

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Kuantitatif. Metode penelitian menurut sugiyono (2016) adalah ilmu yang mempelajari cara atau teknik yang mengarahkan peneliti secara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan suatu variabel.

#### **3.2. Sumber Data**

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses selama berlangsungnya penelitian. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang melihat iklan RedDoorz versi #BisaAja di Youtube.

#### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2016) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan adalah metode survey melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memuat daftar pernyataan tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pernyataan tersebut.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, pengumpulan data berdasarkan efektivitas iklan RedDoorz. Seluruh indikator penelitian akan menggunakan skala interval. Menurut anwar sanusi (2017) skala interval merupakan skala pengukuran yang menyatakan peringkat dan jarak kontruksi dari yang diukur. Skala interval tak hanya mengelompokkan individual sesuai dengan kategori tertentu dan merancang urutannya, tapi juga mengukur besarnya perbedaan preferensi di antara individu menurut sekaran,Bougie dalam jurnal Herdi Prasetyo, indira rachmawati 2016.

**Tabel 3.1 Skala Pengukuran Instrumen Kuisioner**

Penilaian	Skor	Skala
Sangat Tidak Setuju (STJ)	1	Interval
Tidak Setuju (TS)	2	
Netral (N)	3	
Setuju (S)	4	
Sangat Setuju (SS)	5	

**Sugiyono 2015**

### **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. Menurut Anwar Sanusi (2017) Populasi adalah keseluruhan kesimpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. populasi dalam penelitian ini adalah penonton iklan RedDoorz versi #BisaAja berjumlah 7.898.617 viewers di youtube.

### 3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasinya ditunjukkan oleh tingkat akurasi dan presisinya, menurut Anwar Sanusi (2017) Metode dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Berusia minimal 17 tahun, dimana pada usia ini diasumsikan responden telah mampu dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan dalam kuesioner penelitian dengan baik.
2. Pernah menonton iklan RedDoorz versi #BisaAja Minimal 3kali.
3. Berdomisili di Bandar Lampung

Penelitian ini menggunakan rumusan menentukan ukuran sampel penelitian, yang dinyatakan oleh slovin menurut Anwar Sanusi (2017) dengan batasan 10%. Rumusnya :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen Ketidaktekelitian Sampel

Berdasarkan rumus tersebut, maka sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}n &= \frac{7.898.617}{1+(7.898.617)0,1^2} \\ &= \frac{7.898.617}{1+(7.898.617).0,01} \\ &= \frac{7.898.617}{1+78.986,17} \\ &= \frac{7.898.617}{78.987,17} \\ &= 99,99\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas terdapat 99,99 responden, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dibulatkan menjadi 100 responden.

### **3.5. Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2016) 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.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah tingkat efektivitas promosi iklan RedDoorz. konsumen yang memperhatikan produk, layanan, atau iklan (Attention) dan menimbulkan ketertarikan (Interest) sehingga muncul keinginan untuk mengumpulkan informasi (Search) tentang barang tersebut kemudian menjadi sebuah keputusan untuk melakukan pembelian(Action) kemudian berbicara pada orang lain atau dengan mengirim komentar dan tayangan di internet (Sharing).

### **3.6. Definisi Operasional Variabel**

Menurut sugiyono (2017) definisi operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik.

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Konsep</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Iklan	Iklan adalah penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang dan jasa) ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat menurut (suyanto dalam Dipta Raga Pratama, Dkk 2019).	Penggunaan media bayaran oleh RedDoorz untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang dan jasa) ataupun organisasi sebagai alat promosi yang kuat.	<p>AISAS :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Attention, Kesadaran terhadap merek iklan reddorz.</li> <li>2. Interest, ketertarikan iklan reddoorz.</li> <li>3. Search, Pencarian dan pengumpulan informasi tentang reddoorz.</li> <li>4. Action, Kegiatan pembelian terhadap RedDoorz.</li> <li>5. Sharing, membagikan informasi dan pengalaman kepada orang lain setelah melakukan pemesanan hotel direddoorz</li> </ol>	Interval

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Menurut Anwar Sanusi (2017) telah ditemukan bahwa instrumen penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk menguji ketepatan item-item dalam kuesioner, apakah item-item yang ada mampu menggambarkan dan menjelaskan variabel yang diteliti. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada responden.

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

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

X = Skor Butir

Y = Skor Total Butir

N = Jumlah Sampel (Responden)

Prosedur pengujian :

1. Rumus Hipotesis

Ho = Jika Probabilitas (sig.) < a 0,05 maka Instrumen Valid

H1 = Jika Probabilita (sig.) > a 0,05 maka Instrumen tidak Valid

Pengujian Validitas Instrumen dilakukan melalui program IBM SPSS (Statistical Program and Service Solution seri 20).

2. penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan probabilitas (sig.) dengan alpha (0,05) maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

### 3.7.2 Uji Instrumen Reliabilitas

Menurut sugiono 2017. Reliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Perhitungan Reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan atau pernyataan yang sudah valid.

Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas akan digunakan teknik alpha cronbach. Uji ini digunakan untuk melihat konsistensi jawaban terhadap semua item dalam kuesioner.

Kriteria uji dilakukan dengan membandingkan nilai alpha cronbach pada interpretasi r dibawah ini :

**Tabel 3.7 Interpretasi nilai r**

<b>Koefesien r</b>	<b>Kategori</b>
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah

0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah
-----------------	---------------

Sumber : Sugiyono 2015

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Metode AISAS menggunakan empat tahapan antara lain :

#### a. Menghitung Total Nilai Harapan Penuh Masing – Masing Dimensi

Berikut perhitungan total nilai harapan penuh dalam penelitian ini :

$$X_n = \text{Nilai Max} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times 100$$

#### b. Menghitung Total Nilai Masing-Masing Dimensi

Berikut perhitungan total nilai masing-masing dimensi dalam penelitian ini :

$$(b_1 \times n_1) + (b_2 \times n_2) + (b_3 \times n_3) + \dots (b_n \times n_n)$$

#### c. Menghitung Efektivitas Masing – Masing Dimensi

Berikut perhitungan efektivitas masing – masing dimensi dalam penelitian ini :

$$X = \frac{\text{Total Nilai}}{\text{Total Nilai Harapan Penuh}} \times 100\%$$

#### d. Menghitung Range

Range adalah acuan yang digunakan untuk melihat tingkat jawaban/kriteria jawaban rata-rata responden yang dibagikan kuesioner. Menurut Paulus dalam Ida Ayu Pradnya Maha Dewi (2016) tingkat jawaban rata-rata responden dibagi menjadi lima tingkat sebagai berikut :

Tabel 3.4 Tingkat Jawaban Rata-Rata

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0 – 20%	Buruk
21 – 40%	Menengah
41 – 60%	Rata-rata
61 – 80%	Baik
81 – 100%	Istimewa