

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah suatu penelitian atau metode yang didasari oleh falsafah positivisme yaitu ilmu yang valid, ilmu yang dibangun dari empiris, teramati, terukur, menggunakan logika matematika dan membuat generalisasi atas rerata: Teori kebenaran yang dianut oleh positivisme termasuk teori korespondensi antara pernyataan/verbal dengan realitas empirik / obyeknya. Metode kuantitatif menghendaki obyek penelitian yang spesifik dan membatasi sejumlah tata fikir kategorisasi, intervalisasi dan kontinuitas (Sedarmayanti & Syarifudin Hidayat : 2011 : 58-59).

Dalam penelitian ini juga menggunakan teori perubahan sikap dari Carl Hovland dalam (Morisson, 2008:70), Teori perubahan sikap menjelaskan bagaimana sikap seseorang terbentuk dan bagaimana sikap itu dapat berubah melalui proses komunikasi dan bagaimana sikap itu dapat mempengaruhi sikap tindak atau tingkah laku seseorang.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah SAS FM Solo dan Toko Candi Elektronik. Radio SAS FM yang dipilih oleh Candi Elektronik dengan segmentasinya khusus untuk anak muda, selain memberikan hiburan bagi para pendengarnya juga memberikan informasi yang *up to date* sehingga menjadi

radio yang banyak diminati masyarakat terutama dikalangan anak muda, karena mempunyai program acara yaitu *All day hits* yang berisi lagu-lagu yang hits saat ini yang di pilih oleh pendengar melalui *Fan Page* maupun sms, dan program unggulan dari SAS FM adalah Opera Ke-pop yang berjudul "*Yolanda I Love You*" dan Popo GTR atau Popo *On The Radio*: Radio SAS FM Solo juga sering membuat *event* yang menarik seperti kontes bernyanyi, kontes menari dan lomba fotogenik, setiap tahun pada bulan puasa selalu mengadakan acara buka puasa bersama yang dikemas semenarik mungkin dengan festival beduk.

SAS FM Solo memiliki banyak penggemar, hal ini terbukti dari banyaknya penggemar yang ikut bergabung di *Fun Page* SAS FM Solo melalui www.facebook.com/SASFMSolo yang telah meneapai 104.281 orang- hingga akhir 2013.

Hal itu tidak lain karena SAS FM selalu memutarakan lagu-lagu yang sedang hits pilihan pendengar, selain itu penyiaranya juga selalu menyampaikan informasi yang *up to date* dan menarik untuk didengarkan. Sehingga radio SAS FM menduduki peringkat pertama untuk segmentasi anak muda yang dikeluarkan oleh AC Nielsen pada akhir tahun 2013 lalu. (Data AC Nielsen, akhir tahun 2013)

Sejak berdirinya pada awal bulan April 2012 Candi Elektronik sudah menggandeng radio SAS FM Solo untuk mengiklankan produk-produk yang dijualnya dan program-program bonus, potongan harga dan hadiah-hadiah lainnya. Radio SAS FM yang segmentasinya untuk anak muda dipilih Candi Elektronik sebagai media untuk mengiklankan produk elektroniknya. Namun

dalam hal ini juga menjual gadget yang memang sering diburu oleh anak muda. Selain itu pada bulan Februari di Candi Elektronik banyak *event*, diadakan diantaranya adalah momen “valentine” dan spesial imlek. Dengan pembelian minimal Rp 1.000.000,00; pembeli bisa mendapatkan barang yang dibeli dengan cicilan 0% dan berlaku untuk semua pengguna bank. Spesial imlek ini hanya berlaku tanggal 1 Februari sampai 28 Februari 2015 atau hanya di spesial imlek.

Hal ini tentu akan menarik perhatian dan banyak pengunjung untuk membeli barang elektronik kebutuhannya di Candi Elektronik. Namun hal itu mungkin tidak akan terjadi jika Candi Elektronik tidak melakukan pemasaran atau iklan.

3.3. Sumber Data

3.3.1. Data Primer

Sumber data primer atau data utama dalam penelitian ini adalah responden dalam hal ini adalah para pengunjung di Candi Elektronik. Datanya adalah tingkat minat masyarakat untuk mengunjungi Candi Elektronik setelah mendengar siaran Iklan Candi Elektronik di radio SAS FM Solo.

3.3.2. Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah *Stasiun Manager* radio SAS FM Solo; dengan data berupa keterangan mengenai iklan, pembuatan iklan dan kreatif iklan yang dimana iklan diharapkan bisa untuk mempengaruhi masyarakat untuk mengunjungi toko Candi Elektronik.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti atau keseluruhan dari objek psikologis yang dibatasi oleh kriteria tertentu (Sedarmayanti & Syarifudin Hidayat : 2011 : 121-122). Jadi populasi adalah bukan hanya orang tetapi objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung Candi Elektronik di periode 1 Februari - 28 Februari 2015, atau di Spesial Imlek.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel. Ferguson (1976) mendefinisikan sampel adalah "beberapa bagian kecil yang ditarik dari populasi". (Sedarmayanti & Syarifudin Hidayat, 2011:124). Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari populasi, yaitu sebagian dari pengunjung Candi Elektronik.

Dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* (sampel acak sederhana) adalah proses memilih satuan sampel dari populasi sedemikian rupa sehingga setiap satuan sampel dalam populasi mempunyai peluang yang sama besar untuk terpilih ke dalam sampel dan peluang tersebut diketahui sebelum pemilihan dilakukan.

Karakteristik yang dimiliki dalam sampel acak sederhana adalah populasi harus homogen, tersedianya kerangka sampel yaitu daftar yang memuat nama, tempat, serta sifat yang akan diteliti. Alasan dari populasi harus

bersifat homogen yaitu agar dalam pengambilan keputusan dapat diberlakukan secara menyeluruh, sehingga parameter yang akan diinterpretasikan tidak diragukan kebenarannya. Adapun tersedianya kerangka sampel adalah agar sifat acak dari anggota sampel dapat terpenuhi, karena jika tidak tersedia kerangka sampling sifat keacakan atau kesempatan yang sama dimiliki oleh anggota sampel sulit untuk dapat ditentukan (Sedarmayanti & Syarifudin Hidayat, 2011:136-137).

Maka dari itu peneliti mengambil sampel dari rata-rata pengunjung setiap bulannya. Menurut Bapak Sarmin selaku kepala toko di Candi Elektronik pengunjung- setiap harinya kurang lebih 100 orang jadi jika dirata-rata pengunjung setiap bulan, sekitar 3000 pengunjung.

Namun di dalam ilmu sosial tidak sedikit permasalahan yang dihadapi dalam rangka menentukan sampel ini, penentuan ukuran sampel dari populasi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus SLOVIN, yang penggunaannya mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal.

Seperti yang dikutip oleh Savillia dalam (Sedarmayanti & Syarifudin Hidayat 2011:143) adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

ε = Tingkat kekeliruan pengambilan sampel yang dapat ditolerir

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N\varepsilon^2} \\
 &= \frac{3000}{1 + 3000(0.1)^2} \\
 &= \frac{3000}{1 + (3000 \cdot 0.01)} \\
 &= \frac{3000}{1 + 30} \\
 &= \frac{3000}{31} \\
 &= 96,775 \\
 &\approx 97
 \end{aligned}$$

Dengan demikian, sampel yang akan di ambil sebanyak 97 responden. Kriteria dari sampel tersebut adalah :

1. Responden yang sudah pernah mendengarkan Iklan Candi Eiektronik di radio SAS FM.
2. Usia responden sesuai dengan segmentasi radio SAS FM dan target iklan dari toko Candi Elektronik, yaitu anak muda usia 15 - 20 tahun dan muda dewasa usia 21 - 27 tahun.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

3.5.1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

kepada responden untuk dijawab. Kuesioner diberikan kepada responden yaitu pengunjung Candi Elektronik.

Kuesioner ini menggunakan skala pengukuran variabel yang mana masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2010:86). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai dasar dalam menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010:98)

Skala likert menggunakan lima tingkat jawaban sebagai berikut :

Tabel 3.1 Skala Likert

No	Kriteria Penelitian	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Biasa Saja (BS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sugiyono, 2006:88)

3.5.2. Wawancara

Wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara juga digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila

peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden. Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk melengkapi data primer.

3.5.3. Studi Dokumen

Menurut Sugiyono (2010: 329) mengemukakan bahwa studi dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

3.6. Validitas Data

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya butir instrumen. Uji validitas menggunakan analisis korelasi *pearson*, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid. (Imam Ghozali, 2013:121).

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen memiliki indeks kepercayaan yang baik jika diujikan berulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumusan *alpha cronbach*, untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen variabel penelitian jika dari hasil uji reliabilitas memberikan nilai $\alpha > 0,7$ (Imam Ghozali, 2013:133).

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipresentasikan (C.Trihendradi, 2012:263).

3.7.1. Analisis Tabel Tunggal

Merupakan analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel penelitian ke dalam jumlah frekuensi dan kolom persentase. Analisis tabel tunggal merupakan langkah awal dalam menganalisis data yang terdiri dari kolom yaitu sejumlah frekuensi dan persentase untuk setiap kategori (C.Trihendradi, 2012:266).

3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini pengujian analisis regresi linier sederhana dibantu dengan program *SPSS for windows* versi 20.

Model persamaan yang digunakan untuk analisis ini menurut (Sugiono, 2010: 204) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : Minat pengunjung di Candi Elektronik

X₁ : Operasional frekuensi mendengar

X₂: Operasionai intensitas mendengar

a : Konstanta

b₁ : Koef sien regresi operasional frekuensi mendengar

b_2 : Koefisien regresi operasionat intensitas mendengar

e : *Standar eror*

Metode regresi linier berganda mempunyai uji kepercayaan yang terdiri dari :

1. Uji t (Uji secara signifikansi)

Uji t atau uji secara parsial adalah uji untuk membuktikan hipotesis awal untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel, yaitu tayangan iklan sebagai variabel independen (variabel bebas) terhadap minat pengunjung di Candi Elektronik sabagai variabel denpenden (variabel terikat). (Sugiyono, 2010:204)

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Ho ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

2. Uji koefisien Detenninm (R^2)

Menurut Sugiyono (2010:112) koefisien determinan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen nilainya adalah 0 - 1, Semakin mendekati nol berarti model tidak baik antara variabel model dalam amat terbatas, sebaiknya semakin mendekati satu maka model samakin baik.

Dalam output SPSS koefisien determinan terletak pada tabel *Summary* dan tertulis *R Square*. Namun untuk regresi linier sederhana sebaiknya menggunakan *Adjusted R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian.