

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah iklan Yamaha Jupiter MX Versi Valentino Rossi, sedangkan subyek penelitian adalah remaja yang pernah melihat iklan Yamaha Jupiter MX Versi Valentino Rossi. Adapun kriteria remaja yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah remaja yang usianya termasuk ke dalam fase permulaan remaja sampai pada fase paripurna remaja. Berikut fase remaja berdasarkan usianya (Mahfuzh, 2001):

1. Fase permulaan remaja dengan usia antara 12 – 14 tahun
2. Fase pertengahan remaja dengan usia antara 15 – 17 tahun
3. Fase paripurna remaja dengan usia antara 18 – 20 tahun

B. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002).

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* adalah suatu cara atau langkah yang digunakan untuk memilih sampel yang terdapat pada populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel secara nyaman, mudah ditemui dan diajak bekerjasama dilakukan dengan memilih sampel bebas sekehendak penisetnya karena seperti umum

jumlah sampel yang besar adalah minimal 30 item (Jogiyanto, 2004). Peneliti menentukan jumlah sampel yang akan dianalisis sebanyak 100 responden, karena jumlah sampel sudah melebihi batas minimal yang ditetapkan yaitu sebanyak 30 item.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuisisioner merupakan serangkaian pertanyaan yang dikirimkan atau diserahkan kepada responden untuk dijawab. Jawaban pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan dari pihak penyelidik. Pertanyaan bersifat tertutup, responden hanya dipersilahkan memilih dari beberapa alternatif jawaban yang sudah tersedia. Penilaian dilakukan dengan menggunakan analisis butir, yaitu dengan cara membagikan skor kepada tiap item kuisisioner. Pemberian skornya adalah sebagai berikut:

Sangat setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Tidak setuju	= 2
Sangat tidak setuju	= 1

Adapun pelaksanaan penyebaran kuisisioner untuk mengumpulkan data di lapangan adalah sebagai berikut :

1. Peneliti mengambil lokasi penelitian di Kecamatan Temon dan Kecamatan Wates, Kulon Progo

2. Peneliti menggunakan kuisisioner sebanyak 100 kuisisioner

3. Peneliti menanyakan secara langsung kepada calon responden “ apakah sudah pernah menonton iklan Yamaha Jupiter MX Versi Valentino Rossi, apabila calon responden sudah pernah menonton, maka calon responden tersebut telah menjadi responden penelitian, tetapi apabila calon responden belum pernah menonton, maka calon responden tidak dijadikan responden penelitian.
4. Peneliti meminta kesediaan responden untuk mengisi kuesioner yang telah diberikan. Setelah responden selesai mengisi kuesioner, peneliti langsung mengambil kembali kuesioner tersebut dari responden. Begitu seterusnya sampai responden yang ke-100.
5. Setelah 100 kuesioner terkumpul seluruhnya, maka peneliti menyeleksi kuesioner yang layak untuk dianalisis lebih lanjut. Ada 4 kuesioner yang tidak dapat dianalisis lebih lanjut, sehingga kuesioner yang layak dianalisis sebanyak 96 kuesioner. Kemudian, ke-96 kuesioner direkapitulasi ulang menggunakan *software Microsoft Office Excel 2007* serta dilanjutkan pengolahan data menggunakan *software SPSS Versi 11.50*.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X)

Merupakan variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat), dengan kata lain variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Daya tarik (*attractiveness*) (X_1) merupakan sejumlah karakteristik

yang dapat dilihat kebalikan dalam diri pendukung: kecerdasan, sifat-

sifat kepribadian, gaya hidup, keelastisan postur tubuh dan sebagainya (Shimp, 2003). Indikator daya tarik meliputi: (a) kecerdasan, (b) kecantikan, (c) prestasi (d) sifat-sifat kepribadian, (e) gaya hidup, dan (f) keelastisan postur tubuh. Indikator variabel ini adalah Valentino Rossi menarik, mempunyai kecerdasan, mempunyai prestasi, sifat-sifat kepribadian yang merakyat, gaya hidup yang sesuai dengan karakter remaja dan dipandang sebagai model iklan yang mempesona.

- b. Kepercayaan/*trustworthiness* (X_2) yaitu mengacu pada kejujuran, *integritas*, dan dapat dipercayainya seorang sumber. Indikator kepercayaan adalah sebagai berikut:
- 1) Sumber menjelaskan dengan jujur
 - 2) Sumber menjelaskan secara valid
 - 3) Sumber informasi yang dipercaya
 - 4) Sumber seorang selebritis
 - 5) Dedikasi sumber informasi menambah kepercayaan konsumen
- c. Keahlian/*expertise* (X_3) yaitu mengacu pada pengetahuan, pengalaman, atau keterampilan yang dimiliki seorang pendukung yang berhubungan dengan topik iklannya (Shimp,2003). Indikator variabel keahlian adalah sebagai berikut:
1. Keahlian
 2. Pengetahuan
 3. Pengalaman (pernah mengkonsumsi)
 4. Keterampilan
 5. Pekerjaan

Seluruh indikator dari variabel independen yang meliputi daya tarik (*attractiveness*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan keahlian (*expertise*) diukur menggunakan skala *Likert* yang terdiri dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

a. Niat Beli (Y_1) yaitu dorongan oleh suatu keinginan, setelah melihat, mengamati, dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya untuk melakukan pembelian. Indikator variabel niat beli adalah (Schiffman dan Kanuk, 2000 dalam Noviandra, 2006):

- 1) Lain waktu berniat ingin membeli Yamaha Jupiter MX Versi Iklan Valentino Rossi.
- 2) Keinginan untuk membeli saat membutuhkan Yamaha Jupiter MX Versi Iklan Valentino Rossi.

b. Rekomendasi kepada orang lain (Y_2) yaitu memberikan informasi yang jelas kepada orang lain mengenai iklan Yamaha Jupiter MX Versi Valentino Rossi. Indikator variabel rekomendasi kepada orang lain adalah (Schiffman dan Kanuk, 2000 dalam Noviandra, 2006):

memberikan informasi positif kepada orang lain tentang iklan Yamaha

Jupiter MX Versi Valentino Rossi, mengajak teman untuk melihat iklan Yamaha Yupiter MX Versi Valentino Rossi tersebut dan merekomendasikan kepada orang lain tentang iklan Yamaha Jupiter MX Versi Valentino Rossi tersebut.

Seluruh indikator dari variabel niat beli dan rekomendasi kepada orang lain diukur menggunakan skala Likert yang terdiri dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauhmana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas menunjukkan sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukur. Untuk mengetahui validitas, maka teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi *Product Moment Pearson*. Sugiyono (2005), mengungkapkan bahwa suatu kuesioner dikatakan valid, jika hasil korelasi *Product Moment Pearson* pada setiap item pertanyaan pada kuesioner memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 5%.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian dengan tujuan menguji tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur. Kuesioner dikatakan reliabel apabila kuesioner tersebut memberikan hasil yang konsisten jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi pada saat

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Indriantoro dan Bambang (2002), menyatakan bahwa suatu alat ukur disebut reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* sama dengan atau lebih besar dari 0,6.

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Data.

Penelitian ini menggunakan alat analisis Regresi Berganda dengan menggunakan SPSS Versi 11.50. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (*attractiveness*/daya tarik, *trustworthiness*/kepercayaan dan *expertise*/keahlian) terhadap variabel dependen (niat beli dan rekomendasi kepada orang lain). Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

Model pertama untuk menganalisis pengaruh antara variabel *attractiveness*/daya tarik, *trustworthiness*/kepercayaan dan *expertise*/keahlian terhadap niat beli.

$$Y_1 = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y_1 : Niat Beli

X_1 : *Attractiveness*/Daya Tarik

X_2 : *Trustworthiness*/Kepercayaan

X_3 : *Expertise*/Keahlian

b_1, b_2, b_3 : Koefisien Regresi Variabel Independen

Model kedua untuk menganalisis pengaruh antara variabel *attractiveness*/daya tarik, *trustworthiness*/kepercayaan dan *expertise*/keahlian terhadap rekomendasi kepada orang lain.

$$Y_2 = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y_2 : Rekomendasi Kepada Orang Lain

X_1 : *Attractiveness*/Daya Tarik

X_2 : *Trustworthiness*/Kepercayaan

X_3 : *Expertise*/Keahlian

b_1 - b_3 : Koefisien Regresi Variabel Independen

e : *error*

2. Uji Hipotesis Serentak (Uji F)

Uji F ini akan dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel-variabel independen yaitu *attractiveness*/daya tarik, *trustworthiness*/kepercayaan dan *expertise*/keahlian terhadap variabel dependen yaitu niat beli dan rekomendasi kepada orang lain secara keseluruhan, atau nilai probabilitas F hitung (sig F) dengan F tingkat signifikan ($\alpha = 5\%$).

Ketentuan kriteria pengujian yang digunakan dalam pengujian F hitung adalah sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas > dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini berarti variabel independen di atas secara serempak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jelasnya, variasi dari model regresi tidak berhasil menerangkan variasi variabel independen

- b. Jika probabilitas \leq dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti variabel independen di atas secara serempak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jelasnya, variasi dari model regresi berhasil menerangkan variasi variabel independen secara keseluruhan.

3. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya signifikansi pengaruh dari ketiga variabel independen (*attractiveness*/daya tarik, *trustworthiness*/kepercayaan dan *expertise*/keahlian) terhadap variabel dependen (niat beli dan rekomendasi kepada orang lain) secara parsial. Dengan membandingkan probabilitas t-hitung ($\text{sig } t$) dengan tingkat signifikan ($\alpha = 5\%$).

Ketentuan kriteria pengujian yang digunakan dalam pengujian t-hitung adalah sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas $>$ dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, atau variabel independen tidak dapat menerangkan variabel dependen.
- b. Jika probabilitas \leq dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen atau variabel independen dapat

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ganda (*R Square* atau R^2) digunakan untuk mengukur sumbangan dari variabel independen (*attractiveness*/daya tarik, *trustworthiness*/kepercayaan dan *expertise*/keahlian) yang diteliti terhadap variabel dependen (niat beli dan rekomendasi kepada orang lain). Besarnya koefisien determinasi ganda (R^2) berada diantara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$. Semakin besar R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Sebaliknya jika *Adjusted R²* semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen (*attractiveness*/daya tarik, *trustworthiness*/kepercayaan dan *expertise*/keahlian) terhadap variabel dependen (niat beli dan rekomendasi kepada orang lain) semakin kecil