

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang ingin dijadikan penelitian adalah orang – orang yang ingin membeli keripik di Bandar Lampung.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam uraian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang dapat di hitung. Data ini diperoleh dari perusahaan tersebut dan dapat dibuktikan dengan angka – angka yang akan diolah dan dianalisa sesuai dengan metode analisis sehingga dapat terlihat hasilnya.

2. Data Kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang diperoleh dari referensi-referensi misalnya dari wawancara, internet, jurnal dan sumber-sumber lainnya yang dapat menunjang peneliti. Untuk mencari tentang produk dan sejarah data diperoleh dari internet serta brosur yang didapat dari industri rumahan keripik Pisang Ibu Merry itu sendiri.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu yang karakteristiknya hendak diketahui. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen potensial yang ingin membeli di wilayah Bandar Lampung. Dalam hal ini populasi tidak dapat diketahui jumlahnya karena populasi di sini menyangkut karakteristik masing-masing individu.

3.3.2 Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Non Probability Sampling*. *Non probability Sampling* adalah metode pengambilan sampel yang diambil berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan mendapatkan. Alasan menggunakan metode ini adalah karena jumlah populasi dan karakteristik elemen populasi tidak diketahui. Teknik Pengambilan sampel menggunakan salah satu metode *Non Probability Sampling* yaitu *Convenience Sampling* di mana anggota populasi dapat dengan mudah dipilih sebagai sampel.

Menurut Widiyanto (2008) ukuran populasi dalam penelitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti. Oleh karena itu, besar sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4 (\text{Moe})^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka $Z = 1,96$

Moe = margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Hasil perhitungan jumlah sampel dengan menggunakan rumus di atas adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (10\%)^2}$$

$n = 96,04 \approx 97$ atau dibulatkan 100.

Berarti ; jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui dua tahap, yaitu persiapan penelitian dan penelitian pokok.

1. Persiapan Penelitian

Persiapan penelitian ini dilakukan dengan cara studi kepustakaan, yaitu dengan membaca buku-buku, literatur-literatur yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

2. Penelitian Pokok

Pada penelitian pokok ini akan dilakukan dengan cara menyebar kuesioner, yaitu dengan mengajukan dan menyerahkan daftar pertanyaan yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti kepada responden (konsumen Keripik Pisang Ibu Merry).

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Terdapat dua variabel umumnya pada penelitian yaitu :

1. Variabel Bebas (*Variabel Independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang akan diteliti pengaruhnya, yaitu Efektivitas Media Papan Iklan

2. Variabel Terikat (*Variabel Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi, dalam hal ini adalah Niat Beli konsumen.

Tabel 3.1 Operasional Variabel, Indikator, Ukuran, dan Skala

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Iklan (X)	<p>Iklan adalah segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Iklan dapat dikemukakan lewat tulisan dan gambar yang menonjol dan jelas, perkataan yang menarik atau mudah diingat, dan mempunyai karakteristik tersendiri.</p> <p>Kotler dan Keller (2009:254)</p>	<p>Perhatian (<i>Attention</i>)</p> <p>-Gambar Iklan</p> <p>-Bahasa pesan</p>	<p>- Gambar yang terdapat pada papan iklan memberikan perhatian yang mendalam bagi konsumen.</p> <p>- Bahasa pesan pada papan iklan memberikan perhatian yang mendalam bagi konsumen.</p>	Ordinal

Tabel 3.1 Operasional Variabel, Indikator, Ukuran, dan Skala (Lanjutan)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Iklan (X)	<p>Iklan adalah segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Iklan dapat dikemukakan lewat tulisan dan gambar yang menonjol dan jelas, perkataan yang menarik atau mudah diingat, dan mempunyai karakteristik tersendiri.</p> <p>Kotler dan Keller (2009:254</p>	<p>Ketertarikan (<i>Interest</i>)</p> <p>-Gambar Iklan</p> <p>-Bahasa Pesan</p>	<p>-Gambar yang terdapat pada papan iklan membuat konsumen tertarik</p> <p>-Bahasa pesan yang terdapat pada papan iklan membuat konsumen tertarik</p>	Ordinal
		<p>Keinginan / Hasrat (<i>Desire</i>)</p> <p>-Gambar Iklan</p> <p>-Bahasa pesan</p>	<p>- Gambar yang terdapat pada papan iklan menimbulkan hasrat yang mendalam bagi konsumen.</p> <p>-Bahasa pesan yang terdapat pada papan iklan menimbulkan hasrat yang mendalam bagi kosnumen</p>	Ordinal
4.Niat beli (<i>Purchase Intention</i>)	<p>Niat beli merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk membeli barang atau jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhannya.</p> <p>McCarthy (2002) dalam Mustikawati (2013)</p>	<p>-Rangsangan</p> <p>-Bahasa Pesan</p>	<p>- Setelah melihat gambar pada papan iklan, konsumen akan berniat melakukan pembelian.</p> <p>- Setelah megetahui bahasa pesan pada papan iklan, konsumen akan berniat melakukan pembelian.</p>	Ordinal

3.6 Pengukuran Instrumen Penelitian

Pengukuran instrumen penelitian akan memperjelas dan mempermudah pemecahan masalah penelitian dan analisis serta interpretasi data. Alat pengukuran konsep dibedakan menjadi empat macam yaitu Nominal, Ordinal, Interval, dan Ratio. Namun, skala pengukuran digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal dengan menggunakan pengukuran skala Likert yaitu :

Jawaban Sangat Setuju (SS)	diberi bobot 5
Jawaban Setuju (S)	diberi bobot 4
Jawaban Cukup Setuju (CS)	diberi bobot 3
Jawaban Tidak Setuju (TS)	diberi bobot 2
Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi bobot 1

Instrumen penelitian (kuesioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, oleh karena itu peneliti akan melakukan kedua uji ini terhadap instrumen penelitian (kuesioner) .

3.7 Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah tingkat kehandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid bila berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang

seharusnya diukur. Pernyataan tersebut dikatakan valid apabila *factor loading* lebih besar sama dengan 0,5 (Hair *et,al.*2009:641), dengan demikian instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur. Penelitian ini menggunakan *factor analysis* untuk menguji validitasnya dengan responden awal sebanyak 30 responden, dengan keyakinan sebesar 95%.

2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas terhadap instrumen (kuesioner) dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut dapat dipercaya, handal dan akurat. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* (α) *if item delete* $< \alpha$ *cronbach* yakni $\geq 0,6$ (Hair *et al* 2009: 654).

3.8 Teknik Analisis Data

Agar dalam data tersebut tersusun dengan baik maka data tersebut harus di kumpulkan dan di analisis dengan baik. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian dalam data ini yaitu :

3.8.1 Alat Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka–angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS 20.0. Agusty Ferdinand (2006:195).

$$Y = a + b_1X + \sum$$

Keterangan :

Y = Niat Beli Konsumen

a = Konstanta

X = Keefektifan Media Papan Iklan

B = Koefisien Regresi Variabel Keripik Ibu Merry

ε = *Standard Error*

3.8.2 Alat Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif merupakan sebuah alat yang bersifat deskriptif dan tidak menggunakan menghitung dalam penerapan. Biasanya analisis kualitatif berupa sebuah kuisioner. Adapun data penelitian ini bukan angka, yang sifatnya tidak dapat dihitung berupa informasi atau penjelasan yang didasarkan pada pendekatan teoritis dan penilaian logis. Analisis kualitatif digunakan untuk memberikan gambaran secara deskriptif tentang tanggapan yang diberikan responden pada kuesioner atau pendekatan-pendekatan yang berkaitan dengan pengaruh keefektifan media papan iklan terhadap niat beli konsumen.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen, yaitu keefektifan media papan iklan (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu niat beli (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$

Dengan hipotesis :

- a. Bila nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima alternatif H_a , yang berarti ada pengaruh antara variabel *independent* dan variabel *dependent*.
- b. Bila nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 diterima dan menolak alternatif H_a , yang berarti ada pengaruh antara variabel *independent* dan variabel *dependent*.

3.9.3 Uji Asumsi Klasik Atas Pengguna Regresi Linier Sederhana

3.9.3.1 Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Cara mendeteksi apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik. Analisis ini adalah salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

3.9.3.2 Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor (VIF)* dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai VIF lebih kecil daripada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas (Santoso. 2002 : 206).

3.9.3.3. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot

dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit dan tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Santoso. 2002 : 210)

3.9.3.4 Uji Asumsi Klasik Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (D-W), dengan tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$. Apabila D-W terletak antara -2 sampai +2 maka tidak ada autokorelasi (Santoso. 2002 : 219)