

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *followers* dari akun Instagram @yamahaindonesia. Pengambilan data survei dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google forms* kepada yang pernah melihat iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* versi *Color Up Your Life*. Waktu penelitian dimulai dari bulan September 2023 – Juni 2024.

#### B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Hendryadi (2015: 109) Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka. Pada dasarnya, pendekatan ini menggambarkan data melalui angka-angka, seperti persentasi tingkat pengangguran, kemiskinan, data rasio keuangan, dan lain sebagainya. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu mengembangkan dan menggunakan model matematis teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.

Sedangkan menurut Sugiyono (2015: 23) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*), jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor yang biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentan skor atau pertanyaan yang diberi bobot.

### **C. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode survey. Menurut Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generasikan.

### **D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **1. Definisi Variabel Penelitian**

Definisi operasional variabel menjadi dasar dalam pengumpulan data sehingga tidak terjadi kesalahan terhadap data yang diambil. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016: 38). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu Pengaruh Daya Tarik Iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* Versi “*Color Up Your Life*” di Televisi Terhadap Minat Beli maka penulis mengelompokkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

#### **a. Variabel Bebas X (*Independent*)**

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Sugiyono (2017: 39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah daya tarik iklan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 460) terdapat indikator-indikator daya tarik iklan yaitu: Iklan harus bermakna

(*meaningful*), Iklan harus dapat dipercaya (*believable*), Iklan harus mempunyai ciri khas dan berbeda (*distinctive*).

b. Variabel Terikat Y (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Sugiyono (2017: 39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli. Pada penelitian ini variabel dependen minat beli, terdapat indikator-indikator minat beli menurut Ferdinand (2014: 189) yaitu :

- a. Transaksional
- b. Referensial
- c. Preferensial
- d. Eksploratif

## 2. Operasional Variabel

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

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional dan Indikator Variabel X**  
**(Daya Tarik Iklan)**

No.	Variabel X	Dimensi	Indikator
1.	<b>Daya Tarik Iklan Kotler dan Armstrong (2018: 460)</b>	a. <i>Meaningful</i>	1. Bermanfaat bagi konsumen 2. Bermakna bagi konsumen
		b. <i>Believable</i>	1. Dapat dipercaya 2. Memberikan informasi yang benar 3. Tidak salah persepsi saat membeli produk
		c. <i>Distinctive</i>	1. Memiliki ciri khas iklan 2. Memiliki ciri khas produk

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y**  
**(Minat Beli)**

No.	Variabel Y	Dimensi	Indikator
2.	<b>Minat Beli</b> <b>Ferdinand (2014: 189)</b>	1. Transaksional	1. Keinginan membeli 2. Keinginan memiliki produk
		2. Referensial	1. Merekomendasikan produk 2. Memberi tanggapan positif pada produk
		3. Preferensial	1. Dijadikan prioritas pilihan 2. Tertarik pada produk tertentu daripada kompetitornya
		4. Eksploratif	1. Mencari informasi mengenai produk 2. Mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk

## **E. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 80). Populasi dari penelitian ini merupakan *followers* dari akun Instagram @yamahaindonesia.

Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 451 akun instagram yang sudah memenuhi karakteristik sebagai berikut:

- a. Pernah melihat iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* versi “*Color Up Your Life*”
- b. Akun yang *like* dan *comment* postingan tentang Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* di akun Instagram @yamahaindonesia pada bulan 5 Oktober 2023 – 29 Desember 2023

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017: 81). Dalam penelitian ini peneliti menghitung ukuran sampel dengan menggunakan teknik Slovin. Rumus Slovin digunakan dalam penelitian survei dan pemilihan sampel untuk memastikan bahwa sampel yang diambil mewakili populasi secara umum. Rumus ini juga digunakan untuk menghindari kesalahan pengambilan sampel yang mungkin terjadi jika sampel terlalu kecil atau terlalu besar. Menurut Sinambela (2014: 98), untuk menentukan ukuran sampel minimal yang harus ditetapkan para peneliti banyak mengacu pada Rumus Slovin yang cukup sederhana yakni:

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

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%.

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

$$n = \frac{451}{1 + 451 \times 0,01}$$

$$n = \frac{451}{1 + 4,51}$$

$$n = \frac{451}{5,51}$$

$$n = 81,8$$

Dari hasil perhitungan yang diperoleh diatas, jumlah sampel yang akan dijadikan responden dari populasi yaitu sebanyak 81,8 responden dan dibulatkan menjadi 82 orang responden.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. *Random sampling* dimana setiap akun memiliki kesempatan untuk menjadi sampel atau dikenal juga sebagai pengambilan sampel acak sederhana, prosedur pengambilan sampel dengan cara mengundi 451 akun yang memenuhi karakteristik menjadi sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 82 orang responden.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data, setelah dikumpulkan kemudian 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 kemudian diberikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban (Sugiyono, 2017: 142).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara membuat daftar kuesioner dengan masing-

masing kuesioner yang dilakukan untuk pengukuran tersebut bertujuan untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap kuesioner yang diisi harus mempunyai skala penilaian (Sugiyono, 2017: 92).

Pada skala likert, variabel yang ingin diukur untuk dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator itu dijabarkan 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, 2017: 93).

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

**Tabel 3.3 Ukuran Jawaban Kuesioner**

### **Skala Likert**

Dalam penelitian ini hanya menggunakan empat kategori pilihan menjawab yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Dari setiap pilihan jawaban tersebut memiliki nilai bobot yang berbeda-beda, kemudian setelah semua jawaban kuesioner terkumpul lalu jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobot nilai yang diberikan maka akan menghasilkan suatu data yang dapat ditarik kesimpulannya.

## **2. Data Sekunder**

Data yang digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini berupa sumber buku – buku, referensi, bacaan, internet, dan kepustakaan lainnya maupun seperti kutipan, jurnal, skripsi, dan buku. Data yang dikumpulkan ini merupakan data yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.



## G. Teknik Analisis Data

Menurut Sujarweni (2015: 157) teknik analisis data suatu proses yang berhubungan dengan prosedur penelitian, analisis data dilakukan untuk bisa menarik kesimpulan guna menjawab persoalan – persoalan yang diajukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016: 174) 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 telah terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang teliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumus masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana.

Teknik analisis data dilakukan dengan tabel frekuensi dengan cara menyusun kuesioner yang kemudian dianalisis dan dijelaskan. Hasil yang telah dianalisa dapat dijadikan daftar yang memberikan gambaran dari penelitian ini yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh daya tarik iklan Yamaha Fazzio *Hybrid-Connected* versi “*Color Up Your Life*” di televisi terhadap minat beli.

### 1. Uji Regresi Linier Sederhana

Teknik pengolahan data dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan variabel dependen. Sugiyono (2017: 261).

Formulasi regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2016: 188).

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Sebagai nilai

a = nilai *intercept* (konstanta)

b = koefisien regresi

X = sebagai nilai variabel independen

## 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 0,01. Jika probability t lebih kecil dari 0,01 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus :

Jika sig dari  $F_{hitung} < 0,01$  atau 0,05 atau 0,1 maka  $H_0$  ditolak

Jika sig dari  $F_{hitung} > 0,01$  atau 0,05, atau 0,1 maka  $H_0$  diterima

(Suryani dan Hendrayadi, 2015: 104).

## 3. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus :

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi antara X dan Y

n = jumlah sampel

maka dengan demikian :

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

## H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur yang digunakan dalam mengukur itu valid. Suatu kuesioner atau instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid (Sugiyono, 2017: 121). Uji validitas berfungsi untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu instrument. Instrument dapat dikatakan valid ketika pernyataan atau pertanyaan di kuesioner bisa menghasilkan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut.

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan suatu instrumen alat ukur. Uji validitas ini menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Package for Social Sciene*) versi 26. Untuk dapat menganalisis validitas dan realibilitas maka dalam penelitian ini uji coba diberikan kepada 30 responden diluar sampel dan populasi. Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Dalam pengukuran tingkat validitas menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 26. Langkah operasional dalam alat bantu SPSS (*Statistic Package for Social Sciene*) yaitu klik *Analyze -> Correlate -> Bivariate*. Nilai  $r$  hitung dapat dilihat dari *output* SPSS, sedangkan nilai  $r$  table diperoleh dengan melihat tabel  $r$  signifikan 10% dengan  $df = n-2$ , dimana  $df$  adalah derajat bebas dan  $n$  adalah jumlah sampel.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan bersama – sama terhadap seluruh pertanyaan kuesioner, dalam pengukuran tingkat validitas menggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistic Package for Social Sciene*) versi 26. Langkah operasional dalam *software* SPSS yaitu, klik *Analyze -> Scale -> Reliability Analysis*.

Tujuan utama dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk mengetahui konsistensi dan keteraturan hasil dari suatu instrumen penelitian disebut reliabel jika instrumen tersebut konsisten memberikan penilaian atas apa yang diukur. Tingkat reliabilitas dapat dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach*.

Berikut untuk tabel penilaian berdasarkan skala 0 sampai dengan 1. Skala tersebut dikelompokkan menjadi lima kelas dengan range yang sama. Ukuran kemantapan *Alpha* dapat dilihat seperti tabel berikut:

<i>Alpha</i>	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

**Tabel 3.4 Tingkatan Reliabilitas**

Tabel diatas dapat dijelaskan jika *Alpha* > 0,80 maka reliabilitas dibilang sempurna, jika *Alpha* 0,70 – 0,80 maka reliabilitas dibilang tinggi. Jika *Alpha* 0,40

– 0,60 maka reliabilitas cukup reliabel, jika *Alpha* < dari 0,40 maka reliabilitas rendah, jika *Alpha* rendah kemungkinan besar ada satu atau beberapa pernyataan yang tidak reliabel.

## **I. Hasil Uji Validitas**

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. 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 10%, maka nilai *r* tabel sebesar 0,422. Hasil pengujian validitas dapat dilihat sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas Variabel X (Daya Tarik Iklan)

Hasil uji validitas Variabel X (Daya Tarik Iklan) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**  
**(Daya Tarik Iklan)**

No.	Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
1	X1	0,422	0,781	Valid
2	X2	0,422	0,805	Valid
3	X3	0,422	0,784	Valid
4	X4	0,422	0,765	Valid
5	X5	0,422	0,812	Valid
6	X6	0,422	0,788	Valid
7	X7	0,422	0,776	Valid
8	X8	0,422	0,791	Valid
9	X9	0,422	0,760	Valid
10	X10	0,422	0,787	Valid
11	X11	0,422	0,818	Valid
12	X12	0,422	0,816	Valid
13	X13	0,422	0,770	Valid
14	X14	0,422	0,803	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji 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 yang menggunakan SPSS, sebanyak 14 butir pernyataan pada Variabel X (Daya Tarik Iklan Fazzio) dapat dikatakan **Valid** karena nilai  $r \text{ hitung}$  lebih besar dari 0.4226 ( $r \text{ tabel}$ ).

## 2. Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)

Hasil uji validitas Variabel Y (Minat Beli) dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 3.6**

**Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli)**

No.	Pernyataan	Rtabel	Rhitung	Keterangan
1	Y1	0,422	0,847	Valid
2	Y2	0,422	0,798	Valid
3	Y3	0,422	0,809	Valid
4	Y4	0,422	0,841	Valid
5	Y5	0,422	0,793	Valid
6	Y6	0,422	0,821	Valid
7	Y7	0,422	0,827	Valid
8	Y8	0,422	0,728	Valid
9	Y9	0,422	0,774	Valid
10	Y10	0,422	0,819	Valid
11	Y11	0,422	0,827	Valid
12	Y12	0,422	0,781	Valid
13	Y13	0,442	0,819	Valid
14	Y14	0,442	0,765	Valid
15	Y15	0,422	0,776	Valid
16	Y16	0,422	0,803	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji 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 yang menggunakan SPSS, sebanyak 16 butir pernyataan pada Variabel Y (Minat Beli) dapat dikatakan **Valid** karena nilai  $r \text{ hitung}$  lebih besar dari 0,4226 ( $r \text{ tabel}$ ).

## J. Hasil Uji Reliabilitas

### 1. Uji Reliabilitas Variabel X (Daya Tarik Iklan)

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Daya Tarik Iklan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.953	14

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel X (Iklan Aplikasi Snack Video) sebesar 0,953 dan berada diatas 0,900. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 14 butir pernyataan Variabel X (Daya Tarik Iklan) adalah **Sangat Reliabel**.

### 2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli)

Tabel 3.8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.963	16

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel Y (Minat Beli) sebesar 0,963 dan berada diatas 0,900. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 16 butir pernyataan Variabel Y (Minat Beli) adalah **Sangat Reliabel**.