



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah Elevenia. Dasar pertimbangan dipilihnya Elevenia karena Elevenia adalah pendatang baru dalam dunia situs belanja *online* (terhitung dua tahun per tanggal 19 Maret 2014), namun Elevenia mampu menempati posisi *TOP-20* sebagai situs yang terbanyak di akses oleh penduduk Indonesia dengan urutan ke-19 berdasarkan data dari situs alexa (2016, diakses pada 15 Agustus 2016).

Elevenia juga menduduki peringkat tiga sebagai situs belanja online yang menghabiskan dana terbesar dalam belanja iklan televisi. Berdasarkan data yang di dapatkan oleh Wijaya (2016, diakses pada 15 Agustus 2016), Elevenia mengeluarkan total dana sebesar Rp 97 miliar untuk membeli 3.306 titik iklan di televisi nasional pada awal tahun 2016. Elevenia juga kreatif dalam menentukan artis lokal yang sedang naik daun sebagai *celebrity endorser*-nya, salah satunya adalah Raisa Andriana.

Peneliti merasa tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh pesan iklan televisi Elevenia tersebut terhadap sikap pembelian pada konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi konsumen adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Hal ini dikarenakan mahasiswa Program Studi Manajemen memiliki keterkaitan yang lebih kuat terhadap hal-hal yang berhubungan dengan pemasaran dan pembelian.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma sederhana dan metode penelitian survei. 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.

Menurut Sugiyono (2012: 13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Kriyantono (2008: 55) riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan dengan mementingkan kedalaman data atau analisis, lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.

Penelitian bersifat eksplanatori, penelitian eksplanatori adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penelitian eksplanatori atau eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel. Melalui penelitian eksplanatori, dapat diketahui bagaimana korelasi antara dua atau lebih variabel baik pola, arah, sifat, bentuk, maupun kekuatan hubungannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Penelitian ini menggunakan statistik *inferensial*, menurut Sugiyono (2012:

207) statistik *inferensial (probabilitas)* adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik ini akan cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara random. Statistik ini disebut statistik probabilitas, karena kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel itu kebenarannya bersifat peluang (*probability*).

Peneliti mengumpulkan hasil pemikiran para responden menggunakan kuesioner yang akan disebar dan akan dihitung menggunakan SPSS. Ketika hasil perhitungan dan pengumpulan dari kuesioner telah selesai, peneliti dituntut untuk membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variable yang diteliti (pesan iklan dan sikap pembelian), yang pada akhirnya akan mendapatkan hasil *solid* yang akan menjelaskan hubungan pengaruh pesan iklan televisi situs belanja *online* Elevenia terhadap sikap pembelian.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012: 58), variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Tinggi, berat badan, sikap, motivasi, kepemimpinan, disiplin kerja, merupakan atribut-atribut dari setiap orang. Berat, ukuran, bentuk, dan warna merupakan atribut-atribut dari obyek. Bahan baku, keuntungan adalah merupakan contoh variabel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat dirumuskan bahwa variabel

penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dapat dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono 2012: 59). Dalam mencari pengaruh pesan iklan terhadap sikap pembelian, variabel bebasnya adalah pesan iklan televisi situs belanja online Elevenia (X). Dalam hal ini, pesan iklan diukur dengan empat dimensi, yaitu dimensi isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan gaya pesan.

Dimensi isi pesan melihat bagaimana iklan Elevenia menggunakan bahasa yang baik dan benar sehingga mudah dipahami, bagaimana iklan Elevenia menggunakan kata-kata yang kreatif dalam mengiklankan situs belanja Elevenia, kejelasan isi pesan iklan Elevenia dalam menyampaikan keunggulan-keunggulannya, apakah iklan memberikan informasi yang memudahkan dalam pengaplikasian situs belanja Elevenia, serta tema dan ilustrasi cerita yang menarik.

Dimensi struktur pesan melihat apakah penyampaian pesan logis dan tidak berlebihan, mudah dicerna, penyajian pesannya memiliki alur cerita yang mengalir dan teroganisir dengan baik, serta bagaimana penyajian pesan iklan Elevenia jelas dalam mengarahkan audiens untuk melakukan transaksi pembelian pada situs tersebut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dimensi format pesan melihat bagaimana iklan situs belanja Elevenia menggunakan gambar dan warna yang menarik perhatian, bagaimana iklan situs belanja Elevenia menggunakan teknologi animasi yang menarik dan unik, penggunaan musik yang menarik dan enak di dengar dalam menyajikan iklannya, menampilkan artis *endorser* yang menarik, serta bagaimana desain iklan Elevenia memiliki kualitas suara yang bagus sehingga dapat didengar dengan jelas oleh audiens.

Dimensi gaya pesan melihat bagaimana iklan situs belanja *online* Elevenia memperhatikan pemakaian kata-kata yang mudah dicerna oleh audiens, mudah dimengerti, serta bagaimana pemakaian kata-kata dalam pesan iklan situs belanja *online* Elevenia mempersuasi audiens untuk bertransaksi di Elevenia.

Tabel 3.1
Matriks Instrumen Variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Item/Pengukuran	Skala
Pesan Iklan (variabel <i>independen</i> / X)	Isi Pesan (X ₁)	1. rangkaian informasi mengenai suatu hal yang akan disampaikan	a. Iklan menggunakan bahasa yang baik dan benar sehingga mudah dipahami b. Iklan menggunakan kata-kata yang kreatif c. Isi pesan menyampaikan keunggulan-keunggulannya d. Iklan memberikan informasi yang jelas e. Iklan menggunakan tema dan ilustrasi cerita yang menarik	Ordinal
	Struktur Pesan	2. susunan pesan yang memuat bagaimana cara penyampaian	a. Penyampaian pesan logis dan tidak berlebihan b. Pesan mudah dicerna c. Penyajian pesan memiliki alur cerita yang mengalir	Ordinal

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

	(X ₂)	pesan secara logis yang disampaikan melalui ketepatan penayangan iklan	<ul style="list-style-type: none"> d. Penyajian pesan teroganisir dengan baik e. Penyajian pesan mampu mengarahkan audiens untuk melakukan transaksi pembelian (mempersuasi) 	
	Format Pesan (X ₃)	3. Susunan pesan yang memuat bagaimana cara penyampaian pesan secara simbolik, maksudnya disampaikan melalui musik, warna, kata-kata, ilustrasi gambar dan lain-lain	<ul style="list-style-type: none"> a. Iklan menggunakan gambar dan warna yang mampu menarik perhatian audiens b. Iklan menggunakan teknologi animasi yang menarik dan unik c. Iklan menggunakan musik yang menarik dan enak untuk didengarkan d. Iklan menampilkan <i>celebrity endorser</i> yang menarik e. Desain iklan memiliki kualitas suara yang bagus sehingga dapat didengar dengan jelas 	Ordinal
	Gaya Pesan (X ₄)	4. Bagaimana sebuah iklan disajikan melalui tata bahasa	<ul style="list-style-type: none"> a. Pemakaian kata-kata yang mudah dicerna oleh audiens b. Pemakaian kata-kata dalam pesan iklan mudah dimengerti c. Pemakaian kata-kata dalam pesan iklan mempersuasi audiens untuk bertransaksi di situs belanja Elevelia 	Ordinal

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuan. Variabel terikat menurut Sugiyono (2012: 59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah sikap pembelian konsumen (Y), variabel terikat ini dijabarkan lagi menjadi 3 (tiga) buah dimensi atau sub variabel sikap menurut Schiffman dan Kanuk (2007: 224-228), antara lain:

- a. Kognitif (Y_1), Komponen Kognitif merupakan pengetahuan dan persepsi yang diperoleh berdasarkan kombinasi pengalaman langsung dengan obyek sikap dan informasi yang berkaitan dari berbagai sumber. Pengetahuan dan persepsi seseorang akan diaktualisasikan dalam suatu bentuk kepercayaan terhadap sifat tertentu yang dimiliki oleh suatu obyek
- b. Afektif (Y_2), Emosi atau perasaan konsumen mengenai produk atau merek tertentu merupakan komponen afektif dari sikap tertentu. Emosi dan perasaan dinilai memiliki sifat yang sangat evaluatif, yaitu mencakup sejauh mana seseorang memberi penilaian terhadap obyek pembentukan sikap secara langsung dan menyeluruh.
- c. Konatif (Y_3), Komponen konatif berhubungan dengan kemungkinan atau kecenderungan bahwa individu akan melakukan tindakan khusus untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap obyek pembentuk sikap tertentu. Dalam riset pemasaran dan konsumen, komponen konatif sering dianggap sebagai pernyataan maksud konsumen untuk membeli.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.2
Matriks Instrumen Variabel Y

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item/Pengukuran	Skala
Sikap Pembelian Konsumen (variabel dependen/ Y)	Aspek Kognitif (Y ₁)	1. Pemikiran tentang Elevenia yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dari terpaan iklan	<ul style="list-style-type: none"> a. Iklan yang ditayangkan memberikan pengetahuan tentang bagaimana cara berbelanja melalui situs <i>online</i>. b. Iklan yang ditayangkan memberikan informasi mengenai barang-barang yang dijual. c. Iklan menunjukkan bahwa Elevenia adalah situs belanja online yang bagus dan terpercaya. 	Ordinal
	Aspek Afektif (Y ₂)	2. Perasaan yang terbentuk di dalam diri konsumen tentang Elevenia melalui terpaan iklan	<ul style="list-style-type: none"> a. Perasaan yang terhibur muncul setelah menonton iklan Elevenia b. Rasa penasaran terhadap Elevenia setelah menonton iklan Elevenia c. Perasaan positif mengenai Elevenia d. Perasaan suka dengan Elevenia 	Ordinal
	Aspek Konatif (Y ₃)	3. Keinginan untuk melakukan transaksi pembelian di Elevenia	<ul style="list-style-type: none"> a. Munculnya keinginan untuk melakukan transaksi pembelian di Elevenia b. Munculnya keinginan untuk melakukan pembelian lagi c. Munculnya keinginan untuk mempromosikan Elevenia kepada teman atau keluarga untuk berbelanja di Elevenia 	Ordinal

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

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.



D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2008:93), dalam riset kuantitatif dengan teknik komunikasi, dikenal 2 (dua) teknik pengumpulan data yaitu kuesioner dan wawancara. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Menurut Sugiyono (2012: 199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Dalam penelitian ini pemberian kuesioner dilakukan secara langsung kepada responden.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Untuk memperoleh efisiensi baik dari segi waktu, tenaga, maupun biaya maka untuk memperoleh suatu informasi mengenai suatu populasi cukup hanya sebagiannya saja atau disebut sampel. Menurut Siagian (2001:4), sampel adalah sebagian dari populasi yang ingin diteliti, yang ciri-ciri dan keberadaannya diharapkan mampu mewakili atau menggambarkan ciri-ciri dan keberadaan populasi yang sebenarnya.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2012: 129), ukuran sample yang layak dalam sebuah penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2012: 130), *probability sampling* adalah teknik sampling yang memberi peluang sama kepada anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



sampel. Cara demikian sering disebut dengan random sampling atau cara pengambilan sampel secara acak.

Penelitian ini mengambil sampel pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta Utara dengan menggunakan populasi jumlah mahasiswa program studi Manajemen angkatan 2013-2014 yang berjumlah 272 orang, data ini diambil dari Bagian Akademik dan Keuangan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Alasan melakukan penelitian di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dikarenakan ruang lingkupnya yang tidak terlalu luas sehingga memudahkan peneliti untuk menentukan responden yang sesuai dengan kriteria.

Sampel yang diambil berdasarkan *purposive sampling* harus berdasarkan kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti. Kriteria *purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Responden merupakan mahasiswa atau mahasiswi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie program studi Manajemen angkatan 2013-2014.
2. Responden mengetahui dan pernah melihat iklan situs belanja online Elevenia.

Karena jumlah populasinya telah diketahui maka digunakan rumus Slovin untuk mendapatkan ukuran sampel. Berikut adalah rumus Slovin yang dikutip dari Kriyantono (2006:164):

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = Nilai presisi yang diinginkan (Peneliti menggunakan nilai presisi sebesar 10%).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ketika menggunakan rumus Slovin, peneliti menetapkan taraf keyakinan

(*confidence level*) sebesar 90% dan taraf signifikansi toleransi kesalahan sebesar

10% atau 0,1 terhadap hasil penelitian. Berikut hasil penghitungan peneliti dengan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang ideal dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penghitungan dengan rumus Slovin, peneliti harus membagikan kuesioner kepada 73 orang mahasiswa. Kemudian kuesioner yang sudah diisi akan diolah peneliti kedalam langkah selanjutnya.

$$n = \frac{272}{1+272 \times 0.1^2}$$

$$n = \frac{272}{1+272 \times 0.01}$$

$$n = 73,118$$

Jadi dari penghitungan di atas maka peneliti mendapatkan angka 73,118 dan dibulatkan menjadi angka 73 responden untuk Mahasiswa Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2013-2014.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012: 206), analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Data penelitian yang diperoleh dari kuesioner diolah dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif variabel dan analisis karakteristik responden, yaitu dengan mengumpulkan data demografis responden,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang terdiri dari jenis kelamin, usia, uang saku, dan intensitas menonton iklan.

Selanjutnya, penulis menyusun tabulasi silang (*cross-tabs*), uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas dan uji heterokedastisitas dan analisis regresi linier sederhana.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat mampu mengukur apa yang ingin diukur. Misalkan seseorang ingin mengukur berat badan maka alat ukurnya adalah timbangan. Timbangan merupakan alat ukur yang valid karena memang digunakan untuk mengukur berat badan. Ada beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur:

- a. Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3611.
- b. Koefisien korelasi *product moment* > r – tabel ($\alpha ; n - 2$) n = jumlah sampel.
- c. Nilai sig $\leq \alpha$.

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

Dimana :

- r_{hitung} = nilai validitas
- n = jumlah anggota sampel
- x = skor pertanyaan (jawaban responden)
- y = skor total dari variabel (jawaban responden)

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.



Setelah nilai r_{hitung} didapat maka perlu dibandingkan dengan r_{tabel} dengan tingkat kepercayaan sebesar 90% atau taraf kesalahan sebesar 10%.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Nugroho (2005: 79), reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang merupakan suatu dimensi dari variabel. Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas berkisar antara 0,00-1,00 akan tetapi pada kenyataannya koefisien reliabilitas 1,00 tidak pernah dicapai dalam pengukuran, karena manusia sebagai subyek pengukuran psikologis merupakan kekeliruan yang potensial.

Walaupun koefisien korelasi dapat bertanda positif (+) atau negatif (-), akan tetapi dalam hal reliabilitas, koefisien yang besarnya kurang dari nol (0,00) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu kepada koefisien reliabilitas yang positif. Untuk uji tingkat reliabilitas, instrumen dalam penelitian ini akan digunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

- Dimana:
- α = reliabilitas Instrumen
 - K = banyaknya jumlah pertanyaan
 - $\sum \sigma^2_b$ = jumlah varian butir
 - σ^2_t = varian total

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tingkat Reliabilitas berdasarkan Nilai Alpha

Alpha (α)	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 – 0,40	Agak Reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

3. Uji Normalitas

Persyaratan analisis hasil penelitian ini adalah uji normalitas. Uji normalitas ini digunakan dengan rumus Kolmogorov-Smirnov, dengan langkah-langkah sebagai berikut (Santoso, 2003):

- a. Menentukan nilai z untuk tiap-tiap variabel, dengan rumus:

$$Z = \frac{X - \mu}{S}$$

Dimana:

X = Skor data variabel yang akan diuji normalitasnya

μ = Nilai rata-rata

S = Standar deviasi

- b. Menentukan luas daerah masing-masing nilai z yang diperoleh
- c. Menentukan peluang harapan, yaitu $1/n$ dan mengakumulasikan nilai peluang harapan untuk baris selanjutnya
- d. Mencari selisih antara luas daerah z dengan peluang harapan (nilai mutlak)
- e. Mencari nilai selisih terbesar, yang merupakan nilai K-S hitung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



f. Mencari nilai K-S tabel dengan rumus:

$$D = \frac{1,36}{\sqrt{n}}$$

g. Membandingkan antara K-S hitung dengan K-S tabel, dengan kriteria:

- Jika K-S hitung > K-S tabel berarti data tidak normal
- Jika K-S hitung < K-S tabel berarti data normal

4. Analisis Karakteristik Responden

Analisis ini digunakan untuk menganalisis jawaban dari pertanyaan kuesioner dengan tentang profil responden dalam bentuk persentase. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

- P = Frekuensi relatif dari setiap kategori
f = Jumlah responden yang termasuk kategori
N = Total responden

5. Analisis Tabulasi Silang (*Cross-tabs*)

Santoso dan Tjiptono menjelaskan (2002: 99) dalam analisis data riset yang sebagian besar berhubungan dengan ilmu statistik, penggunaan metode statistik atau biasa disebut dengan rumus statistik ditentukan oleh beberapa faktor:

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- a. Jenis data yang akan diolah, antara lain data nominal, ordinal, interval dan rasio.
- b. Jumlah variabel, apakah *univariate* (satu variabel) atau *bivariate* (dua variabel) atau multivariat (lebih dari dua variabel).

Metode tabulasi silang digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel dalam satu tabel. Variabel yang dianalisa dengan metode ini adalah variabel yang bersifat kualitatif, yaitu yang memiliki skala nominal. Tabulasi silang merupakan cara termudah melihat asosiasi dalam sejumlah data dengan perhitungan persentase. Tabulasi silang merupakan salah satu alat yang paling berguna untuk mempelajari hubungan diantara variabel-variabel karena hasilnya mudah dikomunikasikan.

Selanjutnya, tabulasi silang dapat memberikan masukan atau pandangan mengenai sifat hubungan, karena penambahan satu atau lebih variabel pada analisis kualifikasi silang dua arah adalah sama dengan mempertahankan masing-masing variabel tetap konstan. Tabulasi silang dapat digunakan jika salah satu variabel bersifat kualitatif dan lainnya kuantitatif atau jika kedua variabel berupa variabel kualitatif.

Variabel-variabel yang dipaparkan dalam suatu tabel tabulasi silang berguna untuk:

- (1) Menganalisis hubungan-hubungan antar variabel yang terjadi.
- (2) Melihat bagaimana kedua atau beberapa variabel berhubungan.
- (3) Mengatur data untuk keperluan analisis statistik.
- (4) Untuk mengadakan kontrol terhadap variabel tertentu sehingga dapat dianalisis tentang ada tidaknya hubungan palsu (*spurious relations*).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

- (5) Untuk memeriksa apakah terdapat kesalahan-kesalahan dalam kode ataupun jawaban dari daftar pertanyaan (kuesioner).

6. Uji Regresi Linier Sederhana

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 keputusan pembelian konsumen pria dan variabel bebasnya adalah terpaan iklan televisi dari situs belanja online Elevenia.

Secara lebih spesifik, Priyatno (2010:55) menjelaskan bahwa analisis regresi linier sederhana adalah uji untuk melihat hubungan secara linier dan signifikan antara satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (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.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dimana:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.