



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

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu paradigma penelitian positivistik. Setyosari (2013, h. 46) menyatakan bahwa paradigma positivistik memiliki keyakinan dimana prinsip dan hukum yang bersifat umumlah yang mengatur kehidupan sosial sebagaimana yang berlaku dalam lingkup fisik. Menurut paradigma ini, untuk memahami perilaku manusia diperlukan pengamatan. Oleh sebab itu, penulis melakukan pengujian hipotesis dan mengumpulkan data secara objektif untuk memperoleh hasil yang dapat digeneralisasikan, sistematis dan bersifat terbuka.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pada umumnya, jenis penelitian ini menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data dan selanjutnya data tersebut dianalisis. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik, kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik (Suharsaputra, 2012, h. 49). Sedangkan,

menurut Hamdi dan Bahruddin (2014, h. 5), penelitian kuantitatif itu cenderung menekankan fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol.

Penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh penulis memiliki sifat eksplanatif, yaitu dapat menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya. Oleh karena itu, penelitian eksplanatif menggunakan sampel dan hipotesis. Beberapa pakar juga menyatakan bahwa penelitian eksplanatif memiliki kredibilitas untuk mengukur, menguji hubungan sebab-akibat dari dua atau beberapa variabel, sehingga dapat mengembangkan dan menyempurnakan teori (Bungin, 2005, h. 38).

Seperti yang sudah dikemukakan di atas, penelitian ini merupakan sebuah penelitian yang ingin mencari pengaruh *celebrity endorser* “Agnez Mo” sebagai variabel *independent* terhadap kesadaran merek *Vivo-V series* sebagai variabel *dependent*.

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian survei (*survey research*). Survei dapat didefinisikan sebagai sebuah cara yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai informasi dari sejumlah besar individu, melalui penyebaran kuesioner, wawancara atau dengan melalui pos

(*by mail*), serta telepon (Yusuf, 2014, h. 48). Sedangkan, Nana Syaodih berpendapat bahwa penelitian survei biasanya digunakan untuk mengumpulkan informasi berbentuk opini dari sejumlah besar orang terhadap topik atau isu-isu tertentu. Terdapat 3 karakteristik utama dari survei (Hamdi dan Bahruddin, 2014, h. 6):

- a. Informasi dikumpulkan dari sekelompok besar orang untuk mendeskripsikan beberapa aspek, seperti kemampuan, sikap, kepercayaan, serta pengetahuan dari populasi
- b. Informasi dikumpulkan melalui pengajuan pertanyaan (tertulis atau lisan)
- c. Informasi diperoleh dari sampel, bukan dari populasi

Tujuan utama penelitian survei yaitu untuk mengetahui gambaran umum karakteristik dari populasi. Hal yang dicari oleh peneliti adalah bagaimana anggota dari sebuah populasi menyebar dalam atau lebih variabel, seperti usia, jenis kelamin dan lainnya (Hamdi dan Bahruddin, 2014, h. 6).

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi.

Populasi penelitian adalah keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan hal lainnya, yang pada akhirnya objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2005, h. 99). Pengertian populasi lainnya dari Sugiyono (Suryani dan Hendryadi, 2015, h. 190), yaitu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek

yang memiliki kualitas, sekaligus karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Vivo di akun Instagram @vivo_indonesia. Akun Instagram @vivo_indonesia ini merupakan *official account* dari Vivo Indonesia yang telah melakukan kegiatan promosinya di Instagram sejak 19 Mei 2016. Vivo Indonesia aktif di berbagai media sosial, salah satunya Instagram dengan jumlah pengikut sebesar 219.000 orang. Target pasar Vivo yaitu wanita atau pria, umur 19 – 25 tahun dan mengetahui Agnez Mo sebagai *celebrity endorser* Vivo Indonesia.

3.4.2 Sampel.

Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang diambil untuk diteliti dan hasil dari penelitian tersebut akan digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan demikian, sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti, serta digeneralisasi terhadap populasi. Cara pemilihan sampel disebut juga teknik *sampling* (Suryani dan Hendryadi, 2015, h. 192).

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Teknik *non-probability sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama

bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lebih lanjut, *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan suatu pertimbangan tertentu atau bersyarat (Sugiyono, 2009, h. 66 dan 68).

Sebelumnya, peneliti telah melakukan *pre-test* terhadap rancangan kuesioner yang telah dibuat. Untuk *pre-test*, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden. Hal itu dilakukan dengan tujuan untuk menemukan pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner yang kurang mendukung jalannya proses analisis data yang ada.

Dalam penentuan jumlah responden, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan nilai presisi sebesar 95% yang diharapkan dapat mewakili seluruh populasi tersebut dan dengan taraf kesalahan sebesar 5% (Kriyantono, 2009, h. 162).

Rumus Slovin:

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

n : jumlah sampel yang dicari

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan

Dengan rumus slovin tersebut, maka jumlah sampel yang diperoleh antara lain:

Keterangan: $N = 219.000$ (diambil dari seluruh jumlah pengikut akun @vivo_Indonesia di Instagram)

$$n = \frac{219000}{1 + 219000 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{219000}{548,5}$$

$$n = 399,27$$

Dari perhitungan yang ada, diketahui bahwa jumlah sampel yang akan diambil sebesar 399,27 orang dan dibulatkan menjadi 399 responden. Peneliti menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 399 responden yang diharapkan dapat mewakili populasi.

3.5 Operasional Variabel

Menurut Muninjaya (2003, h. 24), operasional variabel adalah suatu hal yang sangat penting, guna menghindari penyimpangan maupun kesalahpahaman pada saat melakukan pengumpulan data. Penyimpangan dapat muncul dalam bentuk “bias” dan disebabkan oleh pemilihan atau penggunaan alat pengumpul data yang kurang tepat, serta susunan pertanyaan yang tidak konsisten.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh *celebrity endorser* Agnez Mo terhadap kesadaran merek Vivo V-series ini, memiliki dua variabel antara lain *celebrity endorser* sebagai variabel independen (X)

dan variabel kesadaran merek sebagai variabel dependen (Y). Kedua variabel tersebut dapat dikerangkakan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Deskripsi
<i>Celebrity Endorser (X)</i> (Amy Dyson dan Douglas Turco, 1994)	<i>Familiarity</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Anda mengenal Agnez Mo sebagai selebriti yang berprestasi, multitalenta dan sudah <i>go-international</i> • Anda tahu bahwa Agnez Mo memiliki karir yang sangat baik di dunia <i>entertainment</i>, selalu menjadi sorotan media dalam hal-hal yang positif.
	<i>Relevance</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Agnez Mo sebagai selebriti yang terkenal di dalam dan luar negeri, telah sesuai dengan merek Vivo yang sudah mendunia. • Anda merasa bahwa Agnez Mo memiliki nilai atau karakter yang cocok dengan produk Vivo V-series.

	<i>Esteem</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Anda menganggap Agnez Mo sebagai salah satu selebriti yang kredibel dalam setiap hal yang dilakukannya. • Agnez Mo menjadi salah satu selebriti yang Anda banggakan dan setiap hal atau karya yang dilakukan oleh Agnez Mo selalu menarik perhatian Anda.
	<i>Differentiation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Anda menganggap Agnez Mo sebagai selebriti yang memiliki kecakapan, daya tarik dan selebriti yang elegan. • Agnez Mo merupakan selebriti yang unik dalam hal berpakaian maupun dalam setiap penampilannya dan sering menjadi <i>trend setter</i> bagi masyarakat Indonesia.
<p><i>Brand Awareness (Y)</i> (David A. Aaker, 1997)</p>	<p><i>Brand recognition</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya mengenal merek Vivo sebagai salah satu merek <i>smartphone</i> yang berasal dari China.

		<ul style="list-style-type: none"> • Saya mengetahui bahwa Vivo memproduksi <i>smartphone</i>, seperti Vivo V7, Vivo V9 dan lainnya.
	<i>Brand recall</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Saya langsung mengingat merek Vivo setelah melihat logonya. • Saya mengingat merek Vivo setelah mengingat konser musik yang ditayangkan secara serentak di beberapa stasiun televisi

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data-data yang didapat dari hasil penelitian dan dari berbagai literatur atau yang disebut data primer dan sekunder. Berdasarkan sumbernya, data dapat dikelompokkan menjadi dua:

3.6.1 Data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti atau disebut responden (Suyanto dan Sutinah, 2011, h. 55). Pengumpulan data primer menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dan *interview guide*. Menurut Sugiyono (2013, h. 230) kuesioner yaitu sebuah teknik pengumpulan data yang

efisien, jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Penggunaan kuesioner tepat digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, serta dapat diberikan kepada responden secara langsung maupun melalui internet.

3.6.2 Data sekunder.

Data sekunder adalah jenis data yang mencakup informasi, telah dikumpulkan dan hanya mungkin relevan dengan permasalahan yang ada (McDaniel dan Gates, 2001, h. 81). Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan melalui buku, artikel, jurnal, data dari internet, dan skripsi maupun tesis penelitian sebelumnya.

3.7 Teknik Pengukuran Data

Untuk skala pengukuran variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Penggunaan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi sub-variabel. Selanjutnya, sub-variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Indikator-indikator tersebut yang dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen berupa pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden (Riduwan dan Kuncoro, 2008, h. 20).

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang tentang gejala atau fenomena yang dialaminya. Rensis Likert sebagai penemu skala ini, menggunakan skala likert untuk mengukur kesetujuan dan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sebuah objek tertentu, dengan jenjang yang terdiri atas sangat setuju (SS) dengan nilai 5, setuju (S) dengan nilai 4, netral (N) dengan nilai 3, tidak setuju (TS) dengan nilai 2 dan sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1 (Arifin, 2017, h. 14-15). Hasil data dari kuesioner yang telah disebar ke responden akan diolah menggunakan *software SPSS (Statistical Program for Social Science)* yang sudah umum digunakan oleh para peneliti sebagai teknik pengolahan data pada penelitian kuantitatif. Peneliti akan menggunakan *SPSS 16.00 for windows*.

Tahap selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian, mengumpulkan fakta atau pun data diperlukan sebuah alat ukur dan cara yang baik, sehingga peneliti dapat memperoleh data yang valid, *reliable*, serta akurat.

3.7.1 Uji validitas.

Validitas merupakan relevan atau tidaknya pengukuran yang dilakukan pada penelitian. Dalam hal ini, lebih menekankan pada alat pengukur (Suyanto dan Sutinah, 2011, h. 83).

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya sebuah kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap valid, apabila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Intinya, validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam

sebuah kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ dengan n adalah jumlah sampel (Ghozali, 2013, h. 52-53).

Dalam penelitian ini, untuk *pre-test* peneliti memiliki jumlah sampel sebesar 30 orang (n), maka jumlah df yaitu 28 dan alpha 0,05. Dengan melihat r tabel, diperoleh angka 0,374.

Tabel 3.2 Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	50.0667	75.375	.776	.943
P2	50.5000	72.397	.592	.946
P3	50.1000	76.990	.624	.945
P4	50.6667	71.195	.578	.948
P5	50.6000	71.903	.747	.941
P6	50.6000	70.593	.804	.940
P7	50.2000	72.028	.630	.945
P8	50.1000	70.576	.795	.940
P9	50.1333	70.671	.804	.940
P10	50.1333	69.982	.813	.939
P11	50.4333	70.737	.843	.939
P12	50.4000	71.903	.766	.941
P13	50.4667	71.085	.759	.941
P14	50.6333	68.309	.813	.940

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Berdasarkan hasil pengujian validitas variabel di atas, menunjukkan bahwa nilai *corrected item-total correlation* dari

pertanyaan 1 sampai dengan 14 memiliki nilai lebih besar dari r tabel (0,374). Hal ini membuktikan bahwa semua pertanyaan tersebut valid.

3.7.2 Uji reliabilitas.

Reliabilitas adalah kesamaan hasil pengukuran bila fakta diukur atau pun diamati berkali-kali dalam waktu yang berlainan. Dalam hal ini, baik alat atau pun cara mengukur keduanya memiliki peranan yang penting dalam waktu yang bersamaan. Perlu diperhatikan bahwa *reliable* belum tentu akurat (Suyanto dan Sutinah, 2011, h. 84).

Reliabilitas merupakan sebuah hasil pengukuran relatif konsisten, apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali (Umar, 2002, h. 101). Sedangkan, menurut Ghozali (2007, h. 45) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel, jika jawaban responden selalu konsisten dari waktu ke waktu. Ada dua cara dalam pengukuran reliabilitas antara lain pengukuran yang berulang dan pengukuran yang dilakukan sekali saja. Pengukuran berulang yaitu ketika responden diberikan pertanyaan yang sama dalam jangka waktu yang berbeda-beda untuk melihat tingkat konsistensinya. Sedangkan, pengukuran sekali saja yaitu pengukuran yang hanya dilakukan sekali saja dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan mengukur hubungan antar jawaban dari pertanyaan yang ada. Kriteria dari reliabilitas yaitu reliabilitas dari sebuah variabel akan dikatakan baik, jika Cronbach's Alpha > 0,60.

Tabel 3.3 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.946	14

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2018

Hasil uji reliabilitas variabel di atas menunjukkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,946 lebih besar daripada 0,60. Nilai tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan pada variabel di atas adalah *reliable*.

3.7.3 Uji Normalitas

Untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan dalam penelitian ini mengikuti dugaan distribusi normal atau tidak, maka menggunakan uji normalitas. Dalam melakukan uji normalitas, dapat memakai uji sebagai berikut (Pramesti, 2014, h. 24):

- a. Kolmogrov-Smirnov: uji normalitas untuk sampel besar. Dalam SPSS, jika dipilih tingkat signifikansi $\alpha = 0,05 < \text{nilai sig SPSS}$, maka dapat dikatakan bahwa data mengikuti distribusi normal.
- b. Shapiro-Wilks: uji normalitas untuk sampel kecil sampai dengan jumlah 2000. Pada SPSS, jika dipilih tingkat signifikansi $\alpha = 0,05 < \text{nilai sig SPSS}$, maka dapat dikatakan bahwa data mengikuti distribusi normal.

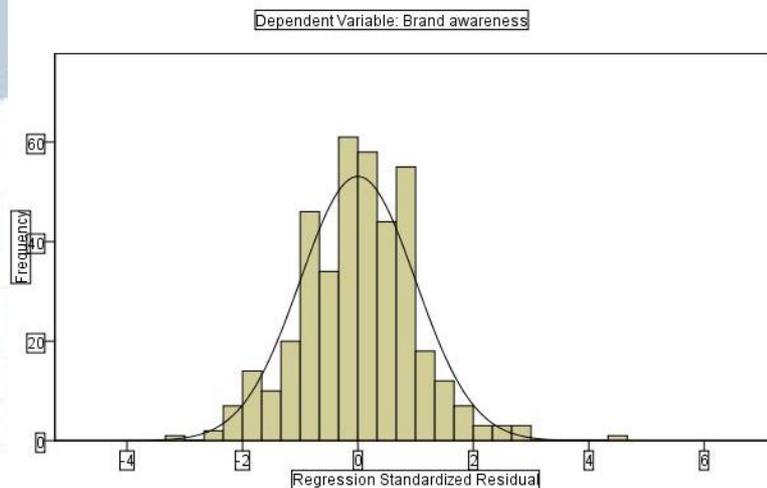
Gambar 3.1 Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		399
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.55512007
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		1.218
Asymp. Sig. (2-tailed)		.103

a. Test distribution is Normal.

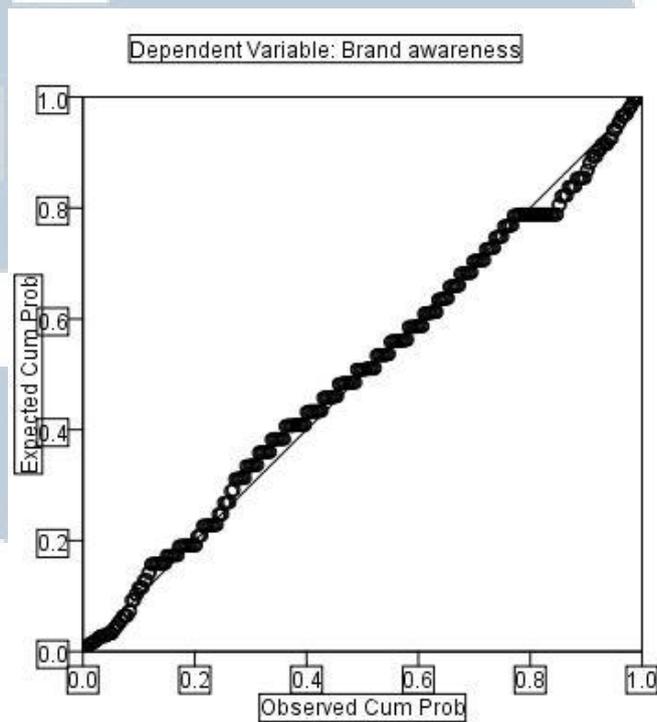
Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,103 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dapat dikatakan bahwa data mengikuti distribusi normal. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (Ghozali, 2013, h. 154).

Gambar 3.2 Histogram



Berikut hasil gambaran dari uji normalitas terhadap data residual dari penelitian ini menggunakan grafik p-plot di bawah ini:

Gambar 3.3 Normal P-Plot



Grafik Normal P-P Plot memperlihatkan garis lurus yang terbentang dari kiri bawah ke kanan atas dan titik-titik menyebar di sekitar garis. *Observed value* merupakan nilai pengamatan *brand awareness*, sedangkan *expected normal* merupakan nilai normal yang diharapkan. Tingkat penyebaran titik di sekitar garis menunjukkan normal tidaknya sebuah data (Trihendradi, 2013, h. 98). Dari gambar di atas, dapat dilihat titik-titik sebaran data berada di garis diagonal. Dalam sebaran data penelitian ini, memenuhi persyaratan normalitas dan distribusinya normal.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data terdiri dari mengelompokkan data berdasarkan variabel dari responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik. Ada dua jenis statistik yang dapat digunakan untuk analisis data penelitian yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah diperoleh sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Sedangkan, analisis statistik inferensial (statistik induktif atau probabilitas) digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya akan diberlakukan untuk populasi. Statistik ini disebut sebagai statistik probabilitas karena kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel itu kebenarannya bersifat peluang (Sugiyono, 2013, h. 238-240).

Untuk penelitian ini, dilakukan analisis statistik deskriptif maupun inferensial karena penelitian dilakukan pada sampel. Statistik deskriptif digunakan oleh peneliti untuk menggambarkan data jawaban responden lewat penyajian data dan statistik inferensial digunakan untuk membuat kesimpulan atas karakteristik populasi.

3.8.1 Uji Hipotesis

Uji hipotesis didasarkan dengan menggunakan dua hal yaitu tingkat signifikansi atau probabilitas (α) dan tingkat kepercayaan (*confidence interval*). Umumnya, tingkat signifikansi itu sebesar 0,05. Kisarannya dimulai dari 0,01 sampai dengan 0,1 (Kurniawan dan Yuniarto, 2016, h. 24).

Secara statistik, hipotesis merupakan pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang telah diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Taksiran populasi didapatkan melalui data sampel. Oleh sebab itu, dalam statistik yang diuji adalah hipotesis nol (pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik. Lawan dari hipotesis nol (H_0) yaitu hipotesis alternatif (H_a), yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik (Sugiyono, 2013, h. 253).

Penelitian ini menggunakan bentuk pengujian hipotesis berupa uji dua pihak (*two tail*) dengan hipotesis asosiatif. Uji dua pihak digunakan pada saat hipotesis nol (H_0) berbunyi “sama dengan” dan hipotesis alternatifnya (H_a) berbunyi “tidak sama dengan” ($H_0 =$, $H_a \neq$). Hipotesis asosiatif yaitu pernyataan yang menunjukkan dugaan mengenai hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013, h. 258). Hipotesis asosiatif:

Hipotesis nol : Tidak ada hubungan antara X dan Y

Hipotesis alternative : Terdapat hubungan antara X dan Y

Ho: $\rho = 0$ (berarti tidak ada hubungan)

Ha: $\rho \neq 0$ (berarti ada hubungan)

Hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

Ho: $\rho = 0$, berarti tidak ada pengaruh *celebrity endorser* terhadap kesadaran merek Vivo V-series

Ha: $\rho \neq 0$, berarti ada pengaruh *celebrity endorser* terhadap kesadaran merek Vivo V-series

3.8.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel dan keeratan hubungannya. Arah hubungan antar variabel dapat bernilai positif dan negatif, serta nol apabila tidak memiliki hubungan sama sekali. Kuatnya hubungan antar variabel X dan Y diukur dengan koefisien korelasi pada fungsi linier. Dalam analisis korelasi, pengujian korelasi pearson dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut (Kurniawan dan Yuniarto, 2016, h. 19-30):

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

Untuk penafsiran koefisien korelasi dapat menggunakan tabel sebagai berikut:

Gambar 3.4 Koefisien Korelasi

Penafsiran Koefisien Korelasi Menurut Gelford

No.	Nilai Koefisien Korelasi	Keterangan
1.	$0 < 0,2$	Hubungan yang sangat kecil dan bisa dianggap tidak ada korelasi
2.	$\geq 0,2 - < 0,4$	Hubungan yang kecil/tidak erat
3.	$\geq 0,4 - < 0,7$	Hubungan yang moderat/sedang
4.	$\geq 0,7 - < 0,9$	Hubungan yang erat
5.	$\geq 0,9 - < 1$	Hubungan yang sangat erat

Sumber: Kurniawan dan Yuniarto, 2016

3.8.3 Analisis Regresi Sederhana

Menurut Albert Kurniawan (2010, h. 43), analisis regresi sederhana merupakan pengaruh antara dua variabel saja, di mana terdiri dari satu variabel bebas atau independen (X) dan satu variabel terikat atau dependen (Y). Analisis ini juga digunakan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan.

Berikut rumus persamaan regresi sederhana di bawah ini:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta (apabila nilai X sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA