

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian tentang Pengaruh Iklan Mobile Legends Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Diamond (Survey Pada *Followers Instagram @Ouraastore*). Penelitian ini dilakukan pada para *Followers Instagram Ouraastore*. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan November 2021 dan perkiraan pada bulan Januari 2022 akhir, pengambilan data ini dengan cara penyebaran Kuesioner online menggunakan *Google Form* dan menyebarkan melalui *Direct Message* pada followers *Ouraastore*.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

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 kuesioner, test, dan wawancara yang terstruktur. (Sugiyono 2017:6).

Metode survey adalah penelitian yang sumber data dan informasi utamanya diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan kuesioner 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. Variabel dan Operasional Variabel

3.1. Definisi Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:38). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu

a. Variabel Bebas (Independent)

Variabel Bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017: 39). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Iklan.

b. Variabel Terikat (Dependent)

Variabel Terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017 :39). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian

3.2. Operasional Variabel

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

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel X (Iklan)

Variabel X	Dimensi	Indikator
Indikator Iklan (Menurut Setiadi 2013:91)	Dapat menimbulkan perhatian	<ul style="list-style-type: none"> a. Dapat menimbulkan perhatian permisa b. Menggunakan kata yang meyakinkan permisa c. Menunjukkan kualitas produk yang diiklankan.
	Menarik	<ul style="list-style-type: none"> a. Iklan yang diberikan harus menarik b. Menggunakan fitur iklan yang terkenal c. Memiliki alur cerita yang menarik perhatian
	Dapat menimbulkan keinginan	<ul style="list-style-type: none"> a. Dapat menimbulkan keinginan dalam diri konsumen untuk mencoba merek yang diiklankan b. Mengetahui motif dari pembelian konsumen c. Mengetahui apa yang ingin menjadi kebutuhan konsumen
	Menghasilkan suatu tindakan	<ul style="list-style-type: none"> a. Menimbulkan rasa keinginan yang kuat b. Konsumen merasa puas dengan produk

(Sumber : Setiadi, 2013:91)

Tabel 3.2
Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Variabel Y	Dimensi	Indikator
Proses Keputusan Pembelian (Kotler & Keller, 2016:194)	<i>Problem recognition</i> (pengenalan masalah)	a. Produk menjadi kebutuhan b. Produk merupakan solusi c. Meningkatkan motivasi konsumen untuk membeli
	<i>Information search</i> (pencarian informasi)	a. <i>Personal</i> b. <i>Commercial</i> c. <i>Public</i> d. <i>Experiential</i>
	<i>Evaluation of alternatif</i> (evaluasi alternatif)	a. konsumen mencoba memuaskan suatu kebutuhan. b. Konsumen mencari manfaat tertentu produk c. Konsumen melihat setiap produk sebagai sekumpulan atribut dengan berbagai kemampuan untuk memberikan manfaat
	<i>Purchase destination</i> (keputusan pembelian)	a. Konsumen dapat membuat hingga lima sub-keputusan
	<i>Post purchase behavior</i> (perilaku pasca pembelian)	a. Merasa puas dengan merk dan produk. b. Keinginan melakukan pembelian ulang c. Merekomendasikan kepada orang lain

(Sumber : Kotler & Keller, 2016 :194)

E. Populasi dan Sampel

3.1. Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 130). Populasi dari penelitian adalah Followers Instagram @ouraastore dengan karakteristik sebagai berikut :

- 1) Followers dari akun @ouraastore
- 2) Aktif sebagai pengguna *Instagram*
- 3) Pernah membeli *diamond* di @ouraastore
- 4) Pernah memberikan komentar dan like pada postingan akun *Instagram* @ouraastore (23 November 2022)

Dengan begitu dapat disimpulkan populasi berjumlah 449.

3.2. Sampel

Sampel ialah faktor dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018 :131). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *Probability sampling* dikenal juga sebagai tehnik pengambilan sampel yang memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Prosedur pengambilan sampel dengan cara mengundi 449 akun menjadi 83 responden untuk diambil sebagai sampel.

Penentuan jumlah sampel digunakan rumus *slovin* agar mendapat ukuran populasi dan batas kesalahan sebagai berikut:

n = jumlah sampel yang akan diambil

N = jumlah populasi

e = persentasi kelonggaran/ketidaktelitian (10%)

Rumus:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} \\
 &= \frac{449}{1 + 449 \cdot (0,1)^2} \\
 &= \frac{449}{1 + 449 \cdot (0,01)} \\
 &= \frac{449}{5,4} \\
 &= 83,2 \\
 &= 83 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Pengukuran variabel merupakan proses dalam memberikan skor atau atribut pada suatu objek. Menurut Sugiyono (2013:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang 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 pernyataan atau pertanyaan.

Melalui skala Likert tersebut, nantinya seluruh pernyataan yang akan dijawab oleh responden akan dihitung pada setiap bobotnya lalu dijumlahkan secara keseluruhan untuk mengetahui nilai dari setiap responden dan dapat dijadikan skor penilaian terhadap variabel – variabel pada penelitian.

Tabel 3.3
Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Setuju	3
Sangat setuju	4

(Sumber : Azwar, S. 2012)

G. Teknik Pengumpulan Data

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

Menurut Sugiyono (2015:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Analisis yang dilakukan merupakan data yang berupa jawaban dari responden yang sudah dikumpulkan dan dianalisa dengan cara kuantitatif.

3.1. Data Primer

Menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data primer berupa kuesioner. Responden pada penelitian ini adalah *followers* dari akun *Instagram @ouraastore*

3.2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:141) data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media yang bersumber dari literatur, buku, serta dokumen. Data sekunder yang dikumpulkan berisikan informasi dan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian berasal dari buku tentang komunikasi, internet, penelitian sebelumnya berupa skripsi, jurnal dan hasil laporan yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, periklanan, keputusan pembelian, serta data yang diperoleh dari website resmi.

H. Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan data yang digunakan akan menggunakan analisis deskriptif, yaitu menyajikan tabel. Teknik ini diproses melalui pengecekan data yang masuk, data-data yang diperoleh itu akan disusun dalam bentuk laporan lalu akan dimasukkan kedalam sistem otomatis dari aplikasi SPSS. Rumus yang akan digunakan untuk menganalisis data mengenai bagaimana pengaruh antara kedua variabel. Dalam penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana untuk mencari pengaruh dan akan membuktikan hipotesis.

3.1. Uji Regresi Linear Sederhana $Y = a + bX$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a = Nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan

X = Sebagai nilai Iklan

3.2. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkatan 0,1. Jika *probability* t lebih kecil dari 0,1 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus:

Jika sig dari Fhitung < 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho ditolak Jika sig dari Fhitung > 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho diterima

3.3. Uji Hipotesis

Menurut Sugiono (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 didapat maka akan dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus Maka dengan demikian:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima (memiliki pengaruh) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

I. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.1. Uji Validitas

Menurut Zainal (2012:120) suatu derajat ketetapan atau kelayakan *instrumen* yang digunakan untuk mengukur apa yang diukur. Uji validitas bertujuan untuk melihat seberapa tepat variabel yang digunakan dalam penelitian. Suatu instrument atau kuisisioner yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid (Sugiono,2013:121). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak suatu instrument. Jika instrument itu dikatakan valid, kuesioner mampu menghasilkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

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} (produk momen) pada taraf signifikan 10% di peroleh angka r tabel adalah 0,478. Jika nilai r hitung $> 0,478$ maka item tersebut dapat dikatakan valid. Kriteria pengujian validitas:

- 1) Jika r hitung $> r$ tabel, maka intrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung $< r$ tabel, , maka intrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Tabel 3. 4
Uji Validitas Iklan

No	Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
1.	X1	0,478	0,712	Valid
2.	X2	0,478	0,757	Valid
3.	X3	0,478	0,779	Valid
4.	X4	0,478	0,734	Valid
5.	X5	0,478	0,676	Valid
6.	X6	0,478	0,708	Valid
7.	X7	0,478	0,716	Valid
8.	X8	0,478	0,731	Valid
9.	X9	0,478	0,707	Valid
10.	X10	0,478	0,773	Valid
11.	X11	0,478	0,776	Valid
12.	X12	0,478	0,685	Valid
13.	X13	0,478	0,766	Valid
14.	X14	0,478	0,698	Valid
15.	X15	0,478	0,681	Valid
16.	X16	0,478	0,632	Valid
17.	X17	0,478	0,618	valid

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS versi 26)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variable X (Iklan) berjumlah 17 pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3.5
Uji Validitas Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
1.	Y1	0,478	0,714	Valid
2.	Y2	0,478	0,673	Valid
3.	Y3	0,478	0,729	Valid
4.	Y4	0,478	0,616	Valid
5.	Y5	0,478	0,571	Valid
6.	Y6	0,478	0,691	Valid
7.	Y7	0,478	0,496	Valid
8.	Y8	0,478	0,562	Valid
9.	Y9	0,478	0,663	Valid
10.	Y10	0,478	0,724	Valid
11.	Y11	0,478	0,667	Valid
12.	Y12	0,478	0,703	Valid
13.	Y13	0,478	0,751	Valid
14.	Y14	0,478	0,587	Valid
15.	Y15	0,478	0,647	Valid
16.	Y16	0,478	0,501	Valid
17.	Y17	0,478	0,677	Valid
18.	Y18	0,478	0,601	Valid
19.	Y19	0,478	0,662	Valid
20.	Y20	0,478	0,769	Valid
21.	Y21	0,478	0,743	Valid
22.	Y22	0,478	0,711	Valid
23.	Y23	0,478	0,636	Valid
24.	Y24	0,478	0,743	Valid
25.	Y25	0,478	0,736	Valid
26.	Y26	0,478	0,719	Valid
27.	Y27	0,478	0,791	Valid

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS versi 26)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variable Y (Keputusan Pembelian) berjumlah 27 (Dua Puluh Tujuh). Semua pernyataan tersebut valid karna nilainya lebih dari 0,478.

3.2. Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bebas bersalah. Uji reliabilitas dapat dilakukan untuk melihat sejauh mana konsistensi hasil suatu penelitian ketika dilakukan secara berulang – ulang. Semakin tinggi reliabilitas, maka penelitian tersebut semakin bisa diandalkan. Realibilitas dalam penelitian ini menggunakan uji *cronbach alpha* yaitu metode yang digunakan untuk menguji kelayakan terhadap konsistensi seluruh skala yang digunakan di dalam penelitian reliabel atau tidaknya.

Pada pengujian reabilitas dengan metode *alpha cronbach*, nilai r hitung diwakili oleh nilai alpha. Apabila alpha hitung $>$ r tabel dan alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrumen bisa dikatakan reabel. Tingkat reabilitas dengan metode alpha Cronbach diukur berdasarkan skala alpha 0 sampai 1. Jika skala tersebut dikelompokan dalam 5 (lima) kelas dengan range yang sama, maka ukuran penetapan alpha bisa di interpretasi seperti tabel berikut :

Tabel 3.6
Tingkat reliabilitas

alpha	Tingkat reliabilitas
0,00-0,19	Kurang reliabilitas
$>0,20-0,39$	Agak reliabel
$>0,40-0,59$	Cukup reliabel
$>0,60-0,79$	Reliabel
$>0,80-1,00$	Sangat reliabel

(Sumber: Sugiono,2013)

Menurut Ghazali (2011:98) uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

- a. Dengan menggunakan taraf nyata 10%, artinya nilai instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari nilai r kritis pada product moment.
- b. Atau kita bisa menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima atau diatas 0,8 adalah baik

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Iklan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Item
.764	17

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel diatas didapatkan hasil perhitungan, bahwa nilai pada kolom Alpha Cronbach's dari variable X adalah sebesar (0,764). Berdasarkan ketentuan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa butir-butir pernyataan pada variable X adalah reliabel.

Tabel 3.8
Variable Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Item
.756	27

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel diatas didapatkan hasil perhitungan, bahwa nilai pada kolom Alpha Cronbach's dari variable Y adalah sebesar (0,756). Berdasarkan ketentuan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa butir-butir pernyataan pada variable Y adalah reliabel.