang diambil pada penelitian ini menggunakan metode *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*.

Penentuan jumlah sampel digunakan rumus Taro Yamane agar mendapat ukuran populasi dan batas kesalahan sebagai berikut :

$n$  = jumlah sampel yang akan diambil

$N$  = jumlah populasi

$e$  = persentasi kelonggaran/ketidakteelitian (10%)

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

$$n = \frac{322}{322(10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{322}{322(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{322}{4,2}$$

$$n = 76,6 \text{ (Dibulatkan menjadi 77 sampel)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus penentuan jumlah sampel, maka didapat jumlah sampel dari populasi dan ditentukan sebanyak 77 responden.

#### **F. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, jika peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapat data yang memenuhi standar (Sugiyono, 2013:224). Dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian data dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada responden menggunakan google form, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan maupun pernyataan.

### 1. Data primer

Menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) Data Primer adalah sumber data yang diperoleh melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak, dan lain-lain. Dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Responden pada penelitian ini adalah forum Kingsturney Mobile Legend.

### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2013:141) data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen.

Data sekunder yang dikumpulkan berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian berasal dari buku-buku tentang komunikasi, internet, penelitian sebelumnya berupa skripsi, jurnal, dan hasil laporan yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, *product placement*, dan *brand awareness*, serta data yang didapat dari website-website resmi.

## **G. Pengukuran dan pengamatan variabel penelitian**

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan yaitu menggunakan Skala Likert.

Menurut Sugiyono (2013:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut

dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert**

<b>Kategori</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**(Sumber : Sugiyono, 2013)**

Dalam penelitian ini menggunakan empat kategori pilihan jawaban dan masing-masing jawaban memiliki bobot nilai seperti pada tabel 3.3. Setelah semua jawaban responden terkumpul, kemudian jawaban dijumlahkan berdasarkan bobot kemudian menjadikan sebuah data yang dapat ditarik kesimpulan.

## **H. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Regresi Linear Sederhana**

Menurut Sugiyono (2013:206) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.



Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear adalah analisis yang mengukur variabel independent dan variabel dependent. Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

X : Product Placement

Y : Brand Awareness

a : Konstan (nilai Y apabila X = 0)

b : Angka atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan (Sugiyono, 2017:261).

## 2. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:89) Uji Hipotesis adalah suatu pertanyaan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Untuk menguji variabel X dengan variabel Y yang sudah di dapat maka akan dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji t. Rumus uji t sebagai berikut:

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

Keterangan :

r : Koefisien korelasi antara x dan y

n : jumlah sampel

Maka dengan demikian:

1. Jika  $t$  hitung  $>$  tabel  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (ada pengaruh)
2. Jika  $t$  hitung  $<$  tabel  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak ada pengaruh)

## I. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden di luar dari populasi yang telah ditentukan, yaitu followers Mobile Legends Profesional League Indonesia melalui teknis uji statistik dengan program berbasis SPSS (Statistic Program For Social Science) versi 26 for windows. Dalam uji validitas dan reliabilitas, diambil 30 responden yang memiliki kriteria yang sama dengan populasi penelitian ini.

### 1. Uji Validitas

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

Uji validitas bertujuan untuk melihat seberapa tepat variabel yang digunakan dalam penelitian. Suatu instrument atau kuesioner yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid (Sugiyono, 2013:121).

Pengujian validitas menggunakan angka  $r$  hasil dari korelasi pearson yang dihasilkan melalui menu correlate pada pilihan Bivariaten. Untuk mendapatkan  $r$  tabel, bisa menggunakan rumus:

$$df = n - 2 \text{ atau } df = 30 - 2 = 28$$

sehingga hasil perhitungan  $r_{xy}$  (product moment) pada taraf signifikan 5% diperoleh angka  $r$  tabel adalah 0,374. Jika  $r$  hitung  $>$  0,374

mata item tersebut dapat dikatakan valid. Kriteria pengujian validitas yaitu:

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bebas bersalah. Uji reliabilitas dapat diartikan sebagai keandalan atau ketepatan pengukura. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana konsistensi hasil suatu penelitian ketika dilakukan secara berulang-ulang. Semakin tinggi tingkat reliabilitas, maka penelitian tersebut semakin bisa diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak beda jauh). Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

Metode pengujian reliabilitas menggunakan metode Alpha Cronbach. Standar yang digunakan untuk mengetahui suatu instrument penelitian reliabel atau tidaknya. Pada pengujian reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach, nilai  $r$  hitung diwakili oleh nilai Alpha. Apabila Alpha hitung  $>$   $r$  tabel dan Alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrument bisa dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach diukur berdasarkan skala Alpha 0 sampai 1. Jika skala tersebut dikelompokkan dalam 5 (Lima) kelas dengan range yang

sama, maka ukuran penetapan alpha bisa di interpretasi seperti tabel berikut:

**Tabel 3.4**  
**Tingkat Reliabilitas**

<b>Alpha</b>	<b>Tingkat reliabilitas</b>
0,00 – 0,19	Kurang Reliabel
>0,20 – 0,39	Agak Reliabel
>0,40 – 0,59	Cukup Reliabel
>0,60 – 0,79	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

(Sumber : Sugiyono, 2013)

#### **J. Hasil Uji Validitas**

Uji Validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 30 orang responden yang pernah menonton tayangan Mobile Legends Profesional League Indonesia. 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.

##### **1. Uji Validitas Variabel X (Product Placement)**

Hasil Uji Validitas X (Product Placement) dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**  
**(Product Placement)**

NO	Pernyataan	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	X1	0,582	0,374	VALID
2	X2	0,413	0,374	VALID
3	X3	0,757	0,374	VALID
4	X4	0,844	0,374	VALID
5	X5	0,847	0,374	VALID
6	X6	0,849	0,374	VALID
7	X7	0,844	0,374	VALID
8	X8	0,444	0,374	VALID
9	X9	0,533	0,374	VALID

(Sumber : Hasil perhitungan SPSS 26)

Dari Hasil Uji Validitas diatas, jika  $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika  $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 9 butir pernyataan pada Variabel X (Product placement) dapat dikatakan Valid karena nilai r hitung lebih besar dari 0,374 (r tabel)

## 2. Uji Validitas Variabel Y (Brand Awareness)

Hasil Uji Validitas Y (Brand Awareness) dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y**  
**(Brand Awareness)**

NO	Pernyataan	r Hitung	r tabel	Keterangan
1	Y1	0,813	0,374	VALID
2	Y2	0,819	0,374	VALID
3	Y3	0,528	0,374	VALID
4	Y4	0,704	0,374	VALID
5	Y5	0,942	0,374	VALID
6	Y6	0,888	0,374	VALID
7	Y7	0,793	0,374	VALID
8	Y8	0,802	0,374	VALID
9	Y9	0,936	0,374	VALID
10	Y10	0,925	0,374	VALID
11	Y11	0,854	0,374	VALID
12	Y12	0,794	0,374	VALID

(Sumber : Hasil perhitungan SPSS 26)

Dari Hasil Uji Validitas diatas, jika  $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika  $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 12 butir pernyataan pada Variabel Y (Brand Awareness) dapat dikatakan Valid karena nilai r hitung lebih besar dari 0,374 (r tabel)

## K. Hasil Uji Reliabilitas

### 1. Uji Reliabilitas Variabel X (Product Placement)

Tabel 3.7

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel X  
(Product Placement)  
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	9

(Sumber : Hasil perhitungan SPSS 26)

Dari tabel hasil uji reliabilitas di atas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari Variabel X (Product Placement) sebesar 0,858. Berdasarkan Ukuran Ketetapan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa 9 butir pernyataan variabel X (Product Placement) adalah **Sangat Reliabel**

### 2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Brand Awareness)

Tabel 3.8

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y  
(Brand Awareness)  
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,954	12

(Sumber : Hasil perhitungan SPSS 26)

Dari tabel hasil uji reliabilitas di atas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari Variabel Y (Brand Awareness) sebesar 0,954. Berdasarkan Ukuran Ketetapan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa 12 butir pernyataan variabel Y (Brand Awareness) adalah **Sangat Reliabel**