



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Sifat Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Ciri-ciri sebuah penelitian kuantitatif adalah peneliti melakukan sebuah pengujian tentang hipotesis yang telah dibuatnya; pengukurannya secara sistematis telah dibuat sebelum pengumpulan data dan telah distandardisasi; konsep diperoleh dalam bentuk variabel yang berbeda; dan proses analisis menggunakan statistik, tabel atau diagram dan mempertimbangkan hubungan dengan hipotesis (Neuman, 2003, h. 123). Penelitian kuantitatif juga berangkat dari hipotesa peneliti dengan konsep dalam bentuk variabel-variabel yang jelas.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian eksplanatif. Menurut Neuman (2003, h. 22), penelitian eksplanatif ialah penelitian yang menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Menurut Neuman (2003, h. 145) tujuan penelitian eksplanatif adalah untuk menemukan tingkat keakuratan sebuah prinsip atau teori, menemukan penjelasan yang terbaik atas suatu gejala, memajukan pengetahuan tentang hal-hal produk, menghubungkan isu-isu atau topik-topik berbeda, membangun dan menggabungkan teori yang ada sehingga menjadi lebih

lengkap, memperluas sebuah teori atau prinsip ke dalam area atau isu yang baru, memberikan bukti untuk mendukung atau menyangkal sebuah penjelasan atau dugaan. Dalam penelitian ini peneliti hendak meneliti pengaruh *event* Teh Javana Candi ke Candi 10K terhadap *brand awareness* Teh Javana melalui #JavanaCandikeCandi.

3.2. Metode Penelitian

Menurut Neuman (2003, h. 165), prosedur yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif ada 3 (tiga) jenis, yaitu: eksperimen, survei dan analisa konten. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian survei. Penelitian survei sering disebut dengan *correlational*. Penelitian survei yang dilakukan penulis memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan (*explanatory research*). Tujuan utama dari survei adalah untuk menghasilkan data statistik, atau data dalam angka tentang berbagai aspek populasi yang diteliti. Pengumpulan informasi dilakukan dengan mengajukan pernyataan kepada sampel dimana jawabannya tersebut merupakan data yang kemudian akan dianalisis (Neuman, 2003, h. 225).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Neuman (2007, h. 247), populasi merupakan sebuah ide dan abstrak dari sebuah kelompok besar dari beberapa kasus yang ada. Dalam suatu penelitian, peneliti tidak perlu selalu meneliti semua

individu dalam populasi karena tentunya akan lebih banyak memakan waktu dan biaya yang besar. Oleh karena itu, dilakukan pengambilan sampel dimana sampel yang diambil adalah sampel yang benar-benar representasi atau mewakili seluruh populasi. Namun, dalam penelitian ini populasi yang digunakan dalam penelitian ini tidak dalam jumlah yang besar sehingga peneliti memilih seluruh populasi untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Populasi yang akan menjadi objek penelitian adalah seluruh peserta lari wisata “Teh Javana Candi ke Candi 10K” yang memposting foto di *Instagram* dengan menggunakan #javanacandikecandi yaitu sebanyak 129 responden.

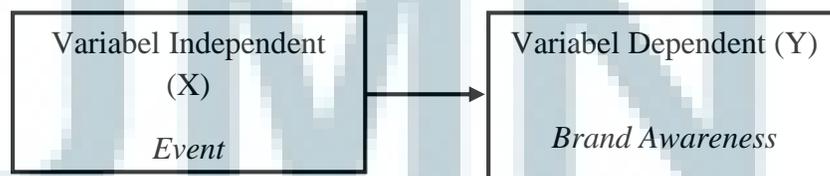
3.3.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian anggota dari populasi yang dipilih oleh peneliti menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya (Neuman, 2007, h. 246). Selain itu, Sugiyono (2013, h. 149) mengungkapkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Kesimpulan yang ditarik dari sampel akan diberlakukan bagi populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus dapat mewakili atau merepresentasikan seluruh populasi.

Teknik penarikan sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah *total sampling*. *Total sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiyono, 2007). Alasan peneliti menggunakan teknik *total sampling* adalah agar hasil dari penelitian ini dapat merepresentasikan populasi dalam penelitian ini. Sampel dalam penelitian sama dengan jumlah populasi yaitu sebanyak 129 responden.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang akan diteliti, yaitu *Event* dan *Brand Awareness*. Variabel merupakan hal utama dan ide sentral dari penelitian kuantitatif. Variabel itu sendiri dapat diartikan sebagai suatu konsep yang memiliki variasi-variasi didalamnya. Bahasa-bahasa yang ada dalam penelitian kuantitatif adalah bahasa dari variabel-variabel dan hubungan antara variabel-variabel tersebut (Neuman, 2000, h. 126). Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:



Berdasarkan bagan hubungan antar variabel di atas, maka operasionalisasi variabel yang berfungsi untuk kesamaan dan kesesuaian dalam penelitian, yakni

sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

| VARIABEL | DIMENSI | INDIKATOR | PERNYATAAN | SKALA |
|--|-----------------------------|--|---|---|
| <p>VARIABEL X <i>EVENT</i> (Silvers dalam (Natoradjo, 2011))</p> | <p>Materi Pemasaran</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Informasi seputar <i>event</i> yang diterima oleh pengunjung sebelum acara yang dibuat dalam media promosi seperti spanduk/banner jelas. • Informasi seputar <i>event</i> yang diterima oleh pengunjung sebelum acara yang dibuat dalam beberapa media sosial Teh Javana. | <ul style="list-style-type: none"> • Informasi pada media promosi seputar <i>event</i> Teh Javana Candi ke Candi 10K jelas dan menarik. • Media promosi <i>event</i> seperti spanduk, poster, brosur, <i>website</i>, dll membantu saya mengetahui informasi seputar <i>event</i> Teh Javana Candi ke Candi 10K. • Informasi tentang Teh Javana Candi ke Candi yang terdapat pada media sosial Teh Javana membantu saya memahami dengan jelas <i>event</i> tersebut. | <p>Skala Likert (1 – 4) 1: STS 2: TS 3: S 4: SS</p> |

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> Informasi yang saya peroleh membuat saya tertarik untuk mengikuti <i>event</i> Teh Javana Candi ke Candi 10K. | |
| | <p>Transportasi dan Penyambutan Tamu</p> | <ul style="list-style-type: none"> Lahan parkir memadai. Toilet yang memadai. Terdapat petugas yang berada di tempat keramaian sebagai <i>helper</i> yang dapat membantu pengunjung untuk memahami acara dan denah. Petunjuk arah yang jelas dan mudah dipahami oleh | <ul style="list-style-type: none"> Menurut saya, fasilitas <i>event</i> Teh Javana Candi ke Candi 10K seperti lahan parkir dan toilet memadai. Petunjuk arah berupa gambar, suara, dll membantu saya dalam menemukan lokasi <i>event</i>. Kehadiran petugas yang berada di tengah keramaian membantu saya memahami denah <i>event</i>. Menurut saya tata letak meja registrasi <i>event</i> lari wisata | <p>Skala Likert (1 – 4)</p> <p>1: STS</p> <p>2: TS</p> <p>3: S</p> <p>4: SS</p> |

| | | | |
|-------------------------------------|---|---|---|
| | <p>pengunjung seperti denah tempat <i>event</i> dan arah acara.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meja registrasi yang mudah dijangkau. | <p>Teh Javana Candi ke Candi 10K cukup strategis.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menurut saya lokasi <i>event</i> lari wisata Teh Javana Candi ke Candi 10K sangat strategis dan terjangkau. | |
| <p>Nuansa, Suasana dan Dekorasi</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi <i>event</i> memadai untuk menampung seluruh pengunjung. • Suasana tempat <i>event</i> nyaman. • Dekorasi tempat <i>event</i> yang menarik karena sesuai dengan tema dari <i>event</i> tersebut. | <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi <i>event</i> lari wisata Teh Javana Candi ke Candi 10K mampu menampung seluruh peserta acara. • Dekorasi acara tersebut terlihat menarik karena sesuai dengan tema acara tersebut. • Acara berlangsung dengan tertib sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi para peserta acara. | <p>Skala Likert (1 – 4)</p> <p>1: STS</p> <p>2: TS</p> <p>3: S</p> <p>4: SS</p> |

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>Hidangan</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan bagi pengunjung untuk mendapatkan makanan dan minuman. • Keramahan <i>staff</i> selama <i>event</i> berlangsung. | <ul style="list-style-type: none"> • Saya tidak kesulitan dalam mencari makanan dan minuman selama acara berlangsung. • Panitia acara memberikan pelayanan dengan baik. • Saya merasa aman karena adanya petugas keamanan dan tenaga medis selama acara berlangsung. | <p>Skala Likert (1 – 4)</p> <p>1: STS 2: TS 3: S 4: SS</p> |
| <p><i>Entertainment</i> (kegiatan kegiatan lain)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Acara yang dapat memberikan nilai tambah bagi pengalaman pengunjung acara. • <i>Event</i> berlangsung secara tepat waktu. | <ul style="list-style-type: none"> • Pengisi acara memberikan hiburan bagi peserta acara. • Acara atau kegiatan lainnya seperti pertunjukkan music dan festival kuliner nusantara memberikan nilai tambah untuk acara tersebut. | <p>Skala Likert (1 – 4)</p> <p>1: STS 2: TS 3: S 4: SS</p> |

| | | | |
|---------------------------------|--|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Pengisi acara yang mampu membuat penonton antusias. | <ul style="list-style-type: none"> • Para pengisi acara mampu membangkitkan antusias peserta acara. • Acara lari wisata Teh Javana Candi ke Candi 10K berjalan tepat waktu. | |
| <i>Amenities & Souvenir</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Ketertarikan pengunjung terhadap tanda terima kasih atas partisipasi pengunjung acara. • <i>Merchandise</i> yang dijual pada <i>event</i> berkualitas baik. • Hadiah tambahan yang diberikan jika pengunjung mengikuti <i>games</i> menarik. | <ul style="list-style-type: none"> • Saya tertarik dengan hadiah yang diberikan pada acara tersebut. | <p>Skala Likert (1 – 4)</p> <p>1: STS</p> <p>2: TS</p> <p>3: S</p> <p>4: SS</p> |

| | | | | |
|---|---------------------------------|--|--|--|
| <p><i>Brand Awareness</i> (Durianto, Sugiarto, & Budiman, 2004)</p> | <p><i>Brand Recognition</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> Konsumen mulai mengenal adanya sebuah merek dan akan kembali muncul setelah adanya bantuan dalam mengingat merek tersebut. | <ul style="list-style-type: none"> Saya dapat langsung mengenali Teh Javana hanya dengan melihat simbol atau atribut lainnya. Saya mengetahui bahwa Teh Javana merupakan salah satu produk teh dalam kemasan yang diproduksi oleh PT Tirta Alam Segar atau Wings Food. | <p>Skala Likert (1 – 4)</p> <p>1: STS 2: TS 3: S 4: SS</p> |
| | <p><i>Brand Recall</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> Pengingatan kembali terhadap suatu merek tanpa adanya bantuan, melainkan kesadaran sendiri. | <ul style="list-style-type: none"> Saya mengenali Teh Javana dari kemasannya. Saya mengenali Teh Javana dari bentuk tulisan dan logonya. | <p>Skala Likert (1 – 4)</p> <p>1: STS 2: TS 3: S 4: SS</p> |
| | <p><i>Top of Mind</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> Merek yang pertama kali diingat oleh seorang konsumen pada saat konsumen tersebut ditanya | <ul style="list-style-type: none"> Saya menyebutkan “Teh Javana” saat hendak membeli minuman teh dalam kemasan siap minum. | <p>Skala Likert (1 – 4)</p> <p>1: STS 2: TS 3: S 4: SS</p> |

| | | | |
|--|---|---|--|
| | <p>atau mengingat pada suatu kategori produk. Dalam hal ini tidak adanya bantuan.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Teh Javana merupakan produk teh dalam kemasan siap minum yang muncul dalam benak atau pikiran saya. • Setiap ada yang menyebutkan teh dalam kemasan siap minum saya langsung teringat pada Teh Javana. | |
|--|---|---|--|

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data primer dan data sekunder dimana data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 1998, h. 91).

3.5.1. Data Primer

Pengumpulan data primer yakni data yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti yang didapat langsung dari objek penelitian untuk

memecahkan masalah penelitian menggunakan metode survei. Metode ini banyak digunakan untuk penelitian yang memiliki tujuan eksplanatif. Tentunya, metode ini menanyakan pada responden dengan menggunakan kuesioner atau wawancara sehingga tidak ada manipulasi keadaan dalam penelitian survei, responden hanya menjawab pertanyaan yang diberikan.

Dalam survei, peneliti membuat kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang dijawab oleh orang lain. Kemudian hasilnya dirangkum dibuat tabel dan grafiknya serta dihitung menggunakan persentasi (Neuman, 2000, h. 33). Hal yang membedakan survei dengan angket ialah dimana survei membutuhkan responden yang ditetapkan berdasarkan suatu rancangan guna membentuk validitas penelitian, sedangkan angket membutuhkan responden sukarela yang bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Menurut Neuman, metode survei membutuhkan waktu yang lebih singkat dan biaya yang dikeluarkan relatif lebih kecil.

Survei yang dilakukan dalam penelitian ini ialah menyebarkan kuesioner yang bersifat tertutup, di mana peneliti sudah menyediakan jawabannya sehingga responden hanya tinggal memilih salah satu dari jawaban yang telah disediakan tersebut. Pada setiap jawaban dari setiap pernyataan dalam kuesioner memiliki bobot tersendiri. Peneliti menggunakan skala likert. Skala Likert adalah pengukuran yang

digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang mengenai sebuah objek yang mana objek tersebut telah ditentukan oleh peneliti (Kriyantono, 2012, h. 138).

Tabel 3.2 Skala Likert

| Bobot Skala/Skor | Skala |
|------------------|---------------------------|
| 4 | Sangat Setuju (SS) |
| 3 | Setuju (S) |
| 2 | Tidak Setuju (TS) |
| 1 | Sangat Tidak Setuju (STS) |

Sumber: Kriyantono (2012, h. 138)

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia (Azwar, 1998, h. 91). Diperoleh melalui website, buku-buku, jurnal ilmiah, literatur, ataupun sumber lain yang relevan dengan penelitian.

3.6. Teknik Pengukuran Data

Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi suatu indikator, sedangkan validitas berkaitan dengan ketepatan penggunaan indikator untuk menjelaskan

variabel yang sedang diteliti. Kaitan antara reliabilitas dengan validitas adalah perangkat ukur yang reliabel belum tentu valid, sedangkan perangkat ukur yang valid sudah pasti reliabel.

Hasil data yang telah ada, melalui penyebaran kuesioner, akan diolah menggunakan sebuah *software* yang umumnya digunakan sebagai teknik pengolahan data pada penelitian kuantitatif, yaitu *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Peneliti akan menggunakan SPSS versi 22.

3.6.1. Uji Validitas

Dalam suatu penelitian sangat diperlukan keabsahan data dan hasil analisa untuk mendukung teori dan hipotesa yang ada. Untuk itu kuesioner yang disebar sebagai instrumen dalam pengumpulan data harus diuji validitasnya sehingga data yang tidak valid dapat dihilangkan untuk menjamin bahwa hasil penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, setiap responden diharapkan dapat mengisi pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dengan baik dan benar.

Menurut Neuman (2007, h. 181), terdapat beberapa ketentuan dalam menentukan butir-butir pertanyaan yang dapat dikatakan valid apabila sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien korelasi hasil perhitungan harus positif. Jika hasilnya negatif maka butir pertanyaan tersebut tidak valid dan harus dihilangkan untuk analisis selanjutnya.
- b. Nilai koefisien korelasi hasil perhitungan harus lebih besar dari nilai koefisien tabel. Jika nilai koefisien korelasi lebih kecil dari nilai tabel, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid dan harus dihilangkan untuk analisis selanjutnya.

Menurut Ghozali (2011, h. 53) uji validitas dilakukan dengan uji signifikansi. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai pada item *Corrected Item-Total Correlation* dari kedua variabel yang dibandingkan dengan nilai pada r tabel. Jika nilai pada r tabel lebih besar, maka item pernyataan dalam kuesioner penelitian dinyatakan valid. Untuk menentukan nilai dalam r tabel, maka peneliti harus menentukan nilai df , yaitu $n-2$.

Dalam hal pengujian validitas guna penelitian lebih lanjut, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden awal. Tingkat toleransi kesalahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Pada r tabel, nilai untuk $df = 30-2 = 28$ dengan tingkat toleransi 5% adalah sebesar

0,3610. Jadi butir pernyataan yang dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari 0,3610. Berikut hasil r hitung pada kedua variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X Event (pre-test)

| Item-Total Statistics | | | | |
|------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Event_1 | 62,40 | 50,248 | ,604 | ,914 |
| Event_2 | 62,27 | 49,720 | ,616 | ,913 |
| Event_3 | 62,43 | 48,185 | ,658 | ,912 |
| Event_4 | 62,33 | 50,230 | ,565 | ,914 |
| Event_5 | 62,30 | 50,355 | ,532 | ,915 |
| Event_6 | 62,47 | 49,568 | ,420 | ,919 |
| Event_7 | 62,33 | 49,678 | ,449 | ,917 |
| Event_8 | 62,53 | 47,568 | ,667 | ,912 |
| Event_9 | 62,23 | 49,978 | ,571 | ,914 |
| Event_10 | 62,20 | 48,993 | ,623 | ,913 |
| Event_11 | 62,23 | 49,082 | ,615 | ,913 |
| Event_12 | 62,27 | 49,099 | ,709 | ,912 |
| Event_13 | 62,40 | 49,214 | ,580 | ,914 |
| Event_14 | 62,37 | 49,757 | ,564 | ,914 |
| Event_15 | 62,23 | 48,875 | ,642 | ,913 |
| Event_16 | 62,60 | 47,352 | ,680 | ,911 |
| Event_17 | 62,37 | 48,309 | ,680 | ,912 |
| Event_18 | 62,70 | 48,976 | ,575 | ,914 |
| Event_19 | 62,50 | 50,466 | ,414 | ,918 |

| | | | | |
|----------|-------|--------|------|------|
| Event_20 | 62,50 | 48,672 | ,487 | ,917 |
|----------|-------|--------|------|------|

Sumber: Pengolahan SPSS *pre-test* (SPSS 22.0)

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil *r* hitung untuk variabel X yaitu *event* pada *Corrected Item-Total Correlation* semua item menunjukkan hasil lebih dari 0,3610 maka dapat dikatakan bahwa butir pernyataan untuk variabel X *event* valid.

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y *Brand Awareness* (*pre-test*)

| Item-Total Statistics | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Brand_1 | 18,00 | 16,069 | ,753 | ,905 |
| Brand_2 | 18,27 | 13,857 | ,792 | ,900 |
| Brand_3 | 17,93 | 15,926 | ,836 | ,899 |
| Brand_4 | 17,97 | 15,895 | ,774 | ,903 |
| Brand_5 | 18,33 | 14,644 | ,744 | ,904 |
| Brand_6 | 18,47 | 14,395 | ,867 | ,891 |
| Brand_7 | 18,63 | 15,275 | ,580 | ,925 |

Sumber: Pengolahan SPSS *pre-test* (SPSS 22.0)

Tabel di atas menunjukkan bahwa hasil *r* hitung untuk variabel Y yaitu *brand awareness* pada *Corrected Item-Total Correlation* semua item menunjukkan hasil lebih dari 0,3610 maka dapat dikatakan bahwa butir pernyataan untuk variabel Y *brand awareness* valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Menurut Neuman (2003, h. 179), reliabilitas merupakan konsistensi dari pengukuran (*the consistency of measurement*). Uji reliabilitas dilakukan agar suatu fakta mempunyai ketergantungan dan konsistensi dengan hal yang lain sehingga bukan hanya menjadi suatu teori atau hal yang tidak dapat dipertanggungjawabkan atau berarti ketergantungan dan konsistensi.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan cara tes ulang (*retest*), yaitu dengan cara penggunaan instrumen penelitian tersebut terhadap subjek yang sama, dilakukan dalam waktu yang berlainan.

Pada penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan metode *Alpha-Cronbach*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS untuk menguji reliabilitas. SPSS memiliki fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*, dengan ketentuan bahwa setiap pertanyaan mempunyai reliabilitas, jika:

1. Nilai *Cronbach's Alpha* positif dan tidak boleh negatif.
2. Nilai *Cronbach's Alpha* hasil perhitungan sama atau lebih besar dari 0,8.

Tabel 3.5 Tabel Pengukuran Tingkat Reliabilitas

| Alpha | Tingkat Reliabilitas |
|-------------|----------------------|
| 0,00 – 0,20 | Kurang Reliabel |
| 0,21 – 0,40 | Agak Reliabel |
| 0,41 – 0,60 | Cukup Reliabel |
| 0,61 – 0,80 | Reliabel |
| 0,81 – 1,00 | Sangat Reliabel |

Sumber: Yohanes Anton Nugroho.2011. *Its Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta:

Sripta Media Creative

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel X Event (pre-test)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,918 | 20 |

Sumber: Pengolahan SPSS *pre-test* (SPSS 22.0)

Berdasarkan tabel diatas, angka Cronbach's Alpha pada uji reliabilitas terhadap pernyataan-pernyataan variabel X peneliti sebesar 0,918. Hal tersebut menunjukkan bahwa pernyataan dari setiap item pada variabel X sangat reliable.

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel Y Brand Awareness (pre-test)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,917 | 7 |

Sumber: Pengolahan SPSS *pre-test* (SPSS 22.0)

Berdasarkan tabel diatas, angka Cronbach's Alpha pada uji reliabilitas terhadap pernyataan-pernyataan variabel Y peneliti sebesar 0,917. Hal tersebut menunjukkan bahwa pernyataan dari setiap item pada variabel Y sangat reliable.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara atau metode untuk menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. (Noor, 2011: 164)

3.7.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam variabel yang akan dianalisis berdistribusi normal. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Data berdistribusi normal artinya data mempunyai sebaran merata sehingga benar-benar mewakili populasi (Dantes, 2012). Dalam penelitian ini digunakan uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov yang memiliki taraf signifikansi 0,05. Sehingga data dianggap berdistribusi normal apabila memiliki taraf signifikansi $> 0,05$.

3.7.2. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk menentukan sejauh mana dua variabel atau lebih berhubungan dengan pengumpulan data yang dilakukan pada dua variabel dari subjek yang diteliti, selanjutnya dilakukan perhitungan dan pengujian sesuai dengan formulasi stastika yang digunakan (Dantes, 2012). Rumus yang digunakan dalam perhitungan ini adalah Pearson Product Moment:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*.

n = Jumlah individu dalam sampel.

$\sum x$ = Jumlah variabel bebas

$(\sum x)^2$ = Jumlah variabel bebas yang telah dikudaratkan

$\sum x^2$ = Jumlah dari masing – masing tiap jawaban responden yang dikuadratkan

$\sum y$ = Jumlah variabel terikat

$(\sum y)^2$ = Jumlah variabel terikat yang telah dikuadratkan

$\sum y^2$ = Jumlah dari masing – masing tiap jawaban responden yang dikuadratkan.

Kekuatan hubungan dapat disimpulkan dari nilai bilangan koefisien korelasi, nilai yang mendekati nol menyatakan hubungan yang lemah, sedangkan nilai yang mendekati +1 atau -1 menunjukkan hubungan yang lebih kuat. Secara garis besar dapat digambarkan

r = koefisien korelasi antara variabel Independent dengan Dependent

Jika $r = 1$ maka pengaruh x dan y sempurna dan positif.

Jika $r = -1$ pengaruh x dan y sempurna dan negatif.

Jika $r = 0$ pengaruh antara x dan y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Pedoman untuk melihat kuat atau lemahnya hubungan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8 Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|---------------------------|-------------------------|
| < 0,19 | Sangat rendah |
| 0,20 – 0,39 | Rendah |
| 0,40 – 0,59 | Sedang |
| 0,60 – 0,79 | Tinggi |
| 0,80 – 1,00 | Sangat Tinggi |

Sumber : (Dantes, 2012)

3.8. Analisis Regresi

3.8.1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besar persentase pengaruh satu variabel dengan variabel yang lainnya. Cara menghitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi dan kemudian dikonversikan ke dalam bentuk persentase. Secara jelasnya, dapat dilihat pada rumus:

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

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

Hasil perhitungan tersebut akan menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam persentase, sementara angka di luar persentase menunjukkan pengaruh variabel independen lain di luar penelitian terhadap variabel dependen.

3.8.2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan. Regresi dalam penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana. Regresi jenis tersebut ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan (Kriyantono, 2006, h. 183).

Analisis regresi berkaitan dengan uji korelasi yang dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan sebab-akibat diantara dua variabel atau lebih yang diteliti. Jika terdapat dua variabel penelitian yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X (*independen*) dan variabel terikat Y (*dependen*), lalu akan dihitung atau dicari nilai-nilai Y yang lain berdasarkan nilai X yang diketahui (Umar, 2013). Rumus yang digunakan adalah

$$Y' = a + bX$$

Di mana:

Y' = Variabel tidak bebas

X = Variabel bebas

a = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila $X = 0$

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka arah garis naik, bila b (-) maka arah garis terjadi penurunan

Nilai a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y (\sum x^2) - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

3.9. Uji Hipotesis

Di dalam suatu penelitian, terdapat dua macam hipotesis, yaitu hipotesis nol dan alternatif. Hipotesis nol (H_0) diartikan sebagai tidak adanya perbedaan antara ukuran populasi dan ukuran sampel. Hipotesis yang akan diuji adalah hipotesis nol. Sementara itu, hipotesis alternatif (H_a) adalah (Sugiyono, 2014, h. 85) lawannya hipotesis nol, yang berbunyi adanya perbedaan antara data populasi dengan data sampel.

Dalam penelitian ini, bentuk hipotesis yang digunakan adalah hipotesis asosiatif, di mana suatu pernyataan menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2009, h. 89). Berdasarkan hipotesis teoretis yang telah dijabarkan dalam bab II maka, hipotesis statistik yang akan diuji dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_a : \rho \neq 0$$

Hipotesis tersebut kemudian akan diuji dengan menggunakan kriteria pengujian hipotesis yang berbunyi sebagai berikut:

- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka h_0 ditolak, dan h_a diterima

