

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dalam penelitian kuantitatif mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan atau hipotesis yang saling berkaitan. Menurut Sugiyono (2013:13) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alasan peneliti memilih jenis penelitian kuantitatif dikarenakan dalam penelitian yang akan dilakukan adalah menggunakan perhitungan yang akan dilakukan adalah menggunakan perhitungan Matematik dan menggunakan hipotesis untuk menduga dari fenomena yang ada di lapangan.

3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi adalah suatu kesatuan dari individu maupun subjek pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan diamati atau diteliti (Supardi. 1993). Wilayah populasi yang digunakan adalah masyarakat Semarang kota yang belum menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Generali cabang Semarang dan pernah melihat promosi – promosi atau iklan video yang dikeluarkan oleh PT. Asuransi Jiwa Generali cabang Semarang di koran, majalah, tabloid, televisi, situs berita, blog, media sosial, dan tempat-tempat umum sekitar 15.800 orang dilihat dari pengikut instagram @generalid.

Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang akan menjadi subjek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi (Supardi, 1993). Dengan demikian peneliti tidak memungkinkan meneliti seluruh anggota populasi maka dibentuk sebuah perwakilan. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Semarang kota yang belum menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Generali cabang Semarang dan yang pernah melihat promosi – promosi atau iklan video yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Jiwa Generali cabang Semarang di koran, majalah, tabloid, televisi, situs berita, blog, media sosial, dan tempat-tempat umum, sehingga jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Peneliti menggunakan rumus Slovin dalam perhitungan sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 15%, berikut rumus Slovin yang dikemukakan oleh Husein Umar (2013, hlm. 78):

$$\frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus Slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{15.800}{1+15.800(15\%)^2} = \frac{15.800}{356,6} = 46 \text{ orang}$$

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sampel *nonprobability* sampling yaitu dengan teknik *Purposive Sampling*. Metode ini menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel. Kriteria pemilihan sampel terbagi menjadi kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi merupakan kriteria sampel yang diinginkan peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Sedangkan kriteria eksklusi merupakan kriteria khusus yang menyebabkan calon responden yang memenuhi kriteria inklusi harus dikeluarkan dari kelompok penelitian. Dimana peneliti telah membuat beberapa kriteria berdasarkan ciri – ciri subjek yang akan dijadikan sampel penelitian. Ciri – ciri yang ditentukan peneliti dan harus dimiliki responden adalah masyarakat Semarang kota yang belum menjadi nasabah PT. Asuransi Jiwa Generali cabang Semarang dan pernah melihat video Iklan PT. Asuransi Jiwa Generali cabang Semarang di koran, majalah, tabloid, televisi, situs berita, blog, media sosial, dan tempat-tempat umum.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai input utama. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban langsung responden dimana didapat terkait tanggapan tentang pengaruh video iklan PT. Asuransi Jiwa Generali cabang Semarang terhadap minat beli dan data tersebut akan dikumpulkan menggunakan pendekatan kuesioner. Penyebaran kuesioner pada responden dengan menggunakan google form yang mana responden tersebut mengenal

PT. Asuransi Jiwa Generali cabang Semarang dan pernah melihat iklan video atau promosi – promosi di koran, majalah, tabloid, televisi, situs berita, blog, media sosial, dan tempat-tempat umum Data primer dalam penelitian ini berupa data persepsional. Data tersebut akan dikuantitatifkan dengan metode skala likert. Penelitian ini menggunakan penelitian dengan instrumen skala likert.

Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner. Pengisian kuesioner ini akan menggunakan google form dan juga pemantauan melalui telepon genggam. Mengingat sekarang masih musim virus covid – 19 dan himbauan yang dikeluarkan oleh pemerintah, harus selalu melakukan protokol kesehatan yaitu social distancing, mencuci tangan, menggunakan masker dan mengurangi mobilitas. Kuesioner adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket dengan beberapa pertanyaan, sehingga dalam waktu relatif singkat dapat menjangkau banyak responden. Kuesioner disebarkan kemudian diisi oleh responden yang menggunakan Instrumen Skala Likert. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

3.3.3. Uji Validitas

Nisfiannoor (2013) menjelaskan bahwa pernyataan butir dapat dikatakan valid apabila nilai pada corrected item – total correlation lebih besar dari 0.2. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 46 responden.

Tabel 3.2: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan iklan video (*interactivity*)

No Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.886	0.284	Valid
2	0.876	0.284	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Kuesioner 2022

Tabel 3.3: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan iklan video (*accessibility*)

No Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.846	0.284	Valid
2	0.858	0.284	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Kuesioner 2022

Tabel 3.4: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan iklan video (*entertainment*)

No Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.750	0.284	Valid
2	0.837	0.284	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Kuesioner 2022

Tabel 3.5: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan iklan video (*informativeness*)

No Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.817	0.284	Valid
2	0.836	0.284	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Kuesioner 2022

Tabel 3.6: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan iklan video (*irritation*)

No Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.901	0.284	Valid
2	0.869	0.284	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Kuesioner 2022

Tabel 3.7: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan iklan video (*credibility*)

No Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.770	0.284	Valid
2	0.759	0.284	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Kuesioner 2022

Tabel 3.8: Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Minat Beli

No Soal	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.733	0.284	Valid
2	0.685	0.284	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Kuesioner 2022

Pada penelitian ini harus dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsisten atau tidak kuesioner dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur semua variabel. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian reliabilitas ini adalah alpha 0,70.

3.3.4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS For Windows uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* \geq 0,70 (Nunnally dalam Ghozali, 2018). Dikatakan reliabel ketika suatu ukuran menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama.

Tabel 3.9 Koefisien Interval Tingkat Hubungan:

0,000 – 0,199	Tidak Reliabel
0,200 – 0,399	Kurang Reliabel
0,400 – 0,599	Cukup Reliabel
0,600 – 0,799	Reliabel

0,800 – 1,000	Sangat Reliabel
---------------	-----------------

reliabilitas dianggap cukup apabila alpha dihitung lebih besar dari 0,7.

Tabel 3.10: Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Interactivity	0.711	Reliabel
Accessibility	0.622	Tidak Reliabel
Entertainment	0.414	Tidak Reliabel
Informativeness	0.537	Tidak Reliabel
Irritation	0.721	Reliabel
Credibility	0.289	Tidak Reliabel
Minat beli	0.012	Tidak Reliabel

3.4 Alat Analisis Deskriptif

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan statistik deskriptif. Sugiyono (2012:206) dalam Utami (2016) mendefinisikan statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yaitu dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau general. Penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert dengan skor 1 adalah jawaban sangat tidak setuju hingga jawaban 4 adalah jawaban sangat setuju. Untuk keperluan analisis deskriptif perlu adanya rentang skala sebagai interpretasi:

- Rendah = 1 sampai 2,33
- Sedang = 2,34 sampai 3,67
- Tinggi = 3,68 sampai 5