

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode riset kuantitatif yang menjelaskan masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Metodologi riset kuantitatif menggunakan model survey deskriptif (Kriyantono, 2006). Jenis survey ini menggambarkan populasi yang sedang diteliti. Tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Fokus riset ini adalah perilaku yang sedang terjadi dan terdiri darisatu variabel (univariat) (Kriyantono, 2006). Jenis penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, akurat, tentang fakta dan sifat populasi atau objek tertentu.

3.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari responden penelitian dengan cara menyebarkan quisioner. Jenis quisioner atau angket yang digunakan adalah angket tertutup. Dalam penelitian untuk mengetahui efektifitas iklan “AOV” pada konsumen pengguna game AOV di pulau Sumatera dengan menggunakan *EPIC Model* angket diberikan kepada responden konsumen.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Sutrisno dalam Sugiyono (2009) bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati

2. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2009) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responde untuk dijawabnya.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2011). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para masyarakat pulau Sumatera, dengan jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 143.260.000 jiwa dan 19,09% (50 juta jiwa) dari jumlah tersebut adalah pengguna internet di pulau Sumatera (Survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dengan Kominfo pada tahun 2017), sumber (<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-1436-juta-orang/di> akses 10 Februari 2018 pukul 20.56 wib).

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Teknik yang digunakan dalam sampel ini adalah teknik *purposive sampling*, tehnik untuk menentukan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih repressentatif (Sugiyono, 2011). Dengan kriteria :

- Pemain *game* “AOV” berjumlah 100 responden

Rumus Slovin untuk menghitung ukuran sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

N : Besarnya sampel

N : Ukuran populasi

e : Persen kelonggaran ketidak telitian (10%)

Dihitung dengan menggunakan rumus Slovin:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{(1 + Ne^2)} \\ &= \frac{50.000.000}{(1 + (50.000.000 \cdot 0,01^2))} \\ &= \frac{50.000.000}{(1 + (50.000.000 \cdot 0,01))} \\ &= \frac{50.000.000}{(1 + (5.000.001))} \\ &= \frac{50.000.000}{5.000.001} \\ &= 9,99 = 100 \end{aligned}$$

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2009, p.58) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Independen

Variabel (X1) atau independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Efektivitas (X1).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian / objek yang diteliti. Secara operasional masing-masing variabel dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut:

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep variable	Konsep oprasional	Indikator	Skala ukur
Efektivitas (X ₁)	Menurut Cannon, et. al, (2009) efektivitas bergantung pada sebaikapa medium tersebut sesuai dengan sebuah strategi pemasaran yaitu, padatujuan promosi, pasar target yang ingin dijangkau, dana yang tersediauntuk pengiklanan, serta sifat dari media, termasuk siapa yang akandijangkau, dengan frekuensi	Pola kehidupan Masyarakat yang dijalani sehari-hari.	Emapti: 1. Afeksi 2. Kognisi Persuasi: 1. Perubahan kepercayaan 2. Sikap 3. Keinginan berperilaku Impact: 1. Pengetahuan produk 2. Keterlibatan Communication: 1. Kemampuan mengingat pesan 2. Pemahaman konsumen	Ordinal

	seberapa sering, dengan dampak apa, dan pada biaya berapa besar.		3. Kekuatan pesan	
--	--	--	-------------------	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Sugiyono dalam Ismail (2016) mengatakan bahwa uji validitas data digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesionair, dan suatu kuesionair dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Tinggi rendahnya validitas instrumen menggambarkan sejauh mana data yang terkumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuisisioner (angket) yang disebarluaskan secara online kepada 100 pemain game "AOV". Untuk mengukur tingkat Metode uji kevalidan yang digunakan adalah korelasi korelasi *product moment*.

Untuk mengetahui validitas kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan rumus *Product Moment* sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel

X = Skor Variabel X

Y = Skor Variabel Y

Sumber : Sugiyono (2009:190).

Prosedur pengujian :

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid

2. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
3. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atausebaliknya.

3.7.2 Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono dalam Ismail (2016) menyatakan bahwa instrumen dikatakan reliabel adalah instrumen apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Untuk mengetahui reliabilitas dan validitas data (skor) yang diperoleh dari tiap-tiap item dalam studi ini, maka dilakukan uji pendahuluan yang terhadap kuesioner kepada para responden, kemudian skor data yang diperoleh diuji reliabilitas dan validitasnya. Untuk mengetahui kemantapan atau ketepatan alat, dilakukan uji reliabilitas dengan cara menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} = Realibilitas instrumen

k = Banyaknya soal

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah skor varians item

σ^2 = Varians total

Pengujian reliabilitas melalui satu tahap yang diuji pada 100 responden. Kriteria uji dengan mengonsultasikan nilai *Alpha Cronbach*

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Kolerasi

Interval Koefisien	Interprestasi
0,800 – 1,000	Tinggi
0,600 – 0,800	Cukup
0,400 – 0,600	Agak Rendah
0,200 – 0,400	Rendah
0,000 – 0,200	Sangat Rendah

Sumber :Sugiyono (2009, p.203)

3.8 Metode Analisis Data

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2015, p.121) menyatakan bahwa analisis data adalah sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

3.8.1 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Menurut Kriyantono (Kriyantono, 2006) skala *Likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial (Sugiyono, 2010). Cara pengukuran adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pernyataan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban dari lima pilihan jawaban, dimana masing-masing jawaban memiliki nilai yang berbeda. Dalam penelitian ini digunakan pertanyaan tertutup dengan rentang skala penilaian yaitu:

Sangat Tidak Setuju	1
Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.8.2 Analisis Tabulasi Sederhana

Dalam analisis tabulasi sederhana, data yang diperoleh diolah kebentuk persentase dengan rumus:

$$P = \frac{f_i}{\Sigma} \times 100\%$$

Dimana:

P = persentase responden yang memilih kategori tertentu.

f_i = Jumlah responden yang memilih kategori tertentu.

Σf_i = banyaknya jumlah responden.

3.8.3 Skor Rata-rata

Skor jawaban responden dari pertanyaan yang diberikan, diberi bobot. Cara menghitung skor adalah dengan menjumlahkan seluruh hasil kali nilai masing- masing bobotnya dibagi dengan jumlah total frekuensi. Rumus penghitungnya:

$$X = \frac{\Sigma f_i \cdot w_i}{\Sigma f_i}$$

Dimana:

X = rata- rata berbobot

f_i = frekuensi

w_i = bobot

Setelah itu, digunakan rentang skala penilaian untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Bobot alternatif jawaban yang terbentuk dari teknik skalaperingkat terdiri dari kisaran antara 1 sampai 5 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Selanjutnya dihitung rentang skala dengan rumus sebagai berikut:

$$R_s = \frac{R(\text{Bobot})}{M}$$

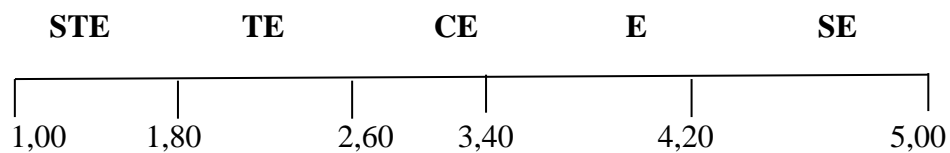
Dimana : R (bobot) = Bobot terbesar- bobot terkecil

M = Banyaknya kategori bobot

Rentang skala *Likert* yang dipakai dalam penelitian ini adalah 1 hingga 5, maka rentang skala penilaian yang didapat adalah :

$$R_s = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga posisi keputusannya menjadi:



Keterangan:

STE	=	Sangat Tidak Efektif	(masuk skala 1,00 – 1,80)
TE	=	Tidak Efektif	(masuk skala 1,80 – 2,60)
CE	=	Cukup Efektif	(masuk skala 2,60 – 3,40)
E	=	Efektif	(masuk skala 3,40 - 4,20)
SE	=	sangat efektif	(masuk skala 4,20 - 5,00)

Setiap dimensi EPIC Model akan dianalisis secara terpisah dengan menggunakan metode skor rata-rata untuk mengetahui efektifitas tiap dimensi tersebut dalam iklan “AOV” di Sosial Media Youtube yang nantinya nilai rata-rata itu akan dimasukkan dalam rentang skala posisi

keputusandari Sangat Tidak Efektif (STE) sampai dengan Sangat Efektif (SE).