

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner kepada warga penduduk. Objek penelitiannya adalah warga RT. 01 dan RT. 05, Kelurahan Pondok Ranji, Kecamatan Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan September 2021 – Desember 2021.

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

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Suryani dan Hendrayadi (2015: 109) Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka. 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 Suryani dan Hendrayadi (2015: 115) penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah 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 Definisi Operasional Variabel**

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).

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

Menurut Yusuf dalam Pebriyanti (2019: 35) variabel adalah karakteristik seseorang, objek atau peristiwa, dan nilai yang terdapat pada orang, objek atau kejadian itu. Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu Pengaruh Daya Tarik Iklan Supermi Nutrimi Versi “Dapet Baiknya Dapet Enaknya” Di Televisi Terhadap *Brand Awareness*, 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 (2014: 454) menyatakan bahwa daya tarik iklan adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.

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 *brand awareness*. Menurut Kotler dan Keller (2016: 364) menyatakan bahwa *brand awareness* merupakan kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi merek dalam kondisi berbeda, seperti tercermin oleh pengenalan merek mereka atau prestasi pengingatan.

## 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 (2012: 466)</b>	<i>a. Meaningful</i>	1. Bermanfaat bagi konsumen 2. Bermakna bagi konsumen
		<i>b. Believable</i>	1. Dapat dipercaya 2. Memberikan informasi yang benar 3. Tidak salah persepsi saat membeli produk
		<i>c. Distinctive</i>	1. Memiliki ciri khas iklan 2. Memiliki ciri khas produk

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

No.	Variabel Y	Dimensi	Indikator
2.	<b>Brand Awareness</b> <b>Kotler dan Keller (2016:</b> <b>268)</b>	<i>a. Brand Recognition</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesadaran konsumen terhadap suatu produk</li> <li>2. Memberikan bantuan tentang ciri – ciri produk</li> </ol>
		<i>b. Brand Recall</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengingatan kembali tentang suatu produk</li> <li>2. Produk yang muncul pertama kali setelah disebut tentang kategori produk tanpa diberi bantuan</li> </ol>
		<i>c. Top Of Mind</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang pertama kali muncul dibenak konsumen</li> <li>2. Seberapa jauh ingatan konsumen terhadap suatu produk</li> </ol>

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah 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 ini adalah warga RT. 01 dan RT 05, Kelurahan Pondok Ranji, Kecamatan Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten. Dari hasil survey yang di dapat pada warga RT. 01, dan RT. 05 khususnya warga yang mencintai pola hidup sehat memiliki populasi yang sesuai dari kriteria penelitian ini. Populasi dari RT. 01 dan RT. 05 berjumlah 861 orang dari 418 Kartu Keluarga. Kemudian didapatkan 478 warga dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Berusia 20 – 40 tahun
- b. Pernah melihat iklan Supermi Nutrimi di televisi

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki dari populasi tersebut. Sugiyono (2016: 81). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012: 126) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Prosedur pengambilan sampel dengan cara menentukan kriteria pada warga RT. 01 dan RT. 05 yang berjumlah 478 warga yang sudah memenuhi karakteristik, kemudian didapatkan 83 responden yang berusia 20 – 40 untuk diambil sebagai sampel.

Agar lebih jelas, rumus Slovin yang dijelaskan oleh Husein Umar (2013: 78), yaitu :

**Rumus Slovin**

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

e = Persentase kelonggaran/ketidakteelitian (10%)

$$n = \frac{478}{1 + 478 \times 0,01} = \frac{478}{1 + 4,78} = \frac{478}{5,78} = 82,6$$

Dari hasil perhitungan yang diperoleh jumlah sampel yang akan di jadikan responden dari populasi yaitu sebanyak 82,6 orang responden dan dibulatkan menjadi 83 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). Menurut Suryani dan Hendrayadi (2015: 173) kuesioner adalah teknik pengumpulan data atau pernyataan kepada orang lain yang di jadikan responden untuk dijawabnya. Menurut Sugiyono (2017: 92) 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).

Menurut Sugiyono (2017: 93) 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 positif hingga sangat negatif.

**Tabel 3.3**  
**Kategori Dari Penilaian 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 (2016: 94)

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media yang bersumber dari literatur, buku – buku, serta dokumen.

Data yang dikumpulkan berisikan informasi dan teori – teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ialah mengumpulkan data dari buku – buku yang ada hubungannya dengan periklanan atau iklan, daya tarik, televisi, *brand awareness*, dan bahan – bahan seperti skripsi, jurnal, *e-book*, serta data yang diperoleh dari *website – website* lainnya.

## 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 Supermi Nutrimi versi dapat enak nya dapat baiknya di televisi terhadap *brand awareness*.

### 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)

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

## H. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

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

Menurut Sugiyono (2017: 121) uji validitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur yang digunakan dalam mengukur itu valid suatu kuesioner atau instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid.

Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan pernyataan melalui kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada warga Jl. Menjangan 4 yang berjumlah 30 orang responden dengan signifikansi 10%. Dalam pengukuran tingkat validitas dan reliabilitas digunakan *software SPSS (Statistic Package for Social Science)* versi 24 *for windows*.

Uji validitas ini membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . dalam penelitian ini, nilai  $df$  (*degree o freedom*) dapat dihitung  $df=n - 2$  maka

didapatkan  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi 10% maka nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,422.

Pengujian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* atau teknik statistic yang digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval lainnya. Simbol korelasi *product moment* ditulis dengan huruf "r".

Kriteria pengujian validitas ialah sebagai berikut :

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

## 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 atau pernyataan kuesioner.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi antara hasil pengamatan dengan instrumen atau alat ukur yang digunakan pada waktu yang berbeda. Pernyataan yang sudah valid, dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika  $r$  alpha positif atau  $> r$  tabel maka pernyataan reliabel
2. Jika  $r$  alpha negatif atau  $< r$  tabel maka pernyataan tidak reliabel

Tujuan utama dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk mengetahui konsistensi dan keteraturan hasil dari suatu instrumen penelitian atas apa yang diukur, tingkat reliabilitas dapat dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach*. Untuk tabel penelitian berdasarkan skala 0 sampai dengan 1. Skala tersebut dikelompokkan menjadi lima kelas dengan *range* yang sama. Ukuran kemantapan *Alpha* dapat dilihat seperti tabel berikut :

**Tabel 3.4**  
**Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

<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 diatas dapat dijelaskan jika *alpha*  $> 0,80$  maka reliabilitas dibidang sempurna, jika *alpha*  $> 0,60 - 0,80$  maka reliabilitas 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 atau pertanyaan yang tidak reliabel.

## I. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada 30 orang responden yang bertempat di Jl. Menjangan 4 Rt. 01 Pondok Ranji, Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan. Hasil uji ini untuk membuktikan setiap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada responden valid atau tidak valid. Uji validitas dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dalam penelitian ini  $df$  (*degree of freedom*) dapat dihitung  $df = n - 2$  maka didapatkan  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi sebesar 10% maka  $r_{tabel}$  sebesar 0,422.

Uji validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada 30 orang responden yang bertempat di Jl. Menjangan 4 Pondok Ranji, Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan. Hasil uji ini untuk membuktikan setiap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada responden valid atau tidak valid. Uji validitas dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dalam penelitian ini  $df$  (*degree of freedom*) dapat dihitung  $df = n - 2$  maka didapatkan  $df = 30 - 2 = 28$ . Dengan tingkat signifikansi sebesar 10% maka  $r_{tabel}$  sebesar 0,422.

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

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

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

No.	Pernyataan	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	keterangan
1	X1	0,422	0,652	VALID
2	X2	0,422	0,600	VALID
3	X3	0,422	0,505	VALID
4	X4	0,422	0,684	VALID
5	X5	0,422	0,560	VALID
6	X6	0,422	0,635	VALID
7	X7	0,422	0,433	VALID
8	X8	0,422	0,682	VALID
9	X9	0,422	0,537	VALID
10	X10	0,422	0,745	VALID
11	X11	0,422	0,639	VALID
12	X12	0,422	0,666	VALID
13	X13	0,422	0,510	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS



Dari hasil uji validitas diatas, jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 13 butir pernyataan pada Variabel X (Daya Tarik Iklan) dapat dikatakan **Valid** karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,422 ( $r_{tabel}$ ).

## 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	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Keterangan
1	Y1	0,422	0,609	VALID
2	Y2	0,422	0,537	VALID
3	Y3	0,422	0,688	VALID
4	Y4	0,422	0,494	VALID
5	Y5	0,422	0,862	VALID
6	Y6	0,422	0,805	VALID
7	Y7	0,422	0,736	VALID

8	Y8	0,422	0,803	VALID
9	Y9	0,422	0,778	VALID
10	Y10	0,422	0,768	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 10 butir pernyataan pada Variabel Y (*Brand Awareness*) dapat dikatakan **Valid** karena nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari 0,422 ( $r_{tabel}$ ).

## J. Hasil Uji Reliabilitas

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

Tabel 3.7

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Daya Tarik Iklan Supermi Nutrimi)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	13

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel X (Daya Tarik Iklan Supermi Nutrimi) sebesar 0,854. Berdasarkan ukuran ketepatan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 13 butir pernyataan variabel X (Daya Tarik Iklan Supermi Nutrimi) adalah **Sangat Reliabel**.

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

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**  
**(*Brand Awareness*)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.896	10

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel Y (*Brand Awareness*) sebesar 0,896. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 10 butir pernyataan variabel Y (*Brand Awareness*) adalah **Sangat Reliabel**.