

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Uji Hipotesis (*hypothesis testing*). Uji Hipotesis adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel yang diperoleh berdasarkan data dan fakta-fakta (Indriantoro dan Supomo, 1999).

### **B. Populasi**

Sugiyono (2002) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan teori tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Unila yang bermukim di kampung baru yang pernah melihat tayangan iklan Kartu As.

### **C. Sampel**

Sampel adalah bagian yang dapat mewakili populasi yang memiliki karakteristik yang sama dan dianggap bisa mewakili populasi (Sugiyono, 2002). Sampel merupakan bagian yang berguna bagi tujuan penelitian populasi dan aspek-aspeknya. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Accidental sampling* yaitu bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan dimana, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini (Sugiyono, 2001).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Lampung yang tinggal di Kampung Baru dan pernah melihat iklan kartu seluler As. Hair dkk, dalam Ferdinand (2000) menyatakan jumlah sampel yang representatif adalah jumlah indikator dikalikan 5-10

Sampel yang digunakan

$$\begin{aligned}n &= \text{Jumlah indikator} \times 8 \\ &= 12 \times 8 \\ &= 96 \text{ responden}\end{aligned}$$

Sesuai dengan perhitungan yang diperoleh di atas maka penelitian ini menggunakan 96 sampel.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini berupa:

1. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber atau responden penelitian. Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, data ini diperoleh dengan cara melakukan wawancara atau menyebarkan kuesioner kepada responden.
2. Data Sekunder adalah data tambahan dari berbagai sumber, seperti arsip, dokumen, jurnal, majalah, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Kuisisioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan akan memberi respon atas pertanyaan yang kita ajukan.

Dalam penelitian ini peneliti mengajukan kuesioner dengan menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka.

2. Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data sekunder berupa jurnal, buku, majalah, dan dokumen lain yang mendukung untuk penelitian ini.

## **F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional variabel**

### **1. Variabel Penelitian**

Sugiyono (2001) Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat / nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini Variabel penelitian yang digunakan yaitu, variable terikat (dependent variable) dan variabel bebas (independent variable) Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah:

- a) Variabel bebas (*Independent Variable*), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya (terpengaruhnya) variabel dependen (variabel tak bebas). Di skripsi ini variabel bebas diberi simbol **X**.
- b) Variabel Intervening adalah variabel yang dipengaruhi dan mempengaruhi variabel lain. Di skripsi ini variabel intervening diberi simbol **Y1**.
- c) Variabel terikat (*Dependent Variable*), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Di skripsi ini variabel terikat diberi simbol **Y2**.

Berkaitan dengan penelitian ini maka dikembangkan variabel dependen, variabel independent, dan variabel intervening diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 3.1.** Variabel Penelitian

No	Variabel Independent	Variabel intervening	Variabel dependent
1	Daya Tarik Iklan (DT)	<i>Brand Awereness</i> (BA)	<i>Brand Atitude</i> (BT)
2	Kredibilitas <i>Endorser</i> KE)		

## 2. Definisi Oprasional

Definisi operasional adalah petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Untuk melihat operasionalisasi suatu variabel tersebut harus diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang dapat memperjelas variabel yang dimaksud.

**Tabel 3.2.** Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Daya Tarik Iklan	Kemampuan iklan untuk membuat konsumen menjadi tertarik dengan tayangan sebuah iklan	Iklan Humor Tema Iklan Iklan Seri
2	<i>Kredibilitas Endorser</i>	Kemampuan seorang artis untuk menyampaikan pesan yang terdapat dalam iklan sampai kepada konsumen, sehingga timbul hal positif dibenak konsumen	Kepribadian Selebriti Terkenal Karakter Selebriti
3	<i>Brand Awareness</i>	Kemampuan konsumen untuk mengingat sebuah merek	Mudah diingat Mudah dikenali Ingat merek
4	<i>Brand Attitude</i>	Kemampuan konsumen dalam menyikapi sebuah merek	Tertarik Kepercayaan

			Sikap positif
--	--	--	---------------

Sumber: Rossiter dan Percy 1997, Shimp (2003), Riyanto 2008, Chaundhuri (1999). Temporal& Lee( 2001);

## G. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa valid sebuah kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005). Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= n-2.

$$r_x = \frac{N\sum X - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

$r_x$  = Nilai Validitas

n = jumlah responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur. Jika **r hitung** > **r tabel** maka pengukuran tersebut valid, Namun apabila **r hitung** < **r tabel** maka pengukuran tersebut tidak valid.

**Tabel 3.3.** Hasil Uji Validitas

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
------	----------	---------	------------

DT1	0.659	0,201	Valid
DT2	0.794	0,201	Valid
DT3	0.733	0,201	Valid
KE1	0.580	0,201	Valid
KE2	0.643	0,201	Valid
KE3	0.579	0,201	Valid
BA1	0.539	0,201	Valid
BA2	0.638	0,201	Valid
BA3	0.468	0,201	Valid
BT1	0.712	0,201	Valid
BT2	0.796	0,201	Valid
BT3	0.585	0,201	Valid

Sumber: Data Primer 2012 (diolah)

## 2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2005). Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan rumus Alpha yaitu:

$$r_1 = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \frac{x_i^2}{n} }{\frac{\sum x_i^2}{n}} \right]$$

Keterangan:

r = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \frac{x_i^2}{n}$  = jumlah varian butir

$\frac{\sum X^2}{n}$  = varian total

n = jumlah responden

X = nilai skor yang dipilih

Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah (Ghozali, 2005) :

- Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
- Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

**Tabel 3.4.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Sig.	Keterangan
Daya Tarik Iklan (DT)	0.855	0,600	Reliabel
Kredibilititas <i>Endorser</i> (KE)	0.767	0,600	Reliabel
Brand Awareness (BA)	0.722	0,600	Reliabel
Brand Attitude (BT)	0.833	0,600	Reliabel

Sumber: Data Primer 2012 (diolah)

## H. Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif, yaitu memberikan gambaran atau deskripsi empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian (Ferdinand, 2006). Data tersebut berasal dari jawaban-jawaban responden atas item-item yang terdapat dalam kuesioner. Peneliti akan mengolah data-data yang ada dengan cara dikelompokkan dan ditabulasikan kemudian diberi penjelasan.

### 2. Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial bertujuan untuk melakukan pengujian konsepsi yang dinyatakan dalam hipotesis penelitian (Ferdinand, 2006). Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS telah diuji coba pada data riil dan dalam simulasi (Garthwaite 1994). PLS sangat populer dalam sains eksakta, seperti bidang ilmu kimia dan kemometrika yang sering menghadapi masalah besar dalam korelasi banyak variabel dan keterbatasan jumlah observasi (Ryan & Morrison,1999).

Analisis jalur dan pemodelan hubungan kausal pertama kali dikenalkan oleh Wright pada tahun 1920-an (Wright,1921). Pada Akhir 1960-an Herman O.A. Wold mengembangkan PLS regresi untuk bidang ekonometrika yang sebelumnya telah digunakan di bidang kimia untuk studi analitikal, fisika, dan kimia klinikal (Geladi & Kowalski,1986).

Tujuan PLS adalah memprediksi pengaruh variabel x terhadap variabel y dan menjelaskan hubungan teoritikal di antara kedua variabel. PLS adalah metode regresi yang dapat digunakan untuk identifikasi faktor yang merupakan kombinasi variabel x sebagai penjelas dan variabel y sebagai variabel respon (Talbot,1997)

PLS dikembangkan pertama kali oleh Wold sebagai metode umum untuk mengestimasi *path model* yang menggunakan variabel laten dengan *multiple indikator*. Pendekatan PLS adalah *distribution free* (tidak mengasumsikan data berdistribusi tertentu, dapat berupa nominal, kategori, ordinal, interval dan rasio) (Ghozali, 2006). Lebih lanjut, Ghozali (2006) menjelaskan bahwa PLS merupakan metode analisis yang *powerful* karena tidak

mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, jumlah sampel kecil. PLS dapat juga digunakan untuk konfirmasi teori. Dibandingkan dengan *covariance based SEM* (yang diwakili oleh *software LISREL, EQS dan AMOS*) *component based PLS* mampu menghindarkan dua masalah besar yang dihadapi oleh *covariance based SEM* (CBSEM) yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy* (Fornell and Bookstein, 1982).

Terdapat 4 (empat) asumsi yang menjadi penyebab digunakannya PLS dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini keempat asumsi tersebut adalah: pertama, PLS merupakan metode analisis data yang didasarkan asumsi sampel tidak harus besar, yaitu jumlah sampel kurang dari 100 bisa dilakukan analisis, dan residual distribution. Kedua, PLS dapat digunakan untuk menganalisis teori yang belum mapan, karena PLS dapat digunakan untuk prediksi. Ketiga, PLS memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis *series ordinary least square* (OLS) sehingga diperoleh efisiensi perhitungan *olgoritma* (Falk and Miller, 1992). Keempat, pada pendekatan PLS, diasumsikan bahwa semua ukuran *variance* dapat digunakan untuk menjelaskan.

### **3. Langkah-Langkah Pengujian PLS**

#### **a. Analisis Faktor Konfirmatori**

Pada penelitian ini menggunakan variabel multidimensi, maka digunakan analisis *second order*. Analisis ini juga digunakan untuk menghitung *factor scores* variabel Daya Tarik Iklan (DT), *Kredibilitas Endorser* (KE), *Brand Awrness* (BA), dan *Brand Attitude* (BA).

#### **1. Pengukuran Model (*Outer Model*)**

*Outer Model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (Validitas Konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan) diperoleh, termasuk nilai  $R^2$  sebagai parameter ketepatan model prediksi.

*cronbach alfa Convergent validity* dari *measurement model* dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor variabelnya. Indikator dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi di atas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai *loading* >0,5 dan memiliki nilai  $t_{\text{statistik}}$  yang lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  (>1,66), sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran tersebut memenuhi validitas konvergen.

Kemudian untuk *discriminant validity* didasarkan pada nilai *cross loading* pengukuran variabel. Jika korelasi variabel dengan indikator pengukuran lebih besar daripada ukuran variabel lainnya, maka hal ini memperlihatkan bahwa variabel laten memprediksi ukuran blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap variabel dengan korelasi antar variabel lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap variabel lebih besar daripada nilai korelasi antara variabel dengan lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik atau jika nilai AVE semua sudah lebih besar dari 0,5 untuk akar AVE variabel yang satu lebih besar dari korelasi variabel yang lain.

Selanjutnya *composite reliability* blok indikator yang mengukur suatu variabel dapat dievaluasi dengan nilai *composite reliability* (pc). Dimensi dianggap reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* (pc) di atas 0,7 atau sama maknanya jika hasil *composite reliability* (pc) yang memuaskan yaitu lebih besar dari 0,7, sehingga dapat

disimpulkan bahwa seluruh blok indikator memang menjadi pengukur variabelnya masing-masing.

## 2. Model Struktural (*Inner Model*)

*Inner Model* merupakan model structural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses *bootstrapping*, parameter uji T-Statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk variabel dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance*. Bila nilai *R-square* lebih besar dari 0,2 maka dapat diinterpretasikan bahwa prediktor laten memiliki pengaruh besar pada level struktural.

### b. Goodness of Fit

*R-square model* PLS dapat dievaluasi dengan melihat *Q-square predictive relevance* untuk model variabel. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Namun, jika hasil perhitungan memperlihatkan nilai *Q-square* lebih dari 0 (nol), maka model layak dikatakan memiliki nilai prediktif yang relevan, dengan rumus:

$$Q^2=1-(1-R_1^2)(1-R_2^2)\dots(1-R_p^2)$$

**a. Pengujian Hipotesis**

Ferdinand (2006) menjelaskan bahwa ketentuan untuk dapat menerima atau menolak  $H_0$  dapat didasarkan pada perbandingan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , maka hubungan antar variabelnya signifikan dan dapat dianalisis lebih lanjut. Analisis PLS yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan program *SmartPLS* versi 2.0.M3 yang dijalankan dengan media komputer.

**Gambar 3.1** Model Analisis Second Order

