



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 Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sifat penelitian eksplanatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2006, h. 14) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik dan pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif membutuhkan responden dan data dalam bentuk angka-angka sebagai suatu sikap dari para responden.

Menurut Rachmat Kriyantono (2009, h. 56) secara umum penelitian kuantitatif mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

1. hubungan riset dengan subjek jauh.
2. Riset bertujuan untuk menguji teori dan hipotesis, mendukung atau menolak teori. Data hanya sebagai sarana konfirmasi teori atau teori dibuktikan dengan data.
3. Riset harus dapat digeneralisasikan, karena itu menuntut sampel yang representatif dari seluruh populasi,

operasionalisasi konsep serta alat ukur yang valid dan reliable.

4. Prosedur riset rasional (empiris), artinya riset berangkat dari konsep-konsep atau teori-teori yang melandasinya. Konsep atau teori inilah yang akan dibuktikan dengan data yang dikumpulkan di lapangan.

Dengan begitu, penelitian ini merupakan penelitian evaluatif karena bertujuan untuk mengetahui efektivitas dari event Bazaar Wedding Exhibition 2015 dalam mencapai *brand awareness*.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey, dimana menurut Sugiyono (2002, h. 3) survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Dengan kata lain, semua individu dapat dijadikan sebagai objek survey namun tetap harus berkaitan dengan yang penelitian yang akan dijalankan.

Kemudian menurut Nazir (2003, h. 56) metode survey merupakan penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu

kelompok ataupun daerah. Metode ini merupakan sumber data bagi penelitian kuantitatif.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Nanang Martono (2012, h. 74) menjelaskan populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Terkait penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh pengunjung Bazaar Wedding Exhibition 2015. Alasan dari pemilihan responden, karena pengunjung BWE 2015 mengunjungi, dan merasakan secara langsung event yang diselenggarakan. Selama empat hari acara berlangsung yaitu 2 April 2015 hingga 5 April 2015, terdapat 9.025 pengunjung dan partisipan dalam event BWE 2015. Jumlah ini didapat dari salah satu Marketing Communications dari majalah Harper's Bazaar Indonesia. Jumlah pengunjung dan partisipan inilah yang menjadi populasi penelitian ini.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010, h. 62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sedangkan,

masih menurut Nanang Martono (2012, h. 74) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah sebuah isu yang sangat krusial yang dapat menentukan keabsahan hasil penelitian. Dari pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan, sampel ialah sebagian dari anggota populasi yang dipilih berdasarkan karakter untuk mewakili populasi. Terdapat beberapa teknik sampling yang bisa digunakan, dan untuk penelitian ini teknik pengambilan sampel yang dipakai ialah *probability sampling*.

Menurut Rachmat Kriyantono (2006, h. 152), sampel probabilitas yaitu sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas dimana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara matematis. Sehingga seluruh pengunjung dan partisipan BWE 2015 memperoleh kesempatan yang sama untuk dipilih dan menjadi responden dalam penelitian ini.

Sementara itu, jenis dari teknik *non-probability sampling* yang digunakan ialah *purposive sampling*. Menurut Rachmat Kriyantono (2006, h. 156) *purposive sampling* adalah teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat berdasarkan tujuan riset, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai

dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sample. Penulis mengklasifikasi kembali para sample sesuai dengan beberapa kategori yang sesuai dengan target dan segmentasi majalah, yaitu berdasarkan usia, dan lifestyle dari para populasi.

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin, rumus ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya.. (Rachmat Kriyantono, 2006, h. 162)

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{9025}{1 + 9025(0.1)^2} = 98.9 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, didapat bahwa sampel yang akan diambil sebanyak 98.9 dengan pembulatan keatas yaitu 99 sampel.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel menurut Suryabrata (1995, h. 79) adalah segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dan penelitian termasuk didalamnya faktor-faktor yang berpengaruh dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Sementara itu Nanang Martono (2012, h. 55) secara singkat menjelaskan variabel didefinisikan sebagai konsep yang memiliki variasi atau memiliki lebih dari satu nilai. Terdapat beberapa jenis variabel, namun yang dicari tahu tentang sebab dan akibat atau mencari hubungan antara beberapa faktor yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Jalaluddin Rakhmat (2009, h. 12) menjelaskan variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain disebut variabel bebas dan variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas yaitu event marketing Bazaar Wedding Exhibition 2015 yang diduga sebagai penyebab atau awal mula yang memberikan efektivitas pada variabel terikat yaitu *brand awareness*.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

VARIABEL	DIMENSI	DESKRIPSI	INDIKATOR	PERTANYAAN
Special Event	<i>Timing</i>	Penentuan waktu yang berkaitan dengan pelaksanaan event	- moment	1-2
	<i>Endorser</i>	Pemilihan seorang selebritis atau opinion leader yang memberikan dampak citra positif bagi event	- popularitas - publisitas - aktivitas	3-5
	<i>Promotion</i>	Publikasi yang dilakukan untuk mendapatkan perhatian publik sehingga publik memiliki keinginan untuk hadir dan menikmati acara	- jangkauan media - jenis media - frekuensi - menarik - informatif	6-14
	<i>Trend Update</i>	Perkembangan budaya di masyarakat yang mengikuti	- konsep pernikahan - perkembangan industri	15-16
	<i>News Value</i>	Nilai-nilai yang menarik perhatian media untuk melakukan pemberitaan selama berlangsungnya acara	- actual - menarik - unik	17-19

	<i>Unexpected Features</i>	Hal-hal tidak terduga yang disajikan dalam acara	- pengalaman	20
<i>Brand Awareness</i>	Piramida Brand Awareness	belum mengenal merek	<i>Unaware of Brand</i>	21-25
		mengetahui adanya merek	<i>Brand Recognition</i>	
		sudah mengenal merek dan merasakan manfaatnya	<i>Brand Recall</i>	
		menyukai merek dan tidak berpindah ke merek lainnya	<i>Top of Mind</i>	

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Bungin (2005, h. 123) metode atau teknik pengumpulan data adalah salah satu bagian vital di dalam penelitian, karena merupakan bagian instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Data yang akan diproses dalam analisis statistik pada penelitian ini adalah data primer.

a. Data Primer

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan instrument kuesioner. Kriyantono (2009, h. 42) berpendapat sumber data ini bisa didapatkan dari responden atau subjek riset, hasil kuesioner

dan survey berbentuk daftar pernyataan tertulis yang dilakukan langsung terhadap objek penelitian jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dimana peneliti akan memberikan langsung kepada para responden yang sudah ditentukan. Sumber penelitian adalah publik yang sudah pernah berujung ke BWE 2015.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data tambahan yang bisa didapatkan dari sumber data yang sudah ada, terkait penelitian ini yaitu dokumen, profil perusahaan, internet, dan buku.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, dimana menurut Kriyantono (2009, h. 136) skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis. Dikaitkan dengan penelitian ini maka objek yang dimaksud adalah event Bazaar Wedding Exhibition 2015. Skala likert ialah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu gejala atau fenomena. Responden akan diminta untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada yang diungkapkan dengan kata-kata seperti: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak

setuju. Kemudian hasil dari skor akan dijumlahkan dan akan dilakuakn perhitungan.

Tabel 3.2 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Kriyantono (2006, h. 68-69), ukuran kualitas sebuah riset terletak pada validitas data yang dikumpulkan selama riset. Secara umum, validitas terletak pada penentuan metodologinya:

a. Validitas internal, mencakup :

- 1) Apakah alat ukur sesuai dengan apa yang diukur
- 2) Pemilihan teori/ konsep
- 3) Pengukuran konsep (reabilitas, yaitu pada definisi operasional

b. Validitas eksternal :

Pemilihan sampel, apa sudah representatif atau belum, karena riset kuantitatif dimaksudkan untuk melakukan generalisasi hasil riset, artinya temuan data pada kelompok sampel tertentu dianggap mewakili populasi yang lebih besar.

Validitas instrument riset, menurut Singarimbun dan Effendi (1995) dapat digolongkan menjadi (Kriyantono, 2006, h. 147-149) :

a. validitas rupa

validitas ini dicapai dengan cara menguji alat pengukur untuk melihat apakah alatu ukur tersebut mengukur yang semestinya diukur. Biasanya validitas rupa ini tergantung pada tingkat penilaian subjektif. Karena itu untuk meminimalkan penilaian subjektif ini, alat ukur seharusnya dinilai oleh beberapa ahli independen.

b. Validitas Prediktif

Alat ukur sering dimaksudkan untuk memprediksi apa yang akan terjadi di masa yang akan datang.

c. Validitas Konstruktif

Validitas ini mencakup hubungan antara instrument penelitian dengan kerangka teosi untuk meyakinkan bahwa pengukuran secara logis berkaitan dengan konsep-konsep dalam kerangka teori.

d. Validitas Isi

Validitas isi adalah suatu pengukur untuk mengetahui sejauh mana isi alat pengukur tersebut mewakili semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep.

e. Validitas Eksternal

Adalah validitas yang diperoleh dengan mengkorelasikan alat ukur baru dengan tolok ukur eksternal yaitu berupa alat ukur yang lama dan sudah valid. Dengan kata lain validitas eksternal ini mencoba membandingkan (untuk mencari kesamaan) antara kriteria yang ada pada instrument dengan fakta-fakta empiris yang terjadi di lapangan.

Arikunto dalam Kriyantono (2006, h. 149-150) memberikan cara untuk menguji validitas :

- a. mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur. Cara adalah seperti yang telah dijelaskan pada penjelasan validitas konstruksi di atas.
- b. Melakukan uji coba alat ukur tersebut pada sejumlah responden. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Mempersiapkan table tabulasi jawaban
- c. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dan skor total dengan memakai rumus *product moment*.

Suliyono (2010, h. 44) menyatakan bahwa metode korelasi *pearson* menguji validitas instrumen dengan mengkorelasikan skor item variabel dengan skor total variabel. Pada umumnya jika angka korelasi lebih besar ($>$) r kritis *product moment*, maka item pertanyaan dinyatakan *valid*. Untuk menentukan pertanyaan-pertanyaan sudah *valid*, maka ketentuannya adalah sebagai berikut :

- a. Nilai koefisien korelasi (r_{xy}) hasil penghitungan harus positif. Jika hasilnya negative, maka pertanyaan tersebut tidak *valid* dan harus dihilangkan untuk analisis selanjutnya.
- b. Nilai koefisien korelasi (r_{xy}) hasil penghitungan harus lebih besar dari nilai koefisien dari table. Jika nilai koefisien korelasi lebih kecil dari nilai table, maka butir pertanyaan tersebut tidak *valid* dan harus dihilangkan untuk analisis selanjutnya. Sebagai contoh: Jika kita mengambil tingkat kesalahan sebesar 10% atau probabilitas atau signifikansi atau alpha sebesar 0,1; maka nilai r_{xy} table sebesar 0,240; sedangkan untuk tingkat mengambil kesalahan sebesar 10% atau probabilitas atau signifikansi atau alpha sebesar 0,05, maka nilai r_{xy} table sebesar 0,306 dengan demikian untuk tingkat kesalahan 10%, maka koefisien korelasi (r_{xy}) hasil penghitungan harus lebih besar dari 0,240 dan untuk

tingkat kesalahan 5%, maka koefisien korelasi (r_{xy}) hasil perhitungan harus lebih dari 0,306.

Rumus *product moment* (Kriyantono. 2006, h. 144-145):

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

Keterangan :

r = koefisien *product moment*

n = Jumlah individu dalam sampel

X = Angka mentah untuk pengukuran 1

Y = Angka mentah untuk pengukuran 2

Dikarenakan peneliti mengambil tingkat kesalahan sebesar 10% atau alpha sebesar 0,1, maka koefisien korelasi (r_{xy}) hasil penghitungan harus lebih besar dari 0,240.

Berikut hasil uji validitas yang dilakukan terhadap responden terpilih :

UMN

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	79.18	42.783	.282	.806
X2	79.12	42.455	.325	.804
X3	79.78	41.093	.327	.805
X4	78.82	41.375	.482	.798
X5	79.62	39.586	.395	.802
X6	78.95	42.946	.299	.806
X7	78.99	43.296	.248	.808
X8	79.51	37.620	.560	.789
X9	79.79	36.455	.538	.792
X10	79.60	39.733	.548	.792
X11	79.10	40.398	.580	.792
X12	79.08	40.197	.604	.791
X13	79.42	41.043	.521	.796
X14	79.57	40.411	.497	.795
X15	79.12	43.230	.244	.808
X16	78.93	42.699	.298	.806
X17	79.17	42.817	.265	.807
X18	78.95	42.946	.299	.806
X19	79.14	40.204	.534	.793
X20	80.58	45.553	-.084	.833

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Hasil uji validitas variabel X menunjukkan bahwa nilai *Corrected Item-Total Correlation* dari pertanyaan 1 – 19 memiliki koefisien lebih besar atau sama dengan 0,240 ($r_{xy} \geq 0,240$). Hal ini membuktikan bahwa semua tersebut dinyatakan *valid*. Namun, pada pertanyaan 20 koefisien terlihat lebih kecil

dari 0,240 maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak *valid* dan tidak dilanjutkan dalam penelitian.

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	16.96	3.488	.576	.710
Y2	16.77	3.894	.718	.662
Y3	16.84	4.423	.557	.719
Y4	16.85	4.252	.482	.737
Y5	16.83	4.266	.401	.768

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Hasil uji validitas variabel Y menunjukkan bahwa nilai *Corrected Item-Total Correlation* memiliki koefisien lebih besar atau sama dengan 0,240 ($r_{xy} \geq 0,240$). Hal ini membuktikan bahwa semua pertanyaan pada variabel Y *valid*.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Kriyantono (2006, h.145), alat ukur disebut *reliable* bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawab yang sama terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali. Reliabilitas mengandung arti bahwa

alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (*dependable*) dan tetap (*consistent*).

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Package for Social Science* (SPSS) 20 dengan koefisien *Alpha Cronbach's*. Berikut rumus yang digunakan :

$$\alpha = \frac{N \cdot c}{\delta + (N - 1) \cdot c}$$

Keterangan :

α = Cronbach Alpha

δ = Variasi rata-rata

N = Jumlah komponen

c = Total rata-rata koefisiensi di antara komponen

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.810	20

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Hasil uji reliabilitas variabel X menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* 0.810 lebih besar dari pada r table yaitu 0,256. Nilai tersebut membuktikan bahwa semua pertanyaan pada variabel X *reliable*.

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.763	5

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Hasil uji reliabilitas variabel Y menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.763 lebih besar dari pada *r* table yaitu 0,256. Nilai tersebut membuktikan bahwa semua pertanyaan pada variabel Y *reliable*.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi ialah pengukuran statistic kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 sampai -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Jika koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika koefisien korelasi negative, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya, jika nilai variabel X tinggi, maka nilai

variabel Y akan menjadi rendah (dan sebaliknya) (Sarwono, 2012, h. 123).

Metode yang digunakan penulis untuk menguji koefisien korelasi adalah korelasi *product moment*. Korelasi *product moment* merupakan metode pengukuran tingkat korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat dimana data memiliki skala interval. Angka korelasi disimbolkan dengan r . rumus menghitung korelasi dengan metode korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - N\Sigma X\Sigma Y}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi r

n = Banyaknya pasangan skor X dan skor Y

X = Skor distribusi variabel X

Y = Skor distribusi variabel Y

Untuk memahami bagaimana menilai ukuran berbagai korelasi ini, ahli statistic Robert Koenker mengembangkan ukuran umum korelasi sebagai berikut (Morissan, 2012, h. 379-380):

Tabel 3.7 Interpretasi Korelasi

r	Interpretasi
0.80 – 1.00	Korelasi tinggi, adanya saling ketergantungan
0.60 – 0.79	Korelasi sedang atau moderat
0.40 – 0.59	Cukup
0.20 – 0.39	Sedikit, korelasi yang lemah
0.00 – 0.19	Sangat sedikit, tidak berarti

3.8.2 Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi yang terdiri dari satu variabel bebas (*predictor*) dan satu variabel terikat (*response/ criterion*) disebut regresi linear sederhana (*bivariate regression*), sedangkan regresi yang variabel bebasnya lebih dari satu disebut regresi jamak (*multiple regression/ multivariate regression*), yang dapat terdiri dari dua *predictor* (regresi ganda) maupun lebih (Suharsaputra, 2012, h.138-139).

Regresi linier sederhana merupakan teknik analisis data penelitian kuantitatif dengan melakukan regresi linier. Regresi linier mencoba melihat seberapa besar keterikatan antara variabel bebas dan variabel terikat. Regresi linear sederhana diadakan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi digunakan untuk mengukur hubungan yang terjadi

antara variabel bebas dan terikat (Wibisono, 2012, h. 200). Dalam persamaan regresi linear variabel bebas (*predictor*) biasanya dilambangkan dengan X, dan variabel terikat dilambangkan dengan Y. Adapun bentuk persamaannya adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

a = Intersep

b = Koefisien Regresi

Adapun,

$$b = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$a = \frac{\Sigma Y - b\Sigma X}{n}$$

3.9 Uji Asumsi Klasik

Penguji asumsi klasik terhadap data dari kuesioner yang digunakan dilakukan sebelum memulai pengujian hipotesis. Dengan terpenuhinya asumsi klasik, maka suatu variabel dapat dinyatakan layak digunakan untuk memprediksi variabel lainnya.

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk melakukan pengujian data observasi apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak (Sarwono, 2012, h. 96). Santoso (2013, h. 345-346) mengemukakan bahwa uji normalitas dapat ditunjukkan oleh *P-Plot Chart* dalam analisis regresi. Jika residual memiliki distribusi normal, maka nilai-nilai sebaran data akan terletak di sekitar garis diagonal lurus pada diagram. Pengujian *normality plot* berupa teknik grafis untuk menilai apakah suatu data mendekati distribusi normal atau tidak. Data disusun didasarkan distribusi normal secara teori sedemikian rupa sehingga titik-titik tersusun seperti garis lurus.

3.10 Uji Hipotesis

Menurut ilmu statistic, hipotesis adalah pernyataan mengenai populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel (Sugiyono, 2012:160). Uji hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui apakah kesimpulan dapat digeneralisasikan (Suliyono, 2010:18).

Hipotesis penelitian ini adalah :

Ha: Event Bazaar Wedding Exhibition efektif dalam menciptakan *brand awareness* dari majalah Bazaar Wedding Ideas.

Ho: Event Bazaar Wedding Exhibition tidak efektif dalam menciptakan *brand awareness* dari majalah Bazaar Wedding Ideas.

Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\alpha < 0,05$) maka Ho ditolak dan Ha diterima (Suliyono, 2010, h. 139).

