

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Tempat penelitian menggunakan aplikasi whatsapp, kepada member hofos . Adapun waktu penelitian ini dilakukan empat bulan. Yaitu dari bulan april sampai bulan juli 2024

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:15) metode kuantitatif adalah metode yang berdasar filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Penelitian kuantitatif memuat banyak angka-angka mulai dari pengumpulan, pengolahan, serta hasil yang didominasi angka. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui dampak dari suatu perlakuan tertentu, memperoleh data akurat dari fakta lapangan yang terukur, dan menguji hipotesis dari penelitian yang dilakukan. Berdasarkan argumen tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena tujuannya untuk mengetahui pengaruh perlakuan dan menguji hipotesis. Karena ini merupakan pendekatan kuantitatif, maka peneliti berusaha memvalidasi penelitian ini secara ilmiah dan empiris serta mengacu pada prinsip-prinsip penelitian agar hasil penelitian yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode penelitian survei Menurut (Sugiyono 2017:7) Penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Salah satu metode penelitian kuantitatif adalah penelitian survei. Penelitian survei adalah penelitian yang digunakan untuk menjelaskan antara hubungan kejadian (sebab) dan

akibat (dampak) dan pengujian hipotesis. Menurut Sugiyono. (2018:35), penelitian survei adalah penelitian dengan menggunakan angket sebagai salah satu alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Metode Survei digunakan dalam evaluasi untuk membuat pencanderaan secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap fakta-fakta serta sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Metode penelitian kuantitatif seperti survei digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data informasi tentang populasi yang besar

D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Variable Penelitian

a) Pengertian Variable Penelitian

Variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68).

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Untuk menentukan variabel yang baik ditentukan oleh landasan teoritis, ditegaskan oleh hipotesis dan tergantung dari rumit dan sederhana rancangan penelitian. (Rafika Ulfa 2020:345)

Jadi, jika peneliti akan memilih variabel penelitian, baik yang dimiliki orang, objek maupun bidang kegiatan dan keilmuan tertentu, maka harus ada variasinya. Untuk dapat bervariasi, maka penelitian harus didasarkan pada sekelompok sumber data atau objek yang bervariasi. Didalam penelitian ini menggunakan variable bebas(X) dan variable terkait(Y) yaitu:

b) Variable Bebas(X) (Independen Variable)

Variable bebas (X) ini sering disebut variable stimulus, predictor, antecedent. Variable bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). Dengan dimensi sebagai berikut: Menurut Shimp (dalam Ericho,2016:26) iklan yang kreatif yakni iklan yang berbeda di

antara sebagian besar iklan. Iklan yang sama dengan sebagian besar iklan lainnya tidak akan mampu menembus kerumunan iklan kompetitif dan tidak akan dapat menarik perhatian. Ada beberapa persetujuan, bahwa iklan yang kreatif mencakup connectedness (keterhubungan), appropriateness (kesesuaian), novelty (sesuatu yang baru) (CAN) (Shimp, 2018: 219):

c) Variable Terkait (Dependen Variable)

Variable terkait (Y) disebut juga variable output, kriteria, konsekuen. Variable terikat adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas. Dimensi sebagai berikut: transaksional, refrensial, prefensial, eksploratif. Ferdinand, Augusty. (2014:8) Operasionalisasi Variable

Tabel 3.1-Operasional & Indikator Variable
(kreatifitas periklanan X minat beli)

Variable X	Dimensi	Indikator
(Shimp, 2018: 219)	Keterhubungan	1. Iklan mengandung informasi tentang produk 2. Iklan memuat ikatan emosional
	Kesesuaian	1. Iklan memuat informasi tentang merk 2. Element pesan yang ada di dalam iklan mudah di fahami
	Kebaruan	1. Iklan Hyundai ioniq fresh dan baru 2. Iklan memiliki informasi tentang kota yang hijau
Variable Y	Dimensi	Indikator
Ferdinand (2014:8)	Minat transaksional	1. Munculnya rasa suka konsumen terhadap produk 2. Keinginan untuk membeli produk

	Minat refrensial	1. Merekomendasikan karena fungsi produk 2. Merekomendasikan karena manfaat produk 3. Membagikan informasi tentang produk
	Minat prefensial	1. Memprioritaskan produk tersebut 2. Produk di jadikan pilihan utama
	Minat eksploratif	1. Mencari informasi terkait produk 2. Mencari informasi terkait produk melalui iklan 3. Menggali informasi mengenai produk yang di minati

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di Tarik kesimpulannya (Sugiyanto, 2013:80)

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin di teliti oleh peneliti, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah member resmi honda freed bogor yang sudah memiliki kartu tanda anggota pada komunitas (member di whatsapp grup honda freed bogor owners) **196** sesuai dengan kriteria., ditentukanlah kriteria populasi yang akan diteliti, yaitu:

1. Member aktif di whatsapp grup honda freed bogor owners
2. Member Honda Freed Owners Indonesia

3. Sudah menonton tvc Hyundai ioniq versi (*Expect More*)



2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2013:81). Apabila penelitian memiliki jumlah populasi yang besar, dan peneliti tidak memungkinkan semua yang ada populasi karena keterbatasan waktu, komunitas yang peneliti dapatkan, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan populasi.

Pada penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teknik probability sampling. Menurut (Sugiyono 2017:122). Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sampel yang diambil pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling dengan mengundi 196 sesuai kriteria. Peneliti menggunakan spin wheel. Teknik ini dipilih peneliti karena dianggap paling sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Pengambilan sampel dilakukan kepada member honda freed bogor.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah member honda freed bogor yang telah direduksi menjadi 196 sesuai dengan kriteria yang telah di tentukan. Pada penelitian ini untuk menentukan sampel yang dijadikan responden, peneliti menggunakan rumus Slovin karna jumlah populasi yang lumayan besar, dalam jumlah populasi yang besar peneliti tidak mungkin mengambil sample dari seluruh populasi yang besar tersebut. Oleh karna

nya di ambil sample yang di nilai bisa mewakili kondisi seluruh populasi. dengan presisi 5% yaitu sebagai berikut:

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

$$n = \frac{196}{1+(0,49)}$$

$$n = \frac{196}{1 + 196.0,01}$$

$$n = \frac{196}{1,49}$$

$$n = \underline{131,54}$$

= 131,54 dibulatkan menjadi 131

Keterangan:

n = jumlah sampel yang akan diambil

N= jumlah produksi

e= presisi (5%)

Dalam penelitian ini maka ditentukan sampel dari populasi yang dihitung dengan rumus Slovin sebanyak 131 responden

F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social (Sugiyono 2013:93)

dalam penelitian ini sekala likert digunakan untuk mengukur sikap jawaban dari pernyataan yang telah di ajukan oleh peneliti, dan pendapat, persepsi anggota komunitas honda freed owners indonesia tentang kreatifitas iklan dan minat beli konsumen

Dalam penelitian ini pada skala likert responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang telah diajukan dan di hitung pada setiap bobotnya lalu dijumlahkan secara keseluruhan untuk dapat diketahui nilai dari setiap responden dan dapat dijadikan skor penilaian terhadap variable yang ada pada penelitian.

**Tabel 3.2-Pembelian Nilai Skala Likert
(Sugiyono 2013:93)**

Skala	Nilai
Sangat setuju	5
setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Variable dalam penelitian ini Variable (X) kreatif iklan dan Variable (Y) Minat beli produk, pernyataan yang diukur adalah mengenai pengaruh kreatif periklanan dan minat beli IONIQ 5 terhadap minat beli produk mobil listrik.

G. Teknik Pengumpulan Data

Yang di maksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh, melalui sumber data sekunder & primer, serta metode sebagai berikut:

1. Data Primer

Kuesioener merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono 2013:142)

Teknik pengumpulan data yang dipakai di dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawannya. Dalam penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner secara online dengan Goggle-form, lalu disebarakan kepada responden pada member honda freed bogor

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan atau peneliti (Sugiyono 2018:104).

Data sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung tetapi berdasarkan melalui dari internet, artikel, buku, penelitian sebelumnya seperti skripsi, jurnal maupun sumber data yang lain didapat dari memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan penelitian.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Menurut (Sugiyono 2017:260) analisis regresi linear sederhana adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variable dependent dapat dilakukan melalui peningkatan variable independent atau tidak. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji sifat hubungan sebab akibat antara variable independen(X) terhadap variable dependen(Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y=a+Bx$$

(Sugiyono 2017:260)

Keterangan:

Y = Nilai variable dependen yang diprediksikan

a = Konstanta atau bila harga X =0(harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable independen. Bila (+)arah garis naik,dan bila (-)maka arah garis turun.

X = Subjek pada variable independen yang mempunyai nilai independent.

2. Uji Koefisien Kolerasi

Analisis koefisien kolerasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara dua variable atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negative, sedangkan kuat lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Sugiyono 2017:286). Maka berpedoman pada ketentuan yang tertera pada table berikut:

Pedoman Memberikan Koefisien Korelasi (Sugiyono 2017:242)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,001 - 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

I. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, (2013: 173), hal yang dilakukan untuk mengetahui pernyataan-pernyataan mana yang valid dan mana yang tidak valid, dengan mengkonsultasikan data tersebut dengan tingkat signifikan r kritis=0,3, apabila alat ukur tersebut berada di 0,3 (tidak valid).

Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Seperti yang dijelaskan pada metode penelitian bahwa untuk melihat valid atau tidaknya suatu alat ukur digunakan statistika yaitu melalui nilai koefisien korelasi nilai butir pernyataan dengan nilai total butir pernyataan. Pernyataan dinyatakan valid jika:

1) Nilai r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut valid.

2) Nilai r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut tidak Valid. Mengukur tingkat validitas dan reliabilitas menggunakan software SPSS (statistic package social science). SPSS merupakan software yang dapat digunakan untuk mengolah data statistik. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini akan di lakukan pada 30 responden.

2. Hasil Uji Validitas X1 (kreatifitas iklan)

Peneliti telah menyabar kuesioner ke 30 member hofos buitenzorg, dan melakukan pengolahan data pada SPSS, hasil menunjukkan bahwa 16 butir pertanyaan variabel X1 (kreatif iklan) valid. Dibawah ini merupakan hasil dari uji validitas data variabel X1

Hasil Uji Validitas X1 (kreatifitas iklan)

Pernyataan	R Hitung	R Table	keterangan
1	0.635	0,306	Valid
2	0.462	0,306	Valid
3	0.531	0,306	Valid
4	0.582	0,306	Valid
5	0.437	0,306	Valid
6	0.480	0,306	Valid

3. Hasil Uji Validitas Variabel Y (minat beli)

Pernyataan	R Hitung	R Table	keterangan
1	0.690	0,306	Valid
2	0.550	0,306	Valid
3	0.673	0,306	Valid
4	0.579	0,306	Valid
5	0.707	0,306	Valid
6	0.772	0,306	Valid
7	0.625	0,306	Valid
8	0.741	0,306	Valid
9	0.407	0,306	Valid
10	0.722	0,306	Valid

4. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil sebuah jawaban tentang anggapan responden.

Hasil uji realibilitas dilihat dari nilai cronbach alpharealibilitas yang baik adalah semakin mendekati 1. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha > 0,6.

Hasil Uji Reabilitas Variabel X1

Berikut adalah nilai reliabilitas variabel X1 (Kreatifitas Iklan)

Reliability statistic

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	6

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Menggunakan SPSS oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas di atas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha dari 6 butir pernyataan adalah 0,804. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliable bila $(r_{11}) > 0.6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel, dengan koefisien reliabilitas $0,904 > 0,6$. Kemudian pada N of items sebesar 6, angka 6 menunjukkan jumlah pernyataan pada variabel X yang diajukan kepada responden.

Hasil Uji Reabilitas Variabel Y Tabel

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	10

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Menggunakan SPSS oleh Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas di atas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha dari 10 butir pernyataan adalah 0,944. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliable bila $(r_{11}) > 0.6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel, dengan koefisien reliabilitas $0,944 > 0,6$. Kemudian pada N of items sebesar 10, angka 10 menunjukkan jumlah pernyataan pada variabel kepuasan yang diajukan kepada responden.