



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 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memakai paradigma penelitian berupa positivistik, karena paradigma positivistik melihat suatu fenomena sebagai akibat dari suatu sebab. Oleh karena itu penelitian ini cocok dengan paradigma positivistik.

Kuantitatif menurut Creswell (2014, p. 86) adalah satu set variabel yang saling terhubung yang terbentuk menjadi hipotesis yang menentukan antar variabel dan memprediksi hasil dari suatu penelitian. Kemudian menurut Vanderstoep dan Johnston (2009, p. 7) penelitian kuantitatif akan memiliki temuan dari sampel yang diteliti lebih akurat dan mencerminkan keseluruhan populasi dari sampel yang diambil. Penelitian ini memiliki jenis penelitian berupa pendekatan kuantitatif. Peneliti memilih pendekatan kuantitatif karena pendekatan ini memiliki hasil penelitian dengan data yang akurat, kemudian peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat bagaimana pengaruh *endorsement* kepada *beauty influencer* terhadap *purchase intention* produk Maybelline New York (Survei Pada Wilayah Kota Tangerang) dalam bentuk data yang akurat.

Dalam penelitian tiga sifat penelitian yaitu, eksploratif, deskriptif dan eksplanatif. Menurut Morissan (2012, p. 35-38) penelitian eksploratif biasanya digunakan pada penelitian dengan topik baru yang belum diteliti sebelumnya. Sebagai contoh misalnya: seorang peneliti ingin meneliti maraknya pemberitaan skandal korupsi yang dilakukan oleh pegawai direktorat jendral pajak, sejumlah orang telah berunjuk rasa menolak membayar pajak. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh gerakan menolak membayar pajak tersebut: seberapa luas gerakan tersebut? Seberapa besar dukungan masyarakat terhadap gerakan tersebut? Bagaimana gerakan tersebut diorganisir? Siapa aktivis atau pendukung utama gerakan tersebut?

Kemudian penelitian eksploratif merupakan penelitian awal yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai suatu topik penelitian yang nantinya akan diteliti lebih jauh. Penelitian eksploratif biasanya digunakan untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi rasa ingin tahu peneliti dan untuk memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap suatu fenomena.
2. Untuk menguji kelayakan suatu topik untuk dilakukan penelitian lanjutan.
3. Untuk merencanakan metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian selanjutnya.

Penelitian deskriptif merupakan pengamatan yang bersifat ilmiah yang dilakukan dengan hati-hati dan cermat, serta lebih akurat dan tepat dibandingkan dengan pengamatan biasa yang seperti dilakukan oleh wartawan. Sebagai contoh misalnya: sensus penduduk dilakukan guna mendapatkan penjelasan secara akurat dan tepat mengenai karakteristik berbagai macam atau tipe masyarakat pada suatu wilayah. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan suatu kondisi sosial tertentu. Penelitian ini juga menjelaskan secara cermat urutan atau kronologis suatu kejadian atau peristiwa.

Penelitian eksplanatif memberikan penjelasan dan alasan dalam bentuk sebab dan akibat. Misalnya: penelitian yang bertujuan untuk mengetahui mengapa suatu kota memiliki tingkat kejahatan lebih tinggi dibandingkan dengan kota-kota lainnya? mengapa orang-orang tertentu memiliki rasa curiga lebih besar dari orang lain? mengapa penghasilan wanita lebih sedikit dibandingkan pria untuk jenis pekerjaan yang sama?. Penelitian ini juga memiliki sifat penelitian berupa eksplanatif, karena sifat eksplanatif memberikan penjelasan dalam bentuk sebab dan akibat, maka peneliti ingin mengetahui pengaruh *endorsement* kepada *beauty influencer* terhadap *purchase intention* produk Maybelline New York (Survei Pada Wilayah Kota Tangerang).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif memiliki beberapa jenis yaitu: deskriptif, korelasional, survei, eksperimental dan kuasi-eksperimental. Dalam buku Rakhmat

(2012, p. 24), metode deskriptif bertujuan untuk menjelaskan fakta secara sistematis atau menjelaskan karakteristik suatu populasi atau bidang tertentu secara cermat dan faktual. Penelitian deksriptif tidak mencari dan juga tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif ditujukan untuk:

1. Mengumpulkan informasi secara aktual dan rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat suatu perbandingan dan evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan juga belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana serta keputusan pada waktu yang akan datang.

Penelitian korelasional menurut Rakhmat (2012, p. 31), adalah untuk meneliti hubungan di antara berbagai variabel. Penelitian yang memakai metode korelasional mencoba meneliti hubungan antara variabel-variabel misalnya: ingin mengetahui hubungan antara usia dengan ruang yang diminatinya: apakah pembaca yang lebih tua cenderung menyenangi tajuk rencana, apakah pembaca yang lebih muda lebih menyukai pokok dan tokoh. Metode korelasional biasanya digunakan untuk:

1. Mengukur hubungan di antara berbagai variabel.
2. Meramalkan variabel tak bebas dari pengetahuan kita tentang variabel bebas.

3. Meratakan jalan untuk membuat rancangan penelitian eksperimental.

Dalam buku Creswell (2014, p. 201) survei merupakan deskripsi kuantitatif atau numerik tentang tren, sikap atau pendapat suatu populasi dengan mempelajari sampel dari populasi yang diteliti. Kemudian menurut Yusuf (2014, p. 48) survei merupakan informasi dari sejumlah besar individu (responden) dengan menggunakan teknik pengambilan data seperti kuesioner, wawancara, melalui pos (*by mail*) atau telepon. Tujuan utama dari penelitian survei adalah untuk mengetahui bagaimana karakteristik dari populasi.

Dalam Warwick dan Lininger (1975) dalam Yusuf (2014, p. 48) penelitian survei memiliki tiga karakteristik:

- a. Informasi dikumpulkan melalui sekelompok orang yang dapat menggambarkan aspek atau karakteristik dari suatu populasi.
- b. Teknik utama dalam mengumpulkan suatu informasi yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, dan jawaban yang diberikan oleh responden akan disusun menjadi data dari penelitian.
- c. Informasi yang sudah dikumpulkan dari sejumlah orang adalah sampel penelitian. Informasi yang didapat melalui survei dapat dikategorikan ke dalam tiga hal: (1) opini tentang kehidupan sehari-hari, survei pasar atau pendapat tentang presiden dan lainnya. (2) sikap tentang sesuatu; (3) fakta tentang yang diinterview. Ini berarti data penelitiannya dapat berupa kemampuan, sikap, kepercayaan, pengetahuan, aktivitas,

dan pendapat seseorang, namun bisa juga berupa tentang kehidupan, ciri-ciri demografis dari masyarakat, lingkungan sosial, maupun visi ke depan.

Menurut Rakhmat (2012, p. 32) penelitian eksperimental ditujukan untuk meneliti suatu hubungan sebab dan akibat dengan cara memanipulasikan satu atau lebih variabel pada satu kelompok eksperimental dan membandingkan hasilnya dengan kelompok kontrol yang tidak mengalami manipulasi. Secara singkat eksperimen ditandai tiga hal:

1. Manipulasi, mengubah secara sistematis keadaan tertentu
2. Observasi, mengamati dan mengukur hasil manipulasi
3. Kontrol, mengendalikan setiap kondisi penelitian ketika manipulasi sedang berlangsung.

Metode terakhir adalah kuasi eksperimental menurut Rakhmat (2012, p. 50), metode kuasi eksperimental biasa digunakan untuk mendekati kondisi eksperimental pada saat situasi yang tidak memungkinkan memanipulasi variabel. Metode kuasi eksperimental mempunyai dua ciri. Pertama dalam penelitian tidak bisa meletakkan subjek secara random pada kelompok eksperimental atau kelompok kontrol. Ciri kedua, dalam penelitian tidak dapat mengenakan variabel bebas kapan dan kepada siapa saja yang dikehendaknya.

Penelitian ini memakai metode penelitian survei, karena peneliti ingin mengambil informasi mengenai tanggapan responden mengenai pengaruh *endorsement* pada *beauty influencer* terhadap *purchase intention* produk Maybelline New York, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada calon responden yang sudah dipilih di Kota Tangerang.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Burhan (2005, p. 109-110) populasi dalam penelitian adalah keseluruhan dari objek suatu penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, peristiwa, nilai hidup atau sebagainya, sehingga objek-objek dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi yang dilihat dari penentuan sumber data, maka populasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu populasi terbatas dan populasi tak terhingga.

a. Populasi terbatas, yaitu memiliki sumber data yang jelas batasnya secara kuantitatif. Misalnya, jumlah populasi di kota A sebanyak 150.000, 78.000 laki-laki, 72.000 perempuan.

b. Populasi tak terhingga, yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batasnya secara kuantitatif, tetapi hanya bisa dijelaskan secara kualitatif. Misalnya dalam suatu penelitian ingin meneliti jumlah pengangguran yang ada di

Indonesia. Berarti penelitian ini harus menghitung jumlah pengangguran tahun ke tahun dan setiap kota di Indonesia. Kemudian penelitian ini harus menafsirkan jumlah-jumlah pengangguran yang akan datang.

Populasi juga dapat dibedakan dari kompleksitas yaitu populasi homogen dan populasi heterogen.

- a. Populasi homogen, individu yang menjadi anggota populasi memiliki sifat-sifat yang relatif sama satu dengan yang lain.
- b. Populasi heterogen, individu yang menjadi anggota populasi memiliki sifat-sifat individual atau sifat yang berbeda satu dengan yang lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan usia 17-25 tahun yang sudah mengenal produk-produk kecantikan. Tempat yang di ambil menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Kota Tangerang. Jumlah penduduk perempuan yang berumur 17-25 tahun pada Kota Tangerang tahun 2016 berjumlah 205.511 penduduk.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kota Tangerang



Output Tabel Dinamis

Kelompok Umur	2014			2015			2016		
	Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang			Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang			Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Tangerang		
	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki+Perempuan	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki+Perempuan	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki+Perempuan
0-4	104 434	100 725	205 159	104 434	100 725	205 159	98 492	94 955	193 447
5-9	88 848	84 498	173 346	88 848	84 498	173 346	88 546	84 764	173 310
10-14	71 737	69 303	141 040	71 737	69 303	141 040	72 453	69 984	142 437
15-19	80 735	82 526	163 261	80 735	82 526	163 261	84 095	85 281	169 376
20-24	100 884	97 299	198 183	100 884	97 299	198 183	102 375	9 744	199 819
25-29	112 783	108 867	221 650	112 783	108 867	221 650	112 706	110 486	223 192
30-34	109 302	105 241	214 543	109 302	105 241	214 543	113 738	108 699	22 437
35-39	93 913	90 809	184 722	93 913	90 809	184 722	96 909	94 480	191 389
40-44	80 821	76 652	157 473	80 821	76 652	157 473	84 305	80 362	164 667
45-49	66 327	62 694	129 021	66 327	62 694	129 021	69 954	66 349	136 303
50-54	51 977	48 014	99 991	51 977	48 014	99 991	54 989	50 960	105 949
55-59	39 492	33 322	72 814	39 492	33 322	72 814	42 614	36 533	79 147
60-64	21 284	16 827	38 111	21 284	16 827	38 111	22 939	17 899	40 838
65-69	11 430	10 686	22 116	11 430	10 686	22 116	12 551	11 679	24 230
70+	11 146	14 529	25 675	11 146	14 529	25 675	11 940	15 225	27 165
Total	1 045 113	1 001 992	2 047 105	1 045 113	1 001 992	2 047 105	1 068 606	1 025 100	2 093 706

Sumber: tangerangkota.bps.go.id

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.2 Sampel

Dalam buku Burhan (2005, p. 111), sampel merupakan kesimpulan yang ditarik dari populasi yang dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Selain itu menurut Rakhmat (2012, p. 78), kita dapat menduga sifat-sifat pada kumpulan objek penelitian hanya dengan mempelajari dan mengamati sebagian dari kumpulan itu. Bagian yang diamati adalah sampel, sedangkan kumpulan objek penelitian adalah populasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menarik sample dengan menggunakan teknik penarikan *non-probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Menurut Indrawati (2015, p.170) dalam Rochmania dan Prabowo (2016, p. 5) *purposive sampling* yaitu memilih anggota tertentu yang disengaja oleh peneliti dan dengan pertimbangan tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti menarik sampel dengan cara, memberikan pertanyaan apakah responden tersebut merupakan perempuan, mengetahui *brand* Maybelline New York, dan apakah pernah melihat *beauty Influencer* melakukan *endorsement* pada produk Maybelline New York. Jika ada jawaban yang tidak sesuai dengan syarat diatas maka data tidak akan peneliti kelola. Peneliti menghitung sampel dengan menggunakan rumus slovin. Maka jumlah sampel dari populasi Kota Tangerang adalah 400 orang.

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

$$n = \frac{205.511}{1 + 205.511(0,05)^2} = 400$$

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel

No	VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	PERNYATAAN	SKALA
1	Variabel (X) <i>Endorsement</i>	TEARS Model	<i>Trustworthi- ness (Credibility)</i>	1. <i>Beauty Influencer</i> selalu jujur dalam mempromosikan produk Maybelline New York 2. <i>Beauty Influencer</i> dapat meyakinkan saya mengenai kualitas produk Maybelline New York 3. <i>Review Beauty Influencer</i> terhadap produk Maybelline New York selalu dapat dipercaya	Skala Likert

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

		<p><i>Expertise (Credibility)</i></p>	<p>4. <i>Beauty Influencer</i> harus memiliki latar belakang pendidikan yang berkaitan dengan kecantikan 5. <i>Beauty Influencer</i> memberi review produk dengan objektif sesuai dengan pengalaman penggunaan produk 6. <i>Beauty Influencer</i> tidak harus mempunyai keterampilan <i>makeup</i></p>	
		<p><i>Physical Attractiveness (Attractiveness)</i></p>	<p>7. <i>Beauty Influencer</i> harus memiliki wajah yang cantik 8. <i>Review Beauty Influencer</i> yang berpenampilan menarik lebih dapat dipercaya</p>	
		<p><i>Respect (Attractiveness)</i></p>	<p>9. <i>Beauty Influencer</i> harus mempunyai prestasi dibidang kecantikan (misalnya diundang dalam event global oleh brand) 10. <i>Beauty Influencer</i> pasti</p>	

				memiliki image yang baik sebagai endorser 11. <i>Beauty Influencer</i> yang memiliki banyak followers di instagram lebih dihargai	
			<i>Similarity (Attractiveness)</i>	12. <i>Beauty Influencer</i> memiliki kesamaan selera dengan konsumen dalam hal gaya bermakeup 13. <i>Beauty Influencer</i> mempunyai kesamaan dengan konsumen dalam memilih produk kosmetik Maybelline New York	
2	Variabel (Y) <i>Purchase Intention</i>	<i>Purchase Intention</i>	Transaksional	1. Saya berniat membeli produk Maybelline New York 2. Saya berniat membeli produk Maybelline New York setelah melihat produk digunakan oleh <i>beauty influencer</i>	Skala Likert
			Referensial	3. Saya akan memberikan referensi setelah saya memakai	

				produk Maybelline New York kepada orang lain
		Preferensial		<p>4. Saya akan membeli produk-produk Maybelline New York dibandingkan produk kosmetik merek lainnya</p> <p>5. Saya akan membeli produk Maybelline New York lagi dikemudian hari</p> <p>6. Setelah melihat <i>endorsement</i> pada produk Maybelline New York, produk Maybelline New York menjadi pilihan produk kecantikan utama saya</p>
		Eksploratif		<p>7. Setelah melihat produk Maybelline New York yang telah di <i>endorse</i>, saya ingin mencari informasi mengenai produk Maybelline New York</p> <p>8. Setelah melihat produk Maybelline New</p>

				<p>York yang telah di <i>endorse</i>, saya akan mencari informasi tentang testimoni penggunaan produk Maybelline New York</p> <p>9. Setelah melihat produk Maybelline New York yang telah di <i>endorse</i>, saya akan mencari informasi mengenai harga atau promo pada produk Maybelline New York.</p>	
--	--	--	--	---	--

Sumber: Peneliti

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Fowler (2008) dalam Creswell (2014, p. 41) kuesioner atau wawancara terstruktur digunakan untuk memberikan deskripsi kuantitatif atau numerik tentang tren, sikap, atau pendapat dari suatu populasi dengan mempelajari sampel dari populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa menyebarkan kuesioner kepada responden yang sudah ditentukan. Kuesioner yang disebar mengandung pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh *endorsement* kepada *beauty influencer* terhadap *purchase intention* produk Maybelline New York (Survei

Pada Wilayah Kota Tangerang). Kemudian peneliti melakukan uji pre-test dengan menyebar kuesioner ke 30 responden, kemudian hasil dari pre-test akan di olah di spss versi 25.0 dan akan diuji validitas dan realibilitasnya.

Kemudian dalam penelitian ini menggunakan data primer dan juga data sekunder:

1. Data primer : menurut burhan (2005, p. 132) data primer diperoleh langsung dari sumber data pada objek penelitian. Contohnya memberikan kuesioner langsung kepada objek penelitian.
2. Data sekunder: menurut burhan (2005, p. 132) data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. data sekunder contohnya teori-teori dalam buku atau laporan penelitian terdahulu.

3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Bryman (2016, p. 39) mengatakan bahwa validitas berkaitan dengan kesimpulan yang dihasilkan dari suatu penelitian. Bryman (2016, p 118) juga mengatakan uji validitas mengacu pada masalah apakah indikator yang dirancang untuk mengukur suatu konsep benar-benar mengukur konsep itu. Kemudian menurut Ghozali (2011, p. 52) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu

kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Berikut ini adalah hasil uji validitas *pre-test* yang disebar kepada 30 responden perempuan yang ada di Kota Tangerang. Data yang terlampir di bawah ini dapat dikatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel. r tabel pada uji pretest ini adalah 0,3610.

Tabel 3.3 Hasil dari uji validitas pada *pre-test* variabel X dan Y

		Skor_Total	Keterangan
x.1	Pearson Correlation	.725**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.2	Pearson Correlation	.800**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.3	Pearson Correlation	.735**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.4	Pearson Correlation	.749**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.5	Pearson Correlation	.723**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	

x.6	Pearson Correlation	.800**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.7	Pearson Correlation	.749**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.8	Pearson Correlation	.714**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.9	Pearson Correlation	.652**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.10	Pearson Correlation	.798**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.11	Pearson Correlation	.750**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.12	Pearson Correlation	.824**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
x.13	Pearson Correlation	.592**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.001	

	N	30	
y.1	Pearson Correlation	.629**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
y.2	Pearson Correlation	.676**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
y.3	Pearson Correlation	.691**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
y.4	Pearson Correlation	.572**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.001	
	N	30	
y.5	Pearson Correlation	.723**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
y.6	Pearson Correlation	.678**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
y.7	Pearson Correlation	.703**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	30	
y.8	Pearson Correlation	.514**	Valid

	Sig. (2-tailed)	0.004	
	N	30	
y.9	Pearson Correlation	.542**	Valid
	Sig. (2-tailed)	0.002	
	N	30	
Skor_Total	Pearson Correlation	1	
	Sig. (2-tailed)		
	N	30	

Sumber : Dikelola oleh peneliti dengan SPSS 25.0

3.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam buku Ferdinand (2014, p. 218) reliabilitas adalah sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut reliable atau terpercaya apabila instrumen penelitian itu secara konsisten memunculkan hasil yang selalu sama setiap kali melakukan pengukuran. Menurut Bryman (2016, p .116) keandalan atau reliabilitas mengacu pada konsistensi ukuran suatu konsep.

Kemudian menurut Ghozali (2011, p. 47-48) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang konsisten saat ditanyakan berulang-ulang dan pada waktu yang berbeda. Pengukuran suatu reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara:

1. Repeated Measure (pengukuran ulang) : disini responden diberikan pertanyaan yang sama berulang kali dan pada waktu yang berbeda, dan dilihat apakah orang tersebut tetap konsisten dengan jawabannya atau tidak.

2. One Shot (pengukuran sekali saja) : pada pengukuran ini hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Kemudian menurut Nunnally (1994) dalam Ghozali (2011, p. 48), suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.

Berikut adalah hasil dari uji reliabilitas *pre-test* yang disebar kepada 30 responden perempuan yang ada di Kota Tangerang. Seperti yang ada penjelasan diatas, peneliti menggunakan pengukuran *one shot*, kemudian data yang terlampir dibawah ini adalah hasil dari pernyataan yang ada di kuesioner dan pernyataan yang ada di kuesioner dapat dikatakan sudah sangat reliabel.

Tabel 3.4 Hasil dari uji reliabilitas pada *pre-test* variabel X

Reliability Statistics X	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.948	13

Sumber : Dikelola oleh peneliti dengan SPSS

Tabel 3.5 Hasil dari uji reliabilitas pada *pre-test* variabel Y

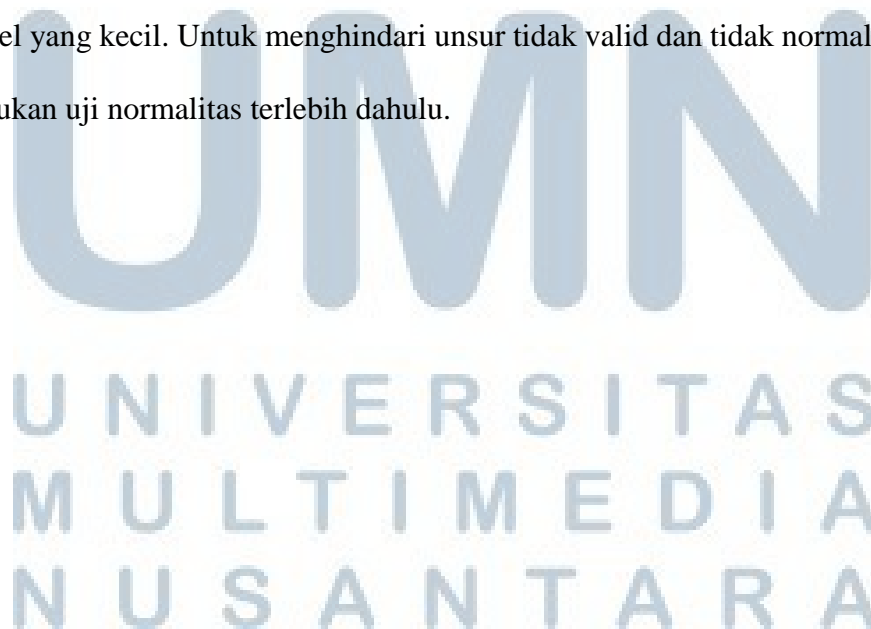
Reliability Statistics Y	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.910	9

Sumber : Dikelola oleh peneliti dengan SPSS

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2011, p. 160) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Seperti diketahui uji t dan f mengasumsikan nilai pada residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk sampel yang kecil. Untuk menghindari unsur tidak valid dan tidak normal, maka harus dilakukan uji normalitas terlebih dahulu.



3.7.2 Korelasi

Ghozali (2011, p. 96) berpendapat bahwa analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan linear antara dua variabel atau lebih. Analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Kemudian menurut Bungin (2011, p. 194) korelasi dikenal sebagai hubungan atau korelasi antar dua atau lebih variabel yang diteliti. Nilai koefisien korelasi yang memiliki taraf signifikansi digunakan sebagai penentu dalam menentukan apakah hipotesis dari penelitian dapat diterima atau ditolak.

3.7.3 Analisis regresi linear sederhana

Dalam Ghozali (2011, p. 96) analisis regresi bertujuan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih, selain itu analisis regresi juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Kemudian menurut Susetyo (2010, p. 125) analisis regresi merupakan sarana yang dipergunakan untuk mempelajari hubungan fungsional antara variabel-variabel yang dinyatakan dalam bentuk matematika dan garis. Matematika dan garis yang dapat disebut dengan persamaan regresi yang dapat berbentuk garis lurus (linear) atau tidak lurus (non-linear).

Kemudian menurut Susetyo (2010, p. 125) analisis regresi sederhana menunjukkan hubungan dua variabel yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat.

Analisis regresi linear (garis lurus) sederhana pada sampel digunakan persamaan untuk garis regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Rumus ini menggambarkan regresi pada variabel X sebagai variabel yang bebas dan variabel Y sebagai variabel tidak bebas dan dinamakan menjadi regresi Y dan X.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA