

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang diteliti adalah pengaruh iklan televisi maskapai penerbangan Citilink terhadap keputusan pembelian di masyarakat Kelapa gading. Peneliti memfokuskan pada elemen-elemen kreatifitas iklan maskapai penerbangan Citilink. Sedangkan untuk subyek penelitian adalah Masyarakat Kelapa Gading, Jakarta Utara yang sudah menonton iklan televisi maskapai penerbangan Citilink.

Dalam penyayangan iklan maskapai penerbangan Citilink, iklan ini tidak menggunakan bentuk iklan dalam mempromosikan jasa maskapainya, melainkan dengan menggunakan *action figure* biasa dan kreatifitas iklan yang bagus, baik dalam suara, musik, gerakan, kata – kata, dan emosional yang ada pada iklan tersebut sehingga menarik para khalayak dan tidak membuat penaruh dalam menyaksikan tayangan iklan jasa maskapai penerbangan Citilink.

Peneliti ingin memfokuskan kepada masyarakat Kelapa Gading mengenai iklan Citilink apakah iklan tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa maskapai penerbangan Ciililink yang dimana didalam iklan tersebut mengandung unsur – unsur kreatifitas iklan yang dapat mempersuasi khalayak.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei, dimana data yang dikumpulkan berdasarkan hasil kuesioner. Kuesioner ini akan disebarakan kepada sekelompok orang yang diambil dalam suatu populasi tertentu (sampel). Menurut Kriyantono (2008: 59) metode survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya, dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei deskriptif, yaitu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, ataupun suatu peristiwa yang terjadi saat ini yang digambarkan secara sistematis mengenai fakta – fakta yang ada menurut Adhlin Thea (2013, diakses pada 26 Agustus 2014). Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti merasa bahwa ini adalah cara yang paling tepat untuk mengetahui sikap masyarakat Kelapa Gading, Jakarta Utara terhadap meningkatnya keputusan pembelian dari iklan televisi maskapai penerbangan Citilink dalam penggunaan jasa penerbangan Citilink.

## C. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*). Menurut Kriyantono (2008: 21) mengatakan bahwa :

Variabel bebas (X) adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya, variabel ini secara sistematis divariasi oleh periset” sedangkan

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel ini diobservasi dan nilainya diasumsikan tergantung pada efek dari variabel pengaruh. Dengan kata lain, variabel tergantung adalah apa yang periset inginkan untuk dijelaskan”



Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah iklan televisi maskapai penerbangan Citilink dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian masyarakat Kelapa Gading. Variabel-variabel tersebut akan dijabarkan menjadi sub-variabel, lalu kemudian akan dijabarkan kembali menjadi indikator, dan dijabarkan lagi secara lebih rinci menjadi sebuah instrumen yang akan berkaitan langsung dengan kuesioner penelitian.

**Tabel 3.1**

**Tabel Operasional Variabel**

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMENT
<b>Iklan Televisi maskapai penerbangan Citilink (Variabel Independent) X</b>	Kreatifitas Iklan  Televisi	Musik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan musik yang menarik.</li> <li>- Menggunakan suara dan irama yang bagus.</li> <li>- Penggunaan aliran musik pop dan <i>easy listening</i>.</li> </ul>
		<i>Seen Words</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penggunaan kata – kata yang kreatif.</li> </ul>



	Gambar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Penggunaan kata – kata yang mudah dipahami oleh khalayak.</li><li>- Penggunaan kata – kata yang mudah diingat.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Unsur gambar yang menarik perhatian.</li><li>- Penggunaan gambar yang kreatif.</li><li>- Penggunaan gambar sesuai dengan produk yang ditawarkan.</li></ul>
<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:<ol style="list-style-type: none"><li>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</li><li>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</li></ol></li><li>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</li></ol>			



<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p><b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian</b></p>
<p><i>Heard Words</i></p>	<p>Warna</p>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Suara yang digunakan terdengar dengan jelas.</li><li>- Penggunaan suara yang mudah dipahami oleh khalayak.</li><li>- Penggunaan suara yang mendorong khalayak untuk mencoba.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Penggunaan warna yang sesuai dengan produk yang ditawarkan.</li><li>- Unsur warna yang menarik untuk dilihat.</li><li>- Penggunaan komposisi warna</li></ul>



			yang unik.
		Gerakan	<ul style="list-style-type: none"><li>- Penggunaan aktor atau aktris yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap produk.</li><li>- Alur cerita yang dapat mempengaruhi emosional konsumen.</li><li>- Alur cerita yang berbeda dengan iklan maskapai penerbangan lainnya.</li></ul>
<b>C</b>	<b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b>		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p><b>Keputusan pembelian masyarakat Kelapa Gading (Variabel Dependent) Y</b></p> <p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:             <ol style="list-style-type: none"> <li>Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</li> <li>Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</li> </ol> </li> <li>Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</li> </ol>	<p><i>Attention, Interest, Desire, and Action</i></p> <p>(AIDA)</p>	<p><i>Attention</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Iklan Citilink menarik perhatian konsumen.</li> <li>- Iklan Citilink berbeda dengan iklan lain.</li> <li>- Iklan Citilink memiliki ide yang kreatif.</li> </ul>	<p><i>Interest</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Iklan Citilink tidak membosankan.</li> <li>- Iklan Citilink menarik untuk ditonton.</li> <li>- Iklan Citilink berbeda dengan iklan maskapai penerbangan</li> </ul>
--	---	--	--



		lainnya.
	<i>Desire</i>	- Iklan Citilink mendorong seseorang untuk mencoba
		- Iklan Citilink dikemas secara berbeda dengan iklan maskapai lainnya.
		- Iklan Citilink menyiratkan kemudahan dalam memperoleh produk.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. ~~Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.~~
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





<p><b>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan data sumber:  a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>		<i>Action</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iklan Citilink perlu dicoba.</li> <li>- Iklan Citilink memiliki daya tarik untuk diperoleh</li> <li>- Iklan Citilink mendorong konsumen untuk mencoba.</li> </ul>
--	--	---------------	--

### D Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data, jika kegiatan pengumpulan data ini tidak di rancang dengan baik atau bila salah dalam pengumpulan data maka data yang diperoleh pun tidak sesuai dengan permasalahan penelitian, Kriyantono (2008: 93). Dimana penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner.

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian dalam melakukan riset lapangan. Menurut Kriyantono (2008: 97) kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuannya adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu



masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh iklan televisi Citilink terhadap keputusan pembelian di masyarakat Kelapa Gading. Kuesioner ini akan disebarluaskan langsung oleh peneliti, adapun jenis kuesioner yang akan dibagikan adalah kuesioner tertutup dengan penggunaan skala Likert, disini responden hanya diminta untuk mengisi jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

### E. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas (*Non-Probability Sampling*). Menurut Kriyantono (2008: 158) non-probabilitas adalah sampel tidak melalui teknik random (acak), semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel disebabkan oleh pertimbangan – pertimbangan tertentu.

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan salah satu teknik *sampling* non-probabilitas. Menurut Kriyantono (2008: 158), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel.

Penelitian ini mengambil sampel pada wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara dengan menggunakan populasi penduduk Kelapa Gading sendiri yang berjumlah 154.692 orang, data ini diambil dari Badan Pusat Statistik (*BPS*). Dalam *BPS* diperlihatkan bahwa wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara terbagi dalam tiga kecamatan, yaitu: Kelapa Gading Barat dengan populasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Paten Dituntutkan  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



54.377 orang, Kelapa Gading Timur dengan populasi 41.103 orang, dan Pegangsaan Dua dengan populasi 59.212 orang. Penelitian ini akan dilakukan di Kelapa Gading secara keseluruhan

dengan populasi 154.692 orang.

Peneliti menggunakan rumus penghitungan sampel Yamane untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil. Menurut Kriyantono (2008 : 164) rumus Yamane ini digunakan untuk populasi yang besar yang didapat dari pendugaan proporsi populasi. Dengan memasukkan jumlah populasi dan nilai presisi sebesar 10% kedalam rumus Yamane dengan tingkat kepercayaan 90%, maka didapati jumlah sampel sebesar 99,93 dan dibulatkan menjadi angka 100 responden untuk wilayah Kelapa Gading , Jakarta Utara.

**Rumus Yamane :**

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Keterangan :

n = sampel

N = Populasi

d = Nilai Presisi yang diinginkan (Peneliti menggunakan 10%)



Gambar 3.1

Jumlah Populasi Masyarakat Kelapa Gading

No	Kelurahan	Penduduk				Rumahtangga		Rata rata Penduduk per Rumah tangga	Kepadatan Penduduk per km2	
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	%	Sex Rasio	Jumlah			%
1.	KELAPA GADING BARAT	25.490	28.887	54.377	35.15	88.24	14.577	35.61	3.73	12.000.57
2.	KELAPA GADING TIMUR	18.954	22.149	41.103	26.57	85.57	10.323	25.22	3.98	7.746.81
3.	PEGANGSAAN DUA	28.607	30.605	59.212	38.28	93.47	16.032	39.17	3.69	9.422.36
TOTAL KELAPA GADING		73.051	81.641	154.692	100.00	89.48	40.932	100.00	3.78	9.595.56

Penghitungan rumus Yamane untuk populasi responden wilayah Kelapa Gading, Jakarta

Utara sebagai berikut:

$$n = \frac{154.692}{154.692 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{154,692}{1.547,92}$$

$$n = 99,93$$

Jadi dari penghitungan diatas maka peneliti mendapatkan angka 99,93 dan dibulatkan menjadi angka 100 responden untuk wilayah Kelapa Gading , Jakarta Utara.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## F. Teknik Analisis Data

Pada tahap teknik analisis data, peneliti membaca data melalui proses pengkodean data sehingga mempunyai makna, proses pengkodean ini mencakup proses mengatur data, mengorganisasikan data ke dalam suatu pola kategori menurut Kriyantono (2008 : 167). Data riset pada penelitian kuantitatif berbentuk angka-angka, maka analisis datanya berupa penghitungan melalui uji statistik.

Menurut Kriyantono (2008: 169) analisis data kuantitatif dikenal dua macam statistik, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan pada riset deskriptif yang berupaya menggambarkan gejala atau fenomena dari satu variabel yang diteliti tanpa berupaya menjelaskan hubungan-hubungan yang ada. Sedangkan statistik inferensial digunakan pada riset eksplanatif, yaitu riset yang bertujuan menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan statistik deskriptif, dimana data dikumpulkan melalui hasil kuisisioner yang telah diisi oleh responden yang kemudian akan diolah untuk dapat peneliti analisis dan diketahui hubungan antara variabel yang ada. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan beberapa metode analisis, yaitu:

### 1. Uji Validitas

Menurut Priyatno (2010 : 90), validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian peneliti lakukan terhadap 30 responden (pra-kuesioner), untuk mengetahui apakah dari setiap

Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pertanyaan yang peneliti cantumkan sudah valid. Peneliti menggunakan rumus Korelasi Pearson *Product Moment* untuk mengetahui derajat kekuatan hubungan.

### Rumus Korelasi Pearson *Product Moment* :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r = Korelasi *Product Moment*

n = Jumlah individu sampel

x = Jumlah skor dari setiap butir pertanyaan dari kuesioner

y = Total skor dari setiap butir pertanyaan (skor total)

Hasil dari r-hitung kemudian akan dibandingkan dengan r-tabel dengan *alpha* atau tingkat kepercayaan sebesar 5% (0.05) dari tabel r *product moment*. Jika r hitung  $\geq$  r tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid, begitupun sebaliknya jika r hitung  $<$  r tabel maka pertanyaan dianggap tidak valid. Suatu item dianggap valid apabila memenuhi syarat minimum dengan perolehan r = 0,361 yang diperoleh dari r tabel dengan signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah data (n) = 30.



## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut dilakukan berulang kali, menurut Priyatno (2010 : 97). Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan, dan tetap.

Menurut Kriyantono (2008 : 143) suatu alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali oleh peneliti yang sama atau oleh lainnya. Peneliti melakukan pengujian terhadap 30 responden untuk mengetahui apakah data yang didapat sudah reliabel. Pengujian Reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (Priyatno; 2008: 25). Rumusnya adalah sebagai berikut:

**Rumus Cronbach Alpha :**

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k - 1)} \right] \left[ 1 - \frac{(\sum \sigma_1^2)}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_1^2$  = Varians total

$\sum \sigma_1^2$  = Jumlah varian butir

Suatu variabel dinyatakan reliabel jika memenuhi kriteria reabilitas seperti 0.6.

Menurut Sekaran (dalam Priyatno, 2008 : 98), juga menyatakan bahwa reliabilitas yang <



0,6 adalah kurang baik, sedangkan reliabilitas 0,7 dapat diterima dan > 0,8 adalah baik.

Dalam pengujian validitas dan reliabilitas tersebut, peneliti akan menggunakan program

SPSS.

### 3. Skala Likert

Menurut Sarwono (2012 : 72), Skala pengukuran sikap Likert atau banyak dikenal sebagai skala Likert, digunakan untuk mengukur sikap responden dalam memberikan tanggapan terhadap pertanyaan atau masalah yang diberikan kepada yang bersangkutan dalam suatu riset. Sikap dalam skala Likert Biasanya mulai dari yang paling positif, netral, sampai kepada yang paling negatif, dalam bentuk sebagai berikut .

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Kriteria	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Biasa Saja	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5





**Rumus untuk rentang skala penilaian adalah:**

$$\begin{aligned} \text{Rentang skala (I)} &= \frac{\text{Bobot Terbesar} - \text{Bobot Terkecil}}{\text{Skala Bobot}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Keterangan:

I (rentang skala) = Interval

Batas bawah = 1

Batas atas = 5

Jadi, Interval = 0,8

Dalam perolehan hasil nilai interval sebesar 0,8. Maka indikator untuk masing-

masing variabel yang diteliti peneliti adalah:

**Tabel 3.3**  
**Rentang Nilai**

Skor	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

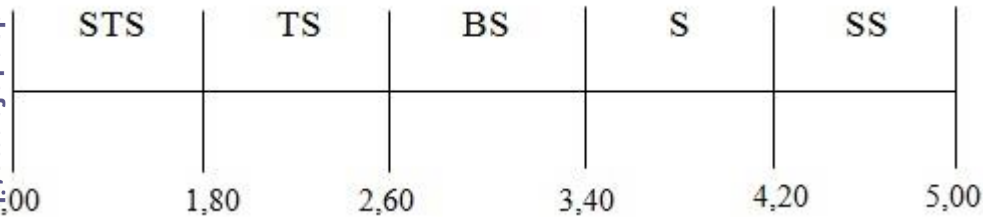
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2, 61 – 3, 40	Biasa Saja
3, 41 – 4, 20	Baik
4, 21 – 5, 00	Sangat Baik

Gambar 3.2

### Rentang Nilai Dalam Bentuk Gambar



#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Priyatno (2010 : 71) berguna untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*, dimana suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar daripada 0,5.

#### 5. Uji Linieritas

Uji ini menurut Priyatno (2010 : 73) bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dilakukan pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

## 6. Uji Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Uji Regresi Linier Sederhana untuk melihat hubungan antar dua variabel, serta untuk melihat dampak variabel terikat pada variabel bebas yang diteliti dan seberapa besar dampak tersebut. Dimana variabel terikat dalam penelitian ini adalah kreatifitas iklan televisi Citilink, dan variabel bebasnya adalah keputusan pembelian.

Secara lebih spesifik, menurut Priyatno (2010 : 55) analisis regresi linier sederhana adalah untuk melihat hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui arah hubungan, apakah positif atau negatif. Uji ini dilakukan juga untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Dalam mengukur tingkat signifikansi biasanya digunakan 0,05. Tingkat signifikansi adalah probabilitas kesalahan tipe I, yaitu kesalahan menolak hipotesis ketika hipotesis itu benar. Tingkat kepercayaan pada umumnya sebesar 95%, yang dimaksud dengan tingkat kepercayaan adalah tingkat dimana 95% nilai sampel akan mewakili nilai populasi dimana sampel berasal.



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Rumus regresi linear sederhana** sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

$Y'$  = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

$X$  = Variabel independen

$a$  = Konstanta (nilai  $Y'$  apabila  $X = 0$ )

$b$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.