

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif (hubungan). Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal yaitu hubungan sebab akibat. (Sugiyono, 2013:p11). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistika yang digunakan untuk menguji Variabel X (iklan di media social youtube) terhadap Y (minat menggunakan aplikasi ruang guru).

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengelolaan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. 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 kuisisioner yang dibagikan kepada pelajar yang menggunakan aplikasi ruang guru.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2013:187) Dalam penelitian ini akan digunakan teknik dalam pengumpulan data yaitu Penelitian Lapangan (*Field Research*). Metode ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan peneliti memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut dapat di peroleh dengan cara kuesioner, yaitu mengadakan pengumpulan data dengan membagikan kuisisioner kepada responden yaitu pelajar yang menggunakan aplikasi ruang guru mengenai hal-hal yang terkait dengan penelitian tentang pengaruh iklan di media social (youtube) terhadap minat menggunakan aplikasi ruang guru. Diukur secara khas pada sebuah skala likert dengan ketentuan:

Tabel 3.1 Instrument Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2013, p.87).

3.4 Populasi dan Sample

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:119) mendefinisikan populasi sebagai berikut populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas tertentu yang di terapkan penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMAN dan Swasta sebanyak 50,840 orang di Bandar Lampung (Sumber : <https://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id>).

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2013:120). Dalam penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu penentu sampel berdasarkan kriteris tertentu. Berikut ini merupakan kriteria pengambilan sampel yaitu :

1. Merupakan siswa aktif SMA Negeri maupun Swasta di Bandar Lampung
2. Siswa tersebut menggunakan aplikasi Ruang Guru

Penelitian menggunakan rumusan penentu ukuran sampel yang dinyatakan oleh *Slovin* (Husien Umar, 2013) dengan batas kesalahan 10%. Rumus menghitung ukuran sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n :Besarnya sampel

N :Ukuran populasi

e : Persen kelonggaran ketidak telitian

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel adalah :

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

$$n = \frac{50.840}{1 + 50.840 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{50.840}{1 + 50.840 (0,01)}$$

$$n = \frac{50.840}{509,40}$$

n = 99,80= 100 (dibulatkan) responden.

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 100 sampel.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:63). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah iklan di media social (youtube) dan minat menggunakan aplikasi ruang guru.

3.6 Operasional Variabel

Tabel 3.1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
Iklan di media social (youtube) (X)	Merupakan media informasi yang dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat khalayak, orisinal, serta memiliki karakteristik tertentu dan persuasif sehingga para konsumen atau khalayak secara suka rela terdorong untuk melakukan suatu tindakan sesuai yang diinginkan pengiklan.	1. Attention 2. Interest 3. Desire 4. Action Hanna,dkk (2019)	Interval
Minat menggunakan aplikasi ruang guru (Y)	Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler dan Keller 2014 : 215).	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif Hanna,dkk (2019)	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Menurut Willy Abdillah & Jogianto (2015 p.71), Validitas adalah alat ukur yang digunakan dalam pengukuran, dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk menguji ketepatan item-item dalam kuesioner, apakah item-item yang ada mampu menggambarkan dan menjelaskan variable yang diteliti. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuesioner (angket) yang langsung diberikan kepada

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

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

Dimana:

r = Korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian :

Rumus Hipotesis

- Ho = Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
- H₁ = Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid

Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program **IBM SPSS** (*Statistical Program and Service Solution seri 20*).

3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran ataupun alat pengukur kehandalan. Reabilitas menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran dengan alat ukur dapat di percaya dan hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali dan hasilnya juga akan serupa. Pada penelitian ini uji reliabilitas instrument dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik *coefficient alpha* yaitu mengukur dua atau lebih konsep yang sama pada waktu yang bersamaan. Uji reabilitas menggunakan Rumus *alfa cronbach*, dengan rumus berikut :

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

Dimana:

r_{11} = Reabilitas instrument

k = Banyaknya soal

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

σ_i^2 = Varians total

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r *alpha crombach* pada interpretasi r dibawah ini :

Tabel 3.2 Nilai r Korelasi *Product Moment*

Koofisien nilai r	Kategori
0,8000 - 1,0000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber : Sugiyono (2016 p.87).

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal diambil dari populasi normal. Alat uji yang digunakan adalah *Kolmogorov smirnov* hal ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan baku dan mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membuat hipotesis
Ha : data berdistribusi normal
Ho : data berdistribusi tidak normal
2. Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai α sebesar 0,05 (5%)
 - a. Jika nilai *asympt sig KS* $\geq \alpha$ (0,05) maka tolak Ho terima Ha
 - b. Jika nilai *asympt sig KS* $\geq \alpha$ (0,05) maka terima Ho tolak Ha
3. Menggunakan program SPSS 20 untuk uji normalitas
4. Menentukan kesimpulan dengan membandingkan probabilitas dan hipotesis

3.8.2 Uji Homogenitas

Menurut Sugiyono (2013), Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak. Uji homogenitas pada penelitian ini penulis menggunakan uji test *homogeneity of variances* dengan program **IBM SPSS 20**.

Prosedur pengujian :

1. Rumusan Hipotesis:

- a. H_0 : Varians populasi adalah homogen
- b. H_1 : Varians populasi adalah tidak homogen.

2. Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika probabilitas (Sig) < 0.05 maka (Alpha) H_0 ditolak
- b. Jika probabilitas (Sig) > 0.05 maka (Alpha) H_0 diterima.

3.8.3 Uji Linieritas

Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah nilai regresi yang diperoleh dapat dijadikan patokan dalam pengambilan keputusan dan berarti serta bermakna pada kesimpulan yang akan ditetapkan.

Rumusan Hipotesis

H_0 = Model regresi berbentuk linear

H_1 = Model regresi tidak berbentuk linear

Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu :

- a. Jika probabilitas (sig.) $> 0,05$ maka H_0 diterima.
- b. Jika probabilitas (sig.) $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

3.9 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013) metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.9.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk melakukan pengujian pengaruh antara satu variabel independen dan satu variabel dependen yaitu iklan di social media (youtube) (X) terhadap Minat menggunakan aplikasi ruang guru (Y) dan dalam perhitungannya peneliti menggunakan bantuan program **IBM SPSS 20**. persamaan regresi linier berganda (Rambat Lupioadi, 2015:152).

$$Y = \alpha + bx_1 + e$$

Keterangan

Y = Minat menggunakan aplikasi ruang guru

b = Koefisien Regresi

X= Iklan di social media (youtube)

e= Standar Deviasi

3.9.2 Uji t

Pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent secara individual (parsial) terhadap variabel dependent. Pengujian ini dilakukan dengan uji-t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut: (Ghozali, 2011: 178).

H_0 : apabila $p\text{-value} > 0,05$, maka H_0 diterima.

H_a : apabila $p\text{-value} < 0,05$, maka H_a diterima

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria bila t hitung $>$ t tabel maka menolak H_0 dan menerima H_a . Artinya ada pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen dengan derajat keyakinan yang digunakan 5%. Atau dengan melihat nilai dari signifikansi uji t masing-masing variabel, jika nilai signifikansi $<$ $0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa menolak H_0 dan menerima H_a .

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antar masing- masing pengamatan.