

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:2) Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, 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/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Proses penelitian bersifat deduktif, dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara random, sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut di ambil.

3.2 Lokasi Penelitian

Obyek penelitian ini berlokasi di Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan subyek penelitian. Menurut Sugiyono (2010:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah Perempuan pemirsa yang pernah menonton Tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Hasil analisis sampel merupakan kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Sehingga sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative. Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling. Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono,

2010;122). Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebagian Perempuan pemirsa yang pernah menonton Tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah melekatkan arti 0 pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi :

3.4.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2010: 59) Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel Independent dalam penelitian ini adalah:

1. *Product Placement* (X1)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Product Placement*. Variabel ini diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu:

1. Pengetahuan penonton akan produk tersebut
2. Media yang digunakan
3. Daya tarik promosi menggunakan *product placement*
4. Paham terhadap *product placement*

2. Persepsi Kualitas Produk (X2)

Persepsi Kualitas Produk juga merupakan Variabel bebas dalam penelitian ini. Untuk mengukur Persepsi Kualitas produk menggunakan indikator pengukuran sebagai berikut:

1. Ketahanan produk
2. Karakteristik feature produk
3. Hasil yang dirasakan

3.4.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2010; 59) Variabel Dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti.

Variabel Dependen biasa dilambangkan dengan Y.

1. Perubahan Sikap (Y)

Perubahan sikap merupakan Variabel terikat dalam penelitian ini. Variabel ini diukur melalui indikator sebagai berikut :

1. Komponen kognitif: kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang obyek.
2. Komponen afektif: perasaan dan reaksi emosional kepada suatu obyek.
3. Komponen konaktif: respons dari seseorang terhadap obyek atau aktivitas.

3.5 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai

variabel penelitian. Maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010;132).

Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

- Sangat setuju : di beri skor 5
- Setuju : di beri skor 4
- Ragu-ragu :di beri skor 3
- Tidak setuju : di beri skor 2
- Sangat tidak setuju : di beri skor 1

Pada penelitian ini responden memilih salah satu dari katagori jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu dan dijumlahkan. Maka akan diperoleh total skor yang di tafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert.

3.6 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2010; 193) Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.Sumber data di dapat dari hasil penyebaran kuesioner yang berisi tentang *product placement*, persepsi kualitas produk dan perubahan sikap.

3.7 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek. data subyek merupakan data penelitian yang berupa opini, sikap pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian atau responden.

3.8 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2010:401). Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran data pertanyaan (kuesioner) pada obyek penelitian. Data kuisisioner penelitian ini akan disebarkan pada Perempuan pemirsa yang pernah menonton Tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* di Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik.

3.9 Uji Instrumen

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2010; 146). Dalam penelitian ini terdapat tiga instrumen, yaitu instrumen untuk mengukur pengaruh tayangan *productplacement*, persepsi kualitas produk dan perubahan sikap. Adapun alat analisa yang digunakan, antara lain:

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk

mungungkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item-total correlation) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2005;45).

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan jawaban suatu pertanyaan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Ghozali, 2005;41). SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0.60 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali 2005).

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2005; 110). Pada prinsipnya, normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau

histogram dari residualnya. Data normal dan tidak normal dapat diuraikan sebagai berikut (Ghozali, 2005;112):

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, tidak menunjukkan pola terdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.10.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2005; 91). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *value inflation* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance value* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.10.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi menguji apakah model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$

(sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari suatu observasi ke observasi lainnya (Ghozali, 2005; 95). Untuk mendiagnosis ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap nilai Uji Durbin-Watson (Uji DW). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Bila nilai DW terletak antara batas atas (d_u) dan $(4-d_u)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- 2) Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah (d_l), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- 3) Bila nilai DW lebih besar dari pada $(4-d_l)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- 4) Bila nilai DW terletak diantara batas atas (d_u) dan batas bawah (d_l) atau DW terletak antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.10.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2005; 105). Deteksi adanya heteroskedastisitas dapat

dilakukan dengan melihat grafik Scatterplot. Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.11 Teknik Analisis Data

Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel bebas (*product placement* dan persepsi kualitas produk) terhadap variabel terikat (perubahan sikap). Oleh karena itu dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen dan sebaliknya (Sugiyono, 2010; 270).

3.12 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (variabel terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Gujarati, 2003, dalam Ghozali, 2001; 81). Analisis regresi ganda dilakukan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya)

variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2010; 277).

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dalam penelitian ini yaitu *produk placement* dan persepsi kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu perubahan sikap.

Model regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

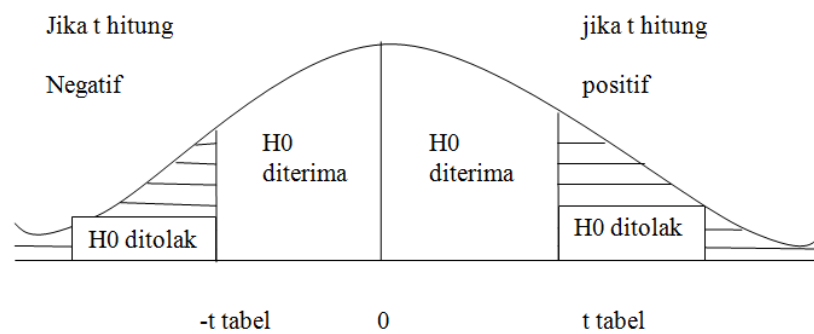
- Y = Perubahan Sikap
- a = Konstanta
- X₁ = *Product Placement*
- X₂ = Persepsi Kualitas Produk
- e = error
- b₁ = Koefisien regresi parsial untuk mengukur pengaruh X₁ terhadap Y jika X₁ berubah (naik atau turun) satu unit dan X₂ konstan.
- b₂ = Koefisien regresi parsial untuk mengukur pengaruh X₂ terhadap Y jika X₂ berubah (naik atau turun) satu unit dan X₁ konstan.

3.13 Pengujian Hipotesis

3.13.1 Uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005; 84). Kriteria pengujian Uji Statistik t yaitu, H₀ ditolak apabila t hitung < dari t tabel (α = 0,025). Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk menguji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,025) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruh nyata antara *product placement* dan persepsi kualitas produk terhadap Perubahan Sikap. Dengan demikian hipotesis satu terbukti kebenarannya.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,025) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara *product placement* dan persepsi kualitas produk terhadap Perubahan Sikap. Dengan demikian hipotesis satu terbukti kebenarannya.



Gambar 3.1
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t

3.13.2 Uji signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen/ variabel besas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat (Ghozali, 2005; 84).

Rumus uji F yang digunakan adalah:

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Sumber: Sugiyono (2010; 257)

Dimana: $R =$ Koefisien korelasi ganda
 $k =$ Jumlah variabel independen
 $n =$ Jumlah anggota sampel

1) Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$, artinya *product placement* dan persepsi kualitas produk secara simultan tidak ada pengaruh terhadap Perubahan Sikap.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$, artinya *product placement* dan persepsi kualitas produk secara simultan ada pengaruh terhadap Perubahan sikap.

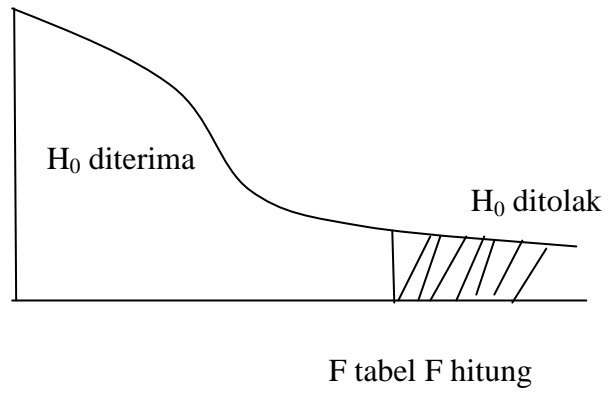
2) Menentukan F_{tabel}

Menentukan taraf nyata (α) = 0,05 atau 5% dan $df = (k-1); (n-k)$ untuk menentukan nilai F_{table}

3) Kriteria yang dipakai dalam uji F adalah:

a) Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan ada pengaruh nyata antara *product placement* dan persepsi kualitas produk terhadap Perubahan sikap. Dengan demikian hipotesis dua terbukti kebenarannya.

b) Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara simultan tidak ada pengaruh nyata antara *product placement* dan persepsi kualitas produk terhadap Perubahan sikap. Dengan demikian hipotesis dua tidak terbukti kebenarannya.



Gambar 3.2
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F