

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis yang digunakan adalah kuantitatif, karena jenis kuantitatif dapat menghasilkan data yang akurat setelah perhitungan untuk menghasilkan kuantitatif yang tepat. Menurut Kriyantono (2006) dalam buku teknik praktis riset komunikasi menjelaskan jenis kuantitatif bertujuan menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis, peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.

3.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe eksplanatif. Menurut Bungin (2010) penelitian eksplanatif dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, atau pengaruh suatu variabel dengan variabel lain. Karena itu penelitian ini menggunakan sampel dan hipotesis.

Pada penelitian eksplanatif peneliti tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tapi mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain, peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel. Peneliti dituntut membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

Sementara metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yakni metode penelitian survey dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpul datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survey proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.(Kriyantono, 2006).

3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang bertempat di Perumahan Bukit Cemara Tujuh (BCT) RT 07/RW 07 berlokasi di Jl. Raya Tlogomas, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65151, pada tanggal 8 sampai dengan 14 Maret 2017.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau aspek dari orang maupun objek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2003:21). Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi 2 variabel yang nantinya akan dicari korelasi antara keduanya. Adapun variabel tersebut yaitu:

a. Variabel Independen atau variabel bebas (X)

Variabel ini merupakan variable yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel lain (Sugiyono, 2003). Dalam hal ini yang menjadi variabel X adalah Terpaan Iklan.

b. Variabel Dependen atau variabel terikat (Y)

Variabel dependen merupakan variable yang dipengaruhi, atau menjadi akibat dari munculnya variable independen. Dalam hal ini yang menjadi variabel Y adalah Tindakan Menggunakan Jasa Transportasi.

3.5 Skala Pengukuran

Untuk memudahkan interpretasi data terhadap variable yang diteliti, maka dalam penelitian ini digunakan Skala *Likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena social. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variable. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skali likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, dan dapat berupa kata-kata antara lain :

Tabel 3.1
Skala Likert untuk Kuesioner

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

(Sumber : Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*)

3.6 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling* Penelitian

3.6.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok unsur-unsur komprehensif dan telah ditentukan (perangkat universal) yang berhubungan dengan pertanyaan atau hipotesis penelitian (Sugiyono, 2003:136). Dalam penelitian ini peneliti memilih pengguna gojekdikota malang berlokasi di RT 07/RW 07 Perumahan Bukit Cemara Tujuh (BCT) sebagai populasinya dengan karakteristik sebagai pengguna gojek yang berusia 18-30 tahun, menggunakan smartphone, menggunakan social media, pernah melihat iklan online Go-jek serta menggunakan layanan jasa Go-jek. Hal ini dikarenakan keberadaan layanan gojek di kota malang baru berjalan pada akhir bulan mei sehingga masyarakat malang merupakan konsumen yang baru merasakan layanan tersebut, kemudian pada rentan usia 18-30 tahun merupakan mayoritas pengguna social media pada smartphone yang memungkinkan mereka melihat tanyangan iklan online Go-jek di social media. Calon responden awal di lingkungan RT 07/RW 07 yang tercatat berjumlah 300 orang (data kelurahan dan data RT). Selanjutnya, peneliti melakukan kegiatan pra survey untuk mendapatkan jumlah responden yang dapat dijadikan populasi dalam penelitian dengan menyebarkan kuesioner pra survey. Kuesioner yang disebar sebanyak 150 karena keterbatasan peneliti dan juga responden yang menjadi target penyebaran sulit untuk ditemui dikarenakan sebagian besar sibuk dengan urusan pekerjaan dan pribadi. Pada tahap pengumpulan kuesioner pra survey, hanya terkumpul sebanyak 117 sedangkan sisanya tidak terkumpul, responden

yang memenuhi kriteria sebanyak 82 yang kemudian menjadi populasi dalam penelitian ini.

3.6.2 Sampel

Sampel adalah sub perangkat populasi yang bersifat representative untuk mencapai hasil yang valid. Sugiyono (2003:138) mengungkapkan bahwa sebuah sampel haruslah dipilih sedemikian rupa sehingga satuan elementer mempunyai kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih dan besarnya peluang tersebut tidak boleh sama dengan nol. Sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari populasi yang akan diambil sebagai sumber data penelitian yaitu pengguna gojek. Dari jumlah populasi sebanyak 82 orang, peneliti menyebarkan kuesioner penelitian untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian, dari kegiatan tersebut kuesioner terkumpul sejumlah 53 sedangkan sisanya ada yang belum sempat meluangkan waktu untuk mengisi dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Dengan deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin didapat 36 perempuan dan 17 laki-laki.

3.6.3 Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan seleksi khusus, peneliti membuat criteria tertentu siapa yang dijadikan sebagai informan atau subjek penelitiannya. Dalam Keseluruhan populasi tidak mungkin dapat diobservasi karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu. Oleh karena itu pengambilan sampel dapat mewakili sebuah

populasi. Menurut Bungin (2010)) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data tentang pengaruh iklan Go-jek Indonesia terhadap keputusan menggunakan jasa, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner dan dokumentasi. Adapun definisinya menurut Bungin (2006: 123) adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kemudian dikirim untuk diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti untuk kemudian diolah. Teknik ini digunakan untuk pengambilan data mengenai pengaruh iklan Go-jek Indonesia terhadap keputusan menggunakan jasa. Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik untuk mencari data mengenai hal-hal atau variable mengenai catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Teknik ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang kantor, tugas pokok, tata kerja, struktur organisasi, presentasi serta data lain yang mendukung terhadap kuesioner yang akan dipakai dalam penelitian, kemudian akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrument penelitian.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan tingkat kemampuan instrument penelitian, mengikuti apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Sugiyono (2001:96) validitas merupakan hasil penelitian dimana terdapat kesamaan data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak untuk diukur. Pengujian validitas dan penelitian ini menggunakan koefisien korelasi product moment. Contoh rumusnya sebagai berikut :

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Skor butir pertanyaan

Y = Total Skor

n = Jumlah subyek

3.8.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menguji keajekan hasil pengukuran suatu instrument. Suatu instrument dikatakan reliable jika instrument tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan hasil yang sama (Sugiyono, 2001:97). Reabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran

dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan formula Alpha Cornbach (Nurgiyantoro, 2002:310) dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien reabilitas

k = Jumlah butir pertanyaan

σ_i^2 = Varian butir pertanyaan

σ^2 = Varian skor tes

Instrumen dikatakan reliable bila mana koefisien reabilitasnya mencapai 0,60 (Nurgiyantoro, 2000:312). Adapun perhitungan untuk pengujian reabilitas dilaksanakan dengan bantuan program computer SPSS.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Teknik Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis regresi sederhana berfungsi untuk memprediksi besarnya pengaruh variabel bebas (terpaan iklan) terhadap variabel terikat (keputusan pemakaian jasa). Persamaan regresi sederhana menurut Sugiyono (2003:211) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pemakain jasa

X = Terpaan iklan

b = Koefisien regresi variabel bebas

a = Konstanta

e = Error item

3.9.2 Uji Hipotesis (Uji T-test)

Uji t yang dimaksudkan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Rumus dari uji t adalah:

$$t = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan :

b = Parameter estimasi

Sb = Standar error

Untuk menarik kesimpulan apakah hipotesis 1 dan 2, diterima atau tidak yaitu dengan cara membandingkan t hitung dengan t table dengan taraf signifikansi 0,5 atau 5%. Dari hasil perbandingan nilai t hitung dan t table tersebut, maka akan dapat disimpulkan apakah hipotesis 1 dan 2 diterima atau ditolak.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika t hitung < t table, maka hipotesis nol diterima
2. Jika t hitung \geq t table maka hipotesis nol ditolak

Adapun criteria penerimaannya adalah :

1. Jika signifikansi t < 0,05, maka hipotesis nol akan ditolak
2. Jika signifikansi t \geq 0,05, maka hipotesis nol akan diterima.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui besarnya variabel terikat tindakan menggunakan jasa transportasi yang dapat diterangkan

dengan menggunakan variabel bebas terpaan iklan. Koefisien determinasi juga digunakan untuk menghitung besarnya peranan atau pengaruh bebas terhadap variabel terikat. (Sugiyono, 2009:250). Adapun rumus dari Koefisien Determinasi akan dijelaskan sebagai berikut:

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

Keterrangan:

K_d = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi Product Momen

Jika r^2 semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas yaitu terpaan iklan terhadap variabel terikat tindakan menggunakan jasa transportasi adalah besar. Berarti model yang digunakan semakin kuat menerangkan pengaruh terpaan iklan online gojek Indonesia terhadap tindakan menggunakan jasa.