

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti memilih di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan di tempat tersebut, terdapat masalah mengenai keputusan pembelian *smartphone Samsung* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan terhitung dari bulan Januari 2019 hingga Juni 2019. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan yang sudah tidak padat, sehingga memberikan kemudahan peneliti dalam melakukan penelitian dan fokus pada pelaksanaan penelitian.

B. Metode Penelitian

1. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan untuk penelitian ini sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu, seberapa besar pengaruh

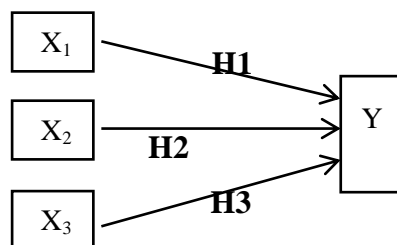
kualitas produk (X_1) citra merek (X_2) dan iklan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang diajukan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari citra merek terhadap keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari iklan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III. 5. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Keterangan:

Variabel bebas (X_1) : Kualitas produk

Variabel bebas (X_2) : Citra merek

Variabel bebas (X_3) : Iklan

Variabel terikat (Y) : Keputusan pembelian

—————> : Arah Pengaruh

C. Populasi dan Sampling

Populasi dan sampel penelitian merupakan masalah sumber data yang harus selalu dihadapi dalam penelitian. Masalah populasi dan sampel sebagai data mempunyai peranan yang sangat penting dalam penelitian. Dalam hal ini penentuan sumber data tergantung dengan masalah yang akan diteliti dan hipotesis yang akan di uji kebenarannya.

Sugiyono (2014:119), mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasari karena peneliti yang juga sedang berkuliah di Fakultas Ekonomi Universitas negeri Jakarta.

Sugiyono (2014:120), mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Menurut Sugiyono (2014:126), mengatakan bahwa *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini pertimbangan yang diambil adalah responden yang memakai *smartphone* Samsung.

Untuk penelitian ini, sampelnya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang memutuskan untuk melakukan pembelian *smartphone* Samsung yang berjumlah 120 mahasiswa.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu kualitas produk (Variabel X_1), citra merek (Variabel X_2), iklan (Variabel X_3) dan keputusan pembelian (Variabel Y). Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah tahapan-tahapan yang harus dilewati oleh konsumen untuk menentukan pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan atas produk atau jasa yang akan dikonsumsi.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian terdiri atas empat dimensi. Dimensi pertama pengenalan kebutuhan, dengan indikator pertama rangsangan dari dalam dengan sub indikator diri sendiri; indikator kedua yaitu rangsangan dari luar dengan sub indikator pengaruh teman. Dimensi kedua pencarian informasi, dengan indikator pertama sumber pribadi, dengan sub indikator pertama keluarga dan sub indikator kedua teman. Dimensi ketiga, yaitu evaluasi alternatif, dengan indikator memilih diantara dua atau lebih alternatif. Dimensi keempat yaitu keputusan, dengan indikator membeli merek yang disukai.

c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur

variabel keputusan pembelian dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator keputusan pembelian.

Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel III. 3.

Tabel III. 3. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan dari dalam	Diri Sendiri	1,4	7		1,4	7	1,4	7
	Rangsangan dari luar	Pengaruh Teman	2,5	8		2,5	8	2,5	8
Pencarian Informasi	Sumber pribadi	Keluarga	3,9	13		3,9	13	3,9	12
		Teman	6,14	-		6,14	-	6,13	
Evaluasi Alternatif	Memilih diantara alternatif	-	10,15	16	16	10,15	-	10,14	
Keputusan Pembelian	Membeli merek yang disukai	-	11,12	17	11,17	12	-	11	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif jawaban dari satu pertanyaan masing-masing yang telah disediakan. Kemudian setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada Tabel III. 4. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III. 1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{ixt}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
 x_i = Deviasi skor butir dari X_i
 x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-drop.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 6 halaman 127) dari 17 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 14 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Sugiyono (2014:89) mengatakan rumus yang digunakan uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
 $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
 st^2 = Varian skor total

Sudjana (2013: 94) mengatakan varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

$$\begin{aligned} S_i^2 &= \text{Simpangan baku} \\ n &= \text{Jumlah populasi} \\ \sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\ \sum X_i &= \text{Jumlah data} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,667$, $S_t^2 = 27,11$ dan r_{ii} sebesar 0,719 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 9 halaman 130). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 14 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Kualitas Produk

a. Definisi Konseptual

Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan.

b. Definisi Operasional

Kualitas produk terdiri atas lima dimensi. Dimensi pertama kinerja, dengan indikator pertama dapat membantu kegiatan sehari-hari. Dimensi kedua kesesuaian, dengan indikator pertama produk

sesuai keinginan konsumen; indikator kedua yaitu spesifikasi. Dimensi ketiga daya tahan, dengan indikator pertama *lifetime* dan indikator kedua kemudahan dalam perbaikan. Dimensi keempat, yaitu estetika, dengan indikator desain *user interface* indikator kedua desain *handphone*. Dimensi kelima, yaitu bentuk, dengan indikator ukuran *handphone*.

c. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk

Kisi-kisi instrumen kualitas produk disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator kualitas produk. Kisi-kisi instrumen kualitas produk dapat dilihat pada tabel III. 5.

Tabel III. 5. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk (Variabel X1)

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No, Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kinerja	Membantu kegiatan sehari – hari	1, 3	5		1, 3	5	1, 3	5
Kesesuaian	Sesuai keinginan konsumen	2, 4	6	6	2, 4	-	2, 4	
	Spesifikasi	7, 9	11		7, 9	11	6, 8	9
Daya tahan	<i>Lifetime</i>	8, 10	12	10, 12	8	-	7,	
	Kemudahan dalam Perbaikan	13, 15, 17	-	17	13, 15	-	10, 12	
Estetika	Desain <i>User Interface</i>	14, 16	18		14, 16	18	11, 13	14
	Desain <i>Handphone</i>	19	21	21	19	-	15	
Bentuk	Ukuran <i>Handphone</i>	20, 22	23	22	20	23	16	17

Untuk mengisi setiap butir pernyataan, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif jawaban dari satu pertanyaan masing-masing yang telah disediakan. Kemudian setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 6. Skala Penilaian Instrumen Kualitas Produk

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kualitas Produk

Proses pengembangan instrumen kualitas produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas produk terlihat pada Tabel III. 6. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas produk.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas produk sebagaimana tercantum pada Tabel III. 5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 134) dari 23 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 6 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 17 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Sugiyono (2014:89) mengatakan rumus yang digunakan uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Sudjana (2013: 94) mengatakan varians butir itu sendiri dapat

diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,832$, $S_t^2 = 53,89$ dan r_{ii} sebesar 0,797 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 15 halaman 137). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 17 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas produk.

3. Citra Merek

a. Definisi Konseptual

Citra merek merupakan gambaran keseluruhan mengenai sebuah merek dari pelanggan.

b. Definisi Operasional

Citra merek dapat diukur dengan dua dimensi, yaitu dimensi pertama adalah asosiasi merek, dengan indikator pertama, yaitu atribut produk, dengan sub indikator pertama yaitu harga, sub indikator kedua yaitu fitur, sub indikator ketiga yaitu warna. Indikator kedua, yaitu keuntungan, dengan sub indikator pertama yaitu percaya diri. Indikator ketiga yaitu pengalaman. Dimensi kedua citra merek adalah keunggulan atau keunikan dengan indikator pertama, yaitu layar yang sensitif dengan sentuhan.

c. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek

Kisi-kisi instrumen citra merek disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator citra merek. Kisi-kisi instrumen citra merek dapat dilihat pada tabel III. 7.

Tabel III. 7. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek (Variabel X2)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Dro <i>p</i>	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Asosiasi Merek	Atribut Produk	Harga	1, 3	5		1, 3	5	1, 3	4
		Fitur produk	2, 4	6	4	2	6	2	5
		Warna	7, 9	11	7, 9	-	11		8
	Keuntungan	Percaya diri	8, 10	12		8, 10	12	6, 7	9
	Pengalaman	-	13, 15	17	15	13	17	10	13

Keunggulan atau keunikan	Layar yang sensitive dengan sentuhan	-	14, 16	18		14, 16	18	11, 12	14
--------------------------	--------------------------------------	---	--------	----	--	--------	----	--------	----

Untuk mengisi setiap butir pernyataan, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif jawaban dari satu pertanyaan masing-masing yang telah disediakan. Kemudian setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 8. Skala Penilaian Instrumen Citra Merek

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Citra Merek

Proses pengembangan instrumen citra merek dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel citra merek terlihat pada Tabel III. 8. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel citra merek.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel citra merek sebagaimana tercantum pada Tabel III. 5. Setelah konsep

instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 18 halaman 141) dari 18 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 14 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian

butir dan varian total. Sugiyono (2014:89) mengatakan rumus yang digunakan uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Sudjana (2013:94) mengatakan varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,779$, $S_t^2 = 32,80$ dan r_{ii} sebesar 0,761 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 21 halaman 144). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 14 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek.

4. Iklan

a. Definisi Konseptual

Iklan adalah bentuk dari komunikasi nonpribadi tentang ide dan produk yang dibayarkan oleh sponsor tertentu.

b. Definisi Operasional

Iklan dapat diukur dengan beberapa indikator. Indikator pertama adalah media elektornik, dengan sub indikator pertama televisi dan sub indikator kedua adalah internet. Indikator kedua, yaitu media cetak, dengan sub indikator pertama surat kabar dan sub indikator kedua adalah majalah. Indikator ketiga yaitu papan reklame/*billboard*, indikator keempat yaitu *sponsorship*.

c. Kisi-Kisi Instrumen Iklan

Kisi-kisi instrumen iklan disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel iklandan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator iklan. Kisi-kisi instrumen iklan dapat dilihat pada tabel III. 9.

Tabel III. 9. Kisi-Kisi Instrumen Iklan (Variabel X3)

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Media Elektronik	Televisi	1, 2	5		1, 2	5	1, 2	5
	Internet	3, 4	8		3, 4	8	3, 4	8
Media Cetak	Surat Kabar	6, 7	11	11	6, 7	-	6, 7	
	Majalah	9, 10	14	9	10	14	9	10
Papan Reklame (<i>BillBoard</i>)	-	12, 13	17	12, 13	-	17		13

<i>Sponsorship</i>	-	15, 16	18		15, 16	18	11, 12	14
--------------------	---	--------	----	--	--------	----	--------	----

Untuk mengisi setiap butir pernyataan, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif jawaban dari satu pertanyaan masing-masing yang telah disediakan. Kemudian setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 10. Skala Penilaian Instrumen Iklan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-Ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Iklan

Proses pengembangan instrumen iklan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel iklan terlihat pada Tabel III. 10. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel iklan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel iklan sebagaimana tercantum pada Tabel III. 7. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas

Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana:

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*.

Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 24 halaman 148) dari 18 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 14 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Sugiyono (2014:89) mengatakan rumus yang digunakan uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Sudjana (2013:94) mengatakan varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,677$, $S_t^2 = 52,16$ dan r_{ii} sebesar 0,891 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 27 halaman 151). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 14 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur iklan.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Apabila sudah memperoleh data, menurut Janie (2012:13) data tersebut di uji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Kolmogorov Smirnov* dan *Normal Probability Plot*.

Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik *Kolmogorov Smirnov*, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis gambar (*Normal Probability Plot*), yaitu:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas Regresi

Pengujian linearitas bertujuan mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan *SPSS* menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Kadir & Djaali (2015:180), mengatakan bahwa

variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05.

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : artinya data tidak linear
- 2) H_a : artinya data linear

Kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linear.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linear.

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel *independent* terhadap satu variabel *dependent*. Adapun Janie (2012:13), mengatakan perhitungan persamaan umum regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_n$$

Keterangan:

- \hat{Y} = variabel terikat
 X_n = variabel bebas
 a = konstanta
 b_1 = koefisien regresi variabel bebas

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Ghozali (2013:98), mengatakan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah satu parameter (b_i) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila t hitung $> t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikan $< 0,05$.
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila t hitung $< t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikan $> 0,05$.

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Imam Ghozali (2013:97) mengemukakan bahwa koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent dalam suatu persamaan regresi. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics versi 24.