

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online pada media sosial akun instagram @bearbrand_id. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2022 – 14 Agustus 2023

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan angka-angka, yang nantinya akan di peroleh data yang akan dihitung untuk menghasilkan penafsiran kuantitatif (Sugiyono, 2013:31)

Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang berlandasan pada filsafat positivesme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015: 08)

C. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang ditempuh dengan penelitian yang dilakukan yang memiliki langkah-langkah sistematis. Sugiyono (2014, hal 6) menyatakan bahwa : “metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

Metode peneltian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitaif survei, Menurut Nana Syaodi (2014) survei digunakan

untuk mengumpulkan informasi berbentuk opini dari sejumlah besar orang terhadap topik atau isu-isu tertentu. Ada tiga karakteristik utama dari survei:

- a. Informasi dikumpulkan dari sekelompok besar orang untuk mendeskripsikan beberapa aspek atau karakteristik tertentu seperti ; kemampuan, sikap, kepercayaan, pengetahuan dari populasi,
- b. Informasi dikumpulkan melalui pengajuan pertanyaan (umumnya tertulis walaupun bisa juga lisan) ,
- c. Informasi diperoleh dari sampel bukan dari populasi. Tujuan utama dari survei adalah mengetahui gambaran umum karakteristik dari populasi. Pada dasarnya ingin dicari peneliti adalah bagaimana anggota dari suatu populasi tersebar dalam satu atau lebih variabel, seperti usia, etnis, jenis kelamin, agama, dll.

D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Definisi Variabel

Penelitian ini terdapat dua variable, yaitu :

- a. Variable pengaruh /bebas atau independent variable (variable X)

Variabel pengaruh adalah variable yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variable lainnya. Variabel ini secara sistematis divariasikan oleh periset (Kriyantono, 2014 : 21)

Dalam penelitian ini yang menjadi *variable* pengaruh adalah iklan televisi meliputi Attention, Interest, Desire, Decision, Action.

- b. Variabel tergantung/tak bebas atau dependent variable (variabel Y)

Variabel tergantung adalah variable yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variable yang mendahuluinya. Variabel ini adalah observasi dan nilainya diasumsikan tergantung pada efek dari variable pengaruh (Kriyantoto,2014:2)

2. Definisi Operasional Konsep

Adapun operasional variabel dalam penelitian terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Iklan Susu Bear Brand di Televisi (X)	1. <i>Attention</i> (perhatian)	a. Iklan harus menarik perhatian khalayak b. Melihat mutu barang tersebut
	2. <i>Interest</i> (ketertarikan)	a. Rasa ingin tahu lebih dalam b. Memiliki daya tarik dari konsumen c. Timbul keinginan terhadap produk tersebut
	3. <i>Desire</i> (keinginan)	a. Ingin menyenangkan calon pembeli dengan iklan tersebut b. Membuat konsumen puas ketika membeli produk tersebut c. Ada keinginan yakin untuk membeli
	4. <i>Decision</i> (keputusan)	a. Membujuk calon pembeli agar membeli produk tersebut
	5. <i>Action</i> (tindakan)	a. menjalankan pemasaran melalui platform media sosial terkhusus Instagram
Minat Beli Konsumen (Y)	1. Minat Transaksional	a. Keinginan membeli produk setelah melihat iklan b. Merekomendasikan produk ke orang lain c. Mengutamakan produk karena menarik dan berbeda dari merek lain
	2. Minat Referensial	a. Mengutamakan produk setelah melihat iklan
	3. Minat Preferensia	a. Keinginan untuk mencari tahu informasi mengenai produk

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2013:80). Dalam penelitian ini populasinya merupakan Followers Instagram BearBrand sebanyak 56.000 pengikut pada 10 juli 2023 @Bearbrand_id. Sebagai populasi dan sampel yang di filter sebanyak 100 responden, dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Telah memberikan tag/komentar pada postingan akun Instagram @Bearbrand_id atau pernah membeli produk bearbrand
- 2) Pernah membeli dan mengkonsumsi Susu Cair Bear Brand periode Januari – Juli

2. Sampel

Jika populasi yang diteliti sangat banyak tentu saja akan dilakukan seleksi terhadap populasi tersebut. dalam penelitian memiliki sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah data karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono,2013:81). Pada penelitian ini pemilihan sampel dilakukan dengan cara acak atau random sampling. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, maka dapat dihitung menggunakan rumus Slovin (Mundir, 2013:171).

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Nilai kritis sebesar 10% (Batas Ketelitian) yang diinginkan (Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi).

$n : ?$

$$n = \frac{56000}{1 + 56000(0.1)^2}$$

$$n = \frac{56000}{1 + 560}$$

$$n = \frac{56000}{56001}$$

$n = 99,8$ (dibulatkan menjadi 100)

Dari perhitungan diatas menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel dari populasi dapat ditetapkan sebanyak 100 responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengumpulan sebuah data yang dilakukan untuk keperluan penelitian dan selanjutnya digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu :

1. Data Primer

Pengumpulan data primer dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data yang lengkap dan jawaban yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dikumpulkan dengan kuesioner.

Menurut Sugiyono (2015: 142) kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapatkan jawaban.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan yang digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah buku, jurnal, artikel dan beberapa sumber lain yang dapat melengkapi data dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dari penelitian Andriyani tahun 2017 dengan tingkat reliabilitas mencukupi untuk dilakukan distribusi kuesioner tanpa uji kuesioner.

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 jawabandari seluruh responden yang telah dikumpulkan. Data yang telah terkumpul, kemudia dikelompokan berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk meguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016:147). Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada analisis regresi suatu variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independent variable, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terkait atau dependent variable. Jika persamaan regresi hanya terdapat satu variabel bebas dengan satu variabel terkait, maka disebut dengan persamaan regresi sederhana. Jika variabel bebasnya lebih dari satu, maka disebut dengan persamaan regresi berganda. Pada regresi sederhana kita dapat mengetahui berapa besar perubahan dari variabel bebas dapat mempengaruhi suatu variabel terkait.

H. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur hasil sah (Valid) atau tidaknya suatu kuesioner untuk digunakan dalam penelitian. Untuk mengukur valid atau tidaknya suatu alat ukur dengan menggunakan pendekatan statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total butir pernyataan. Sebuah kuesioner dapat dikatakan valid jika :

- a. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, dengan taraf signifikan $\alpha = 0,1$ maka H_0 ditolak artinya instrumen valid
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ dengan taraf signifikan $\alpha = 0,1$ maka H_0 diterima artinya instrument tidak valid.

2. Hasil Uji Validitas Variabel X Dan Variabel Y Uji Reabilitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui kuisisioner yang merupakan indicator dari variabel. Sebuah pertanyaan dapat dinyatakan reliabel jika jawaban dari setiap responden terhadap pertanyaan konsisten atau tetap stabil dan tidak mengalami perubahan terhadap pilihan jawaban dari pertanyaan. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrument tersebut konsisten dalam memberikan penilaian Suatu instrument dikatakan reliabel jika melebihi nilai Cronbach Alpha sebesar 0,60 Dalam pengujian reabilitas ini menggunakan metode Alpha Cronbach. Dengan perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} pada taraf signifikasin 10%. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan alpha hitung bernilai positif maka suatu instrument dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas ini diukur berdasarkan skala Alpha 0 sampai 1.