



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 berjudul “Efektivitas *Marketing Communication* Terhadap *Co-Branding* Android KitKat Di Kalangan Komunitas Android Indonesia” merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Martono (2010:20), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data angka. Data tersebut kemudian diolah untuk mendapatkan hasil penelitian dan informasi ilmiah yang diinginkan. Secara umum riset kuantitatif mempunyai ciri-ciri (Kriyantono, 2006:56):

- 1) Hubungan periset dengan subjek: jauh. Periset menganggap bahwa realitas terpisah dan ada di luar dirinya, karena itu harus ada jarak supaya objektif. Alat ukurnya harus dijaga keobjektifannya.
- 2) Riset bertujuan untuk menguji teori atau hipotesis, mendukung atau menolak teori. Data hanya sebagai sarana konfirmasi teori atau teori dibuktikan dengan data. Bila dalam analisis ditemukan penolakan terhadap hipotesis atau teori, biasanya periset tidak langsung menolak hipotesis dan teori tersebut melainkan meneliti dulu apakah ada kesalahan dalam teknik *sampling*-nya atau definisi konsepnya kurang operasional, sehingga menghasilkan instrumen (kuesioner) yang kurang valid.

- 3) Riset harus dapat digeneralisasikan, karena itu menuntut sampel yang representatif dari seluruh populasi, operasionalisasi konsep serta alat ukur yang valid dan reliabel.
- 4) Prosedur riset rasional-empiris, artinya penelitian berangkat dari konsep-konsep atau teori-teori yang melandasinya. Konsep atau teori inilah yang akan dibuktikan dengan data yang dikumpulkan di lapangan.

Sifat penelitian ini adalah penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatif menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan satu variabel dengan variabel yang lain (Bungin, 2013:51). Menurut Ruslan (2013:13-14), penelitian eksplanatoris ini tidak hanya untuk memperkecil penyimpangan atau terjadinya bias, tetapi lebih meningkatkan nilai kepercayaan, dan untuk tujuan menguji hipotesis atau hubungan sebab akibat (penelitian penjelasan) dengan melakukan eksperimen dan cara ini, merupakan cara penelitian yang paling tepat sesuai dalam penelitian eksplanatoris. Penelitian eksplanatoris ini sering disebut penelitian eksperimen (*experiment research*), yang memungkinkan untuk mengetahui adanya ‘hubungan sebab akibat’ terhadap suatu objek penelitian. Paling tidak hubungan sebab akibat tersebut harus memenuhi tiga persyaratan (Ruslan, 2013:14):

- 1) Terdapat hubungan antara variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).
- 2) Terdapat urutan waktu yang benar, berarti jika dikatakan sebagai faktor penyebab, dan satu variabel tidak memungkinkan terjadi

setelah faktor hubungan sebab akibat. Jadi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara tidak simetrik, yaitu hubungan simetrik yang berarti arah pengaruhnya berasal dari pihak, misalnya faktor X dapat memengaruhi Y, atau sebaliknya Y akan dapat memengaruhi faktor X.

- 3) Tidak ada penjelasan alternatif untuk hubungan yang ditemukan, hal ini berarti kemungkinan faktor-faktor lain menjelaskan hubungan yang ditemukan itu dapat dihilangkan.

Paradigma yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah paradigma positivis. Pandangan positivis merupakan pandangan yang bertolak belakang dengan post-positivis. Penelitian kuantitatif berlandaskan pada paham empirisme positivisme, yang melihat bahwa kebenaran berada dalam fakta-fakta yang dapat dibuktikan atau diuji secara empiris (Suharsaputra, 2012:50).

3.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode survei. Sanapiah (2008:23) mendefinisikan survei adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan dalam penelitian yang mengacu pada sejumlah besar individu atau kelompok untuk ditelaah.

Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan *men-detail* melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk

mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Kriyantono, 2006).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi Penelitian

Menurut Sarwono (2012:18), populasi ialah merupakan kesatuan yang mempunyai karakteristik yang sama dimana sampel akan kita tarik. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu. Adapun objek atau subjek tersebut telah memenuhi indikator yang telah ditetapkan peneliti, kemudian dipelajari oleh peneliti (Sugiyono, 2008:80). Populasi dalam penelitian ini adalah 92631 anggota Komunitas Android Indonesia. Jumlah populasi tersebut merupakan hasil penghitungan yang tercatat pada 11 Oktober 2014.

3.3.2. Sampel Penelitian

Menurut Gravetter dan Wallnau (2014:4), sampel adalah kumpulan individu yang terpilih dari populasi, biasanya dimaksudkan untuk merepresentasikan populasi dalam studi penelitian. Hikmat (2011:61) mendefinisikan teknik *sampling* merupakan cara untuk menyederhanakan objek penelitian dengan mengambil sebagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili.

Suharso (2010:60) mengungkapkan alasan memilih sampel dalam melakukan penelitian kuantitatif adalah:

1) Kendala sumber daya

Tujuan ditetapkan sampel adalah menyederhanakan objek penelitian. Dengan memilih sampel diharapkan peneliti dapat menghemat sumber daya yang ada seperti waktu dan uang dalam melakukan penelitian, tetapi tetap mendapatkan hasil penelitian yang akurat.

2) Ketepatan

Pemilihan sampel bertujuan untuk membuat objek penelitian menjadi sederhana, sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan perhitungan dan analisa terhadap hasil penelitian. Dengan demikian diharapkan bahwa pemilihan sampel dapat mengurangi tingkat kesalahan penelitian.

3) Pengukuran Destruktif

Pemilihan sampel diharapkan dapat mempermudah penelitian destruktif. Dengan pemilihan sampel, peneliti tidak perlu menguji populasi satu per satu tetapi peneliti hanya perlu memilih beberapa bagian dari populasi yang dianggap mewakili.

Tahap-tahap yang perlu dilakukan dalam pengambilan sampel adalah (Suharso, 2010:62-63):

1) Menentukan populasi

Tahap pertama dalam memilih sampel adalah menentukan populasi penelitian. Populasi setiap penelitian akan berbeda tergantung fenomena yang diamati.

2) Penentuan unit pemilihan sampel

Tahap kedua dalam memilih sampel adalah menentukan unit pemilihan sampel. Unit pemilihan sampel merupakan kelompok dari populasi yang mewakili. Jumlah unit sampel yang diambil tergantung pada teknik pemilihan sampel yang akan digunakan.

3) Penentuan kerangka pemilihan sampel

Tahap ketiga dalam memilih sampel adalah menentukan kerangka pemilihan sampel. Hal ini dilakukan dengan mencatat setiap anggota unit sampel.

4) Penentuan desain sampel

Pada tahap keempat, peneliti menentukan teknik pemilihan sampel yang akan digunakan.

5) Penentuan jumlah sampel

Tahap kelima adalah membuat perhitungan jumlah atau bagian dari unit sampel yang akan dijadikan sampel penelitian. Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan berbagai rumus hitung yang telah ada.

6) Pemilihan sampel

Pada tahap terakhir, peneliti menentukan subjek yang akan menjadi sampel.

Berdasarkan prosedur atau cara yang digunakan dalam mengambil sampel dari populasi (teknik *sampling*) terdapat dua jenis sampel, yaitu sampel probabilitas (*probability sampling*) dan sampel non-probabilitas (*non-probability sampling*). Sampel probabilitas atau disebut juga sampel *random* (sampel acak) adalah sampel yang pengambilannya berlandaskan pada prinsip teori peluang, yakni prinsip memberikan peluang yang sama kepada seluruh unit populasi untuk dipilih sebagai sampel. Sebaliknya, sampel non-probabilitas atau sampel *non-random* (sampel tak acak) adalah sampel yang pengambilannya didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu (bisa pertimbangan penelitian maupun pertimbangan peneliti).

Sampel probabilitas diambil dengan menggunakan teknik *sampling* probabilitas atau teknik *sampling random*, sedangkan untuk mengambil sampel non-probabilitas atau sampel *non-random* digunakan teknik *sampling non-probabilitas*, yakni pertimbangan-pertimbangan tertentu. Sampel probabilitas cenderung memiliki tingkat representasi yang lebih tinggi daripada sampel non-probabilitas.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sampel non-probabilitas (*non-probability sampling*). Yang dimaksud non-probabilitas adalah sampel tidak melalui teknik random (acak). Di sini semua anggota

populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel disebabkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh periset. Biasanya riset beberapa teknik *sampling* yang termasuk non-probabilitas adalah (Kriyantono, 2006:158-161):

1) *Sampling Purposif (Purposive Sampling)*

Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel.

2) *Sampling Kuota (Quota Sampling)*

Teknik ini hampir sama dengan teknik purposif. *Sampling* kuota ini adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai kriteria-kriteria tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan periset. Dalam teknik ini, periset menentukan jumlah tertentu untuk setiap strata (kuota) lalu menentukan siapa saja orang-orang yang memenuhi kriteria sampai jumlah yang ditentukan (kuota) terpenuhi.

3) *Sampling Berdasarkan Kemudahan (Available Sampling/ Convenience Sampling)*

Pemilihan sampel ini berdasarkan kemudahan data yang dimiliki oleh populasi. Periset bebas memilih siapa saja

anggota populasi yang mempunyai data berlimpah dan mudah diperoleh periset.

4) *Sampling Kebetulan (Accidental Sampling)*

Teknik ini adalah memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan sampel. Teknik ini digunakan, antara lain karena periset merasa kesulitan untuk menemui responden atau karena topik yang diriset adalah persoalan umum dimana semua orang mengetahuinya.

5) *Sampling Snowball*

Teknik ini banyak ditemui dalam riset kualitatif, misalnya riset eksplorasi. Sesuai dengan namanya, teknik ini bagaikan bola salju yang turun menggelinding dari puncak gunung ke lembah, semakin lama semakin membesar ukurannya. Jadi, teknik ini merupakan teknik penentuan sampel yang awalnya berjumlah kecil, kemudian berkembang semakin banyak. Orang yang dijadikan sampel pertama diminta untuk memilih atau menunjuk orang lain untuk dijadikan sampel lagi.

Penulis mengambil sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, karena jumlah populasi tergolong banyak dan diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat penulis berdasarkan tujuan riset.

Cara penarikan sampel dengan teknik ini dilakukan dengan cara memilih sampel dari suatu populasi didasarkan pada informasi dari suatu populasi

didasarkan pada informasi yang tersedia, sehingga perwakilannya terhadap populasi dapat dipertanggungjawabkan. Keuntungannya ialah unit-unit yang terakhir dipilih dapat dipilih sehingga mereka mempunyai banyak kemiripan (Sarwono, 2012:12). Berdasarkan tujuan penelitian, kriteria sampel yang ditetapkan adalah:

- 1) Pria.
- 2) Berusia 25-34 tahun.
- 3) Berdomisili di salah satu perkotaan besar Indonesia yaitu DKI Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Makassar, Palembang, Semarang, Batam, Pekanbaru, atau Malang.
- 4) Menggunakan Android sebagai sistem operasi bagi telepon genggam.
- 5) Merupakan anggota aktif (mengirimkan *post*, memberikan *like* atau *comment* pada *post*, atau membagikan *post* tentang Android minimal satu kali dalam satu hari) dalam *group* Facebook Komunitas Android Indonesia.

Rumus yang penulis gunakan dalam menentukan jumlah sampel adalah Rumus Slovin untuk menentukan sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya (Kriyantono, 2006:164). Rumusnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir

Kelonggaran ketidaktelitian yang digunakan oleh penulis sebesar 10% dikarenakan beberapa alasan yaitu:

- 1) Menurut Umar dalam (Kriyantono, 2006:164), batas kesalahan yang ditolerir bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%.
- 2) Menurut Gay dan Diehl dalam (Ruslan, 2013:147), minimum tolak ukurannya tiga puluh subjek sebagai objek penelitian bagi penelitian korelasi.
- 3) Jumlah minimum dari sampel penelitian adalah seratus subjek atau objek yang paling tepat menurut ahli lainnya (Ruslan, 2013:149).
- 4) Menurut Krichie dan Harry dalam (Sugiono, 2002:62) dalam melakukan perhitungan ukuran sampel berdasarkan atas kesalahan ideal antara 5% hingga 15% dimana 10% adalah titik tengah.

Dengan jumlah populasi sebanyak 92631 anggota Komunitas Android Indonesia, maka jumlah sampel penelitian dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{92631}{92631(0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{92631}{92631 (0.01) + 1}$$

$$n = \frac{92631}{926.31 + 1}$$

$$n = \frac{92631}{927.31}$$

$$n = 99.89 \text{ atau } 100$$

Dengan demikian, jumlah sampel penelitian ini adalah 100 anggota Komunitas Android Indonesia.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi akan hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012:38). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain (Widoyoko, 2012:4). Pada operasionalisasi variabel independen ditunjukkan sebagai variabel X yaitu *marketing communication*. Sedangkan, variabel dependen merupakan variabel yang timbul secara langsung akibat dari manipulasi dan pengaruh variabel bebas (independen) (Sandjaja dan Heriyanto, 2006:84). Operasionalisasi variabel dependen ditunjukkan dengan variabel Y yaitu *brand awareness*.

Berikut adalah operasionalisasi variabel pada penelitian ini yang bertujuan untuk melihat pengaruh variabel X terhadap variabel Y:

Tabel 3.1.1. Operasionalisasi Variabel

<u>Variabel</u>	<u>Dimensi</u>	<u>Indikator</u>	<u>Deskriptor</u>	<u>Nomor Pernyataan</u>
<i>Marketing Communication</i>	<i>Marketing Communication Tools (Belch dan Belch, 2003:16-24)</i>	1) <i>Advertising</i>	Komunikasi nonpersonal mengenai sebuah organisasi, produk, jasa, atau ide dengan sebuah sponsor yang teridentifikasi untuk mendorong pembelian; menguatkan citra perusahaan; dan mengedukasi dan menginformasikan sasaran tentang produk baru, acara, dan promosi yang diselenggarakan perusahaan.	1-8
		2) <i>Direct Marketing</i>	Cara dimana organisasi berkomunikasi langsung dengan target konsumen untuk	9-14

		<p>5) <i>Publicity/ Public Relations</i></p> <p>Fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik; mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individu atau organisasi dan keinginan publik; melaksanakan program untuk mendapatkan penerimaan dan pemahaman publik; <u>menginformasikan, mengedukasi, menciptakan, mempertahankan citra perusahaan, dan mendukung pesan iklan.</u></p>	<p>21-25</p>
		<p>6) <i>Personal Selling</i></p> <p>Bentuk komunikasi antarpribadi dimana penjual berusaha membantu dan/ atau membujuk calon konsumen untuk membeli produk atau jasa organisasi, dan bersikap terhadap ide.</p>	<p>26-29</p>

<p><i>Brand Awareness</i></p>	<p>Brand Awareness (Aaker, 1997:94)</p>	<p>1) <i>Anchor to which other associations can be attached</i></p> <p>2) <i>Familiarity/ Liking</i></p> <p>3) <i>Substance/ Commitment</i></p> <p>4) <i>Brand to consider</i></p>	<p>1) Membantu asosiasi-asosiasi yang melekat pada merek tersebut.</p> <p>2) Merasa sangat dekat dan menimbulkan rasa suka terhadap merek tersebut.</p> <p>3) Menandakan keberadaan, komitmen dari merek, dan kehadiran merek tersebut selalu dapat dirasakan oleh konsumen.</p> <p>4) Seleksi berbagai merek yang dikenal dalam suatu kelompok untuk kemudian dipertimbangkan dan diputuskan untuk membeli suatu merek</p>	<p>30-31</p> <p>32-33</p> <p>34-36</p> <p>37-38</p>
-------------------------------	---	--	---	---

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Nazir (2005:174) mengartikan pengumpulan data sebagai tahap sistematis dan memiliki standar untuk memperoleh data yang diperlukan.

Metode pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian dalam penelitian, karena metode ini merupakan strategi atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitiannya. Pengumpulan data dalam penelitian dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan, keterangan, kenyataan-kenyataan, dan informasi yang dapat dipercaya. Untuk memperoleh data seperti yang dimaksudkan tersebut, dalam penelitian dapat digunakan berbagai macam metode, di antaranya adalah dengan angket, observasi, wawancara, tes, dan analisis dokumen (Widoyoko, 2012:33).

3.5.1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek penelitian dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, observasi (Kriyantono, 2006:41-42). Data primer didapatkan penulis dari hasil penyebaran kuesioner.

3.5.1.1. Angket atau Kuesioner

1) Definisi Angket

Menurut Arikunto (2006:151), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan

tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner atau yang sering disebut angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012:142).

2) Dasar Penggunaan Angket

Angket mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri (*self report*) dari responden, atau setidaknya pada pengetahuan, keyakinan, maupun sikap pribadi responden. Penggunaan angket sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian didasarkan pada anggapan (Widoyoko, 2012:34):

- a) Bahwa subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- b) Bahwa apa yang dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c) Bahwa interpretasi subjek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepadanya adalah sama dengan yang dimaksudkan oleh peneliti.

3) Kelebihan dan Kekurangan Angket

Penggunaan angket sebagai metode pengumpulan data memberi kelebihan bagi peneliti. Di antara kelebihan angket antara lain (Widoyoko, 2012:34-35):

- a) Tidak memerlukan hadirnya peneliti secara langsung.
- b) Waktu pelaksanaan relatif lebih cepat, karena dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden.
- c) Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatan masing-masing dan menurut waktu senggang responden.
- d) Dapat dibuat anonim sehingga responden bebas, jujur dan tidak malu-malu menjawab atau memberi responden.
- e) Dapat dibuat terstandar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama.
- f) Biaya lebih murah dibandingkan dengan metoda yang lain.

Selain memiliki kelebihan, penggunaan angket juga memiliki kelemahan. Di antara kelemahan angket antara lain (Widoyoko, 2012:35):

a) Responden sering kali tidak teliti dalam menjawab sehingga ada pertanyaan yang terlewat tidak dijawab, padahal sukar diulang untuk diberikan kembali padanya.

b) Sering sulit dicari validitasnya, sebab responden memiliki situasi dan kondisi yang tidak sama untuk digali informasinya.

c) Walaupun dibuat anonim, kadang-kadang responden dengan sengaja memberikan jawaban yang tidak betul atau tidak jujur.

d) Jika dikirim melalui pos, sering tidak kembali. Menurut penelitian, angket yang dikirim lewat pos angka pengembaliannya sangat rendah, hanya sekitar 20% (Arikunto, 2006:153).

e) Waktu pengembaliannya tidak bersamasama, bahkan kadang-kadang ada yang terlalu lama sehingga terlambat.

4) Fungsi Angket

Pada umumnya angket mempunyai dua fungsi, yaitu deskripsi dan pengukuran (Widoyoko, 2012:35-36):

a) Fungsi deskripsi, maksudnya adalah informasi yang diperoleh melalui angket dapat memberikan gambaran (deskripsi) tentang karakteristik dari individu atau sekelompok responden, contohnya: *gender*, pendidikan, pekerjaan, umur, pekerjaan, pendapatan, suku, keyakinan (agama), dan lain-lain. Selanjutnya penggambaran unsur-unsur itu mempunyai beberapa tujuan, misalnya peneliti dapat memperoleh keterangan tentang langkah laku individu atau kelompok responden tertentu.

b) Fungsi pengukuran, maksudnya berdasarkan respon yang diberikan oleh responden peneliti dapat mengukur variabel-variabel individual atau kelompok tertentu, contohnya variabel sikap. Angket dapat berisi *item* pertanyaan maupun pernyataan tunggal atau jamak, yang telah dirancang melalui kisi-kisi instrumen untuk mengukur berbagai gejala.

5) Jenis-jenis Angket

Angket dapat dibeda-bedakan atas beberapa jenis, tergantung pada sudut pandangnya (Widoyoko, 2012:36-37).

a) Dipandang dari cara menjawab, angket dapat dibedakan menjadi angket terbuka dan angket tertutup.

(1) Angket terbuka, merupakan angket yang bisa dijawab atau direspon secara bebas oleh responden. Peneliti tidak menyediakan alternatif jawaban atau respon bagi responden.

(2) Angket tertutup, merupakan angket yang jumlah *item* dan alternatif jawaban maupun responnya sudah ditentukan, responden tinggal memilihnya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

b) Dipandang dari jawaban yang diberikan, angket dibedakan menjadi angket langsung dan angket tidak langsung.

(1) Angket langsung, yaitu angket dimana responden menjawab atau

memberi respon tentang keadaan dirinya sendiri.

- (2) Angket tidak langsung, yaitu jika responden menjawab atau memberi respon tentang keadaan orang lain.

6) Prinsip Penulisan Angket

Sugiyono (2010: 142-144) menyatakan ada sepuluh prinsip yang perlu diperhatikan dalam penulisan angket yaitu:

- a) Isi dan tujuan pertanyaan

Isi dan tujuan pertanyaan memberi makna apakah isi pertanyaan tersebut merupakan bentuk pengukuran atau bukan, kalau berbentuk pengukuran, maka dalam membuat pertanyaan harus diteliti, setiap pertanyaan harus ada skala pengukuran dan jumlahnya *item*-nya mencukupi untuk mengukur variabel yang akan diteliti.

- b) Bahasa yang digunakan

Bahasa yang digunakan dalam penulisan angket harus disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden. Jadi bahasa yang digunakan

dalam angket harus memperhatikan tingkat pendidikan responden, keadaan sosial budaya, dan “*frame of reference*” dari responden.

c) Tipe dan bentuk pertanyaan

Tipe pertanyaan dalam angket dapat terbuka maupun tertutup, dan bentuknya dapat menggunakan kalimat positif atau negatif.

Pertanyaan terbuka, adalah pertanyaan yang mengharapkan responden untuk menuliskan jawabannya berbentuk uraian tentang suatu hal.

Pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan yang tersedia. Pertanyaan tertutup akan membantu

responden untuk menjawab dengan cepat dan juga

memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul.

Pertanyaan atau pernyataan dalam angket perlu dibuat positif dan negatif agar responden dalam memberikan jawaban setiap pertanyaan lebih serius

dan tidak mekanis.

d) Pertanyaan tidak mendua

Setiap pertanyaan dalam angket jangan mendua (*double-barreled*) sehingga menyulitkan responden untuk memberikan jawaban.

e) Tidak menanyakan yang sudah lupa

Setiap pertanyaan dalam instrumen angket, sebaiknya juga tidak menanyakan hal-hal yang sekiranya responden sudah lupa, atau pertanyaan yang memerlukan jawaban dengan berpikir berat.

f) Pertanyaan tidak menggiring

Pertanyaan dalam angket sebaiknya juga tidak menggiring ke jawaban yang baik saja atau ke yang jelek saja.

g) Panjang pertanyaan

Pertanyaan dalam angket sebaiknya tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jenuh responden dalam mengisi. Bila jumlah variabel banyak, sehingga memerlukan instrumen yang banyak maka instrumen tersebut dibuat bervariasi dalam penampilan, model skala pengukuran yang digunakan dan cara mengisinya. Disarankan jumlah pertanyaan yang memadai adalah dua puluh sampai dengan tiga puluh pertanyaan.

h) Urutan pertanyaan

Urutan pertanyaan dalam angket dimulai dari yang umum menuju ke hal spesifik, atau dari yang mudah menuju ke hal yang sulit, atau diacak. Hal ini perlu dipertimbangkan karena secara psikologis akan memengaruhi semangat responden untuk menjawab. Kalau pada awalnya sudah diberi pertanyaan yang sulit, atau spesifik maka responden akan patah semangat untuk mengisi angket yang telah mereka terima. Urutan pertanyaan yang diacak perlu dibuat bila tingkat kematangan responden terhadap masalah yang ditanyakan sudah tinggi.

i) Prinsip pengukuran

Angket yang diberikan kepada responden adalah merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu, instrumen angket tersebut harus dapat digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel tentang variabel yang diukur. Supaya diperoleh data penelitian yang valid dan reliabel maka sebelum instrumen angket tersebut diberikan kepada responden maka perlu diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

instrumen yang tidak valid dan reliabel bila digunakan untuk mengumpulkan data akan menghasilkan data yang tidak valid dan reliabel pula.

j) Penampilan fisik angket

Penampilan fisik angket sebagai alat pengumpul data akan memengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi angket. Angket yang dibuat di kertas buram akan mendapat respon yang kurang menarik bagi responden, bila dibandingkan dengan angket yang dicetak dalam kertas yang bagus dan berwarna. Tetapi angket yang dicetak di kertas yang bagus dan berwarna akan menjadi mahal.

Skala yang penulis gunakan untuk mengukur jawaban kuesioner adalah skala jumlahan. Skala jumlahan merupakan skala pengukuran kuesioner dengan memberikan nilai tinggi pada respon positif dan nilai rendah pada respon negatif dalam kuesioner (Rakhmat, 2007:94). Adapun skala jumlahan yang biasa digunakan adalah skala likert.

Menurut Widoyoko (2012:104), prinsip pokok skala likert adalah menentukan lokasi kedudukan seseorang dalam suatu kontinum sikap terhadap objek sikap, mulai dari sangat negatif sampai dengan sangat

positif. Penentuan lokasi itu dilakukan dengan mengkuantifikasi respon seseorang terhadap butir pernyataan atau pertanyaan yang disediakan.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun butir-butir instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata.

Jawaban dari setiap butir instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Penggunaan skala likert ada tiga alternatif model, yaitu model tiga pilihan (skala tiga), empat pilihan (skala empat), dan lima pilihan (skala lima). Skala disusun dalam bentuk suatu pernyataan dan diikuti oleh pilihan respon yang menunjukkan tingkatan (Widoyoko, 2012:104-106):

- 1) Contoh respon skala tiga: Setuju (S), Netral (N), dan Tidak Setuju (TS). Kelemahan pilihan respon skala tiga adalah variabilitas respon terlalu terbatas sehingga kurang mampu mengungkap secara maksimal perbedaan sikap responden. Selain itu ada kecenderungan responden untuk memilih alternatif tengah sebagai pilihan yang dianggap paling aman (cukup, netral, atau ragu-ragu). Adanya kelemahan tersebut, model skala tiga ini jarang digunakan oleh peneliti.

2) Contoh respon skala empat: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pilihan respon skala empat mempunyai variabilitas respon lebih baik atau lebih lengkap dibandingkan skala tiga sehingga mampu mengungkap lebih maksimal perbedaan sikap responden. Selain itu juga tidak ada peluang bagi responden untuk menentukan sikap terhadap fenomena sosial yang ditanyakan atau dinyatakan dalam instrumen.

3) Contoh respon skala lima: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu/ Netral (R/N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pilihan respon skala empat mempunyai variabilitas respon lebih baik atau lebih lengkap dibandingkan skala empat sehingga mampu mengungkap lebih maksimal perbedaan sikap responden. Kelemahan skala lima sama dengan kelemahan skala tiga yaitu ada kecenderungan responden untuk memilih alternatif tengah sebagai pilihan yang dianggap paling aman (cukup, netral, atau ragu-ragu).

Dalam beberapa riset, skala likert dapat digunakan dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu (*undecided*). Alasannya karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda, yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral, dan ragu-ragu. Disediaknya jawaban di tengah-tengah juga mengakibatkan responden akan cenderung memilih

jawaban di tengah-tengah terutama bagi responden yang ragu-ragu akan memilih jawaban yang mana. Selain itu, responden memilih jawaban untuk memilih amannya (Kriyantono, 2006:139). Oleh karena itu, penulis menggunakan skala likert model empat pilihan (skala empat) untuk meminimalisir bias. Adapun nilai skala likert model empat pilihan (skala empat) digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3.2. Skala Likert Model Empat Pilihan (Skala Empat)

Skor	Keterangan
4	Sangat Setuju
3	Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Widoyoko (2012:105)

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data ini juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain. Karena data sekunder ini bersifat melengkapi data primer, kita dituntut hati-hati atau menyeleksi data sekunder jangan sampai data tersebut tidak sesuai dengan tujuan riset kita atau mungkin

terlalu banyak (*overloaded*). Selain melengkapi, biasanya data sekunder ini sangat membantu periset bila data primer terbatas atau sulit diperoleh (Kriyantono, 2006:42).

Menurut Ruslan (2013:30), data sekunder adalah memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan termasuk majalah jurnal, khusus pasar modal, perbankan, dan keuangan.

Data sekunder yang digunakan penulis adalah data yang diperoleh dari berbagai macam sumber dalam rangka membantu penelitian, berupa pengumpulan data menggunakan berbagai buku, jurnal, halaman *website*, dan portal berita sebagai referensi untuk penulisan penelitian.

3.6. Teknik Pengukuran Data

3.6.1. Uji Validitas

3.6.1.1. Pengertian

Uji validitas dalam penelitian kuantitatif merupakan teknik untuk menguji kesahihan dari setiap instrumen atau variabel penelitian. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya (Effendi dan Tukiran, 2012:125-126).

3.6.1.2. Penilaian Kesahihan (Validitas) Riset

Secara umum, validitas riset kuantitatif terletak pada penentuan metodologinya (Kriyantono, 2006:70-71):

- 1) Validitas internal, mencakup:
 - a) Apakah alat ukur sesuai dengan apa yang diukur.
 - b) Pemilihan teori atau konsep.
 - c) Pengukuran konsep (reliabilitas), yaitu pada definisi operasional.

- 2) 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.

3.6.1.3. Jenis Validitas

Validitas instrumen riset dapat digolongkan menjadi (Kriyantono, 2006:149-151):

- 1) Validitas Rupa

Validitas ini dicapai dengan cara menguji alat pengukuran untuk melihat apakah alat ukur tersebut mengukur sesuatu yang mestinya diukur.

2) Validitas Prediktif

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

3) Validitas Konstruksi

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

4) Validitas Isi

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

5) 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 instrumen dengan fakta-fakta empiris yang terjadi di lapangan.

3.6.1.4. Cara Menguji Validitas

Arikunto dalam (Kriyantono, 2006:151) memberikan beberapa langkah pengujian, yaitu:

- 1) Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
- 2) Melakukan uji coba alat ukur tersebut pada sejumlah responden. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- 3) Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dan skor total dengan memakai rumus *product moment*.

3.6.1.5. Ketentuan

Dalam menguji validitas, penulis menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 22* dengan rumus *product moment (pearson's correlation)*. Suliyono (2010:44) 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 butir-butir pertanyaan sudah *valid*, maka ketentuannya sebagai berikut (Sarwono, 2012:85-86):

- 1) Nilai koefisien korelasi (r_{xy}) hasil penghitungan harus positif. Jika hasilnya negatif, maka butir pertanyaan tersebut tidak *valid* dan harus dihilangkan untuk analisis selanjutnya.
- 2) Nilai koefisien korelasi (r_{xy}) hasil penghitungan harus lebih besar dari nilai koefisien dari tabel. Jika nilai koefisien korelasi lebih kecil dari nilai tabel, 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} tabel sebesar 0,240; sedang untuk tingkat mengambil tingkat kesalahan sebesar 10% atau probabilitas atau signifikansi atau alpha sebesar 0,05, maka nilai r_{xy} tabel 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 penghitungan harus lebih besar dari 0,306.

Rumus *product moment*:

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

Keterangan:

r = Koefisien *product moment*

n = Jumlah individu dalam sampel

X = Angka mentah untuk pengukuran 1

Y = Angka mentah untuk pengukuran 2

(Kriyantono, 2006:146-147)

Peneliti mengambil tingkat kesalahan sebesar 10% atau probabilitas atau signifikansi atau alpha sebesar 0,1 dengan demikian untuk tingkat kesalahan 10%, maka koefisien korelasi (r_{xy}) hasil penghitungan harus lebih besar dari 0,240.

Untuk pengujian validitas dan reliabilitas diperlukan hanya tiga puluh data saja cukup, sekalipun semua data boleh juga diuji sekaligus dilakukan. Ketiga puluh data tersebut diambil dari data pertama saat mengumpulkan kuesioner di lapangan (Sarwono, 2012: 87-88). Untuk pengujian validitas dilakukan terhadap tiga puluh responden untuk mengukur validitas instrumen dimana setelah dilakukan uji validitas *item* pertanyaan yang tidak

valid tidak akan digunakan pada pengambilan data seratus responden terpilih. Berikut hasil uji validitas yang dilakukan terhadap tiga puluh responden terpilih:

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	85,27	119,375	,307	,925
X2	85,37	117,620	,336	,925
X3	85,17	116,282	,424	,924
X4	85,13	115,568	,467	,924
X5	85,70	113,597	,417	,925
X6	85,13	116,326	,409	,925
X7	85,43	114,875	,465	,924
X8	85,13	113,637	,683	,921
X9	85,20	115,545	,451	,924
X10	85,37	114,585	,447	,924
X11	85,00	115,310	,554	,923
X12	85,30	114,010	,525	,923
X13	85,83	112,282	,657	,921
X14	85,80	112,303	,610	,922
X15	85,13	113,775	,672	,921
X16	85,10	115,748	,442	,924
X17	85,27	113,375	,551	,923
X18	85,23	114,530	,604	,922
X19	85,07	114,685	,735	,921
X20	85,03	114,516	,567	,923
X21	85,13	117,499	,411	,924
X22	85,37	111,551	,695	,921
X23	85,20	113,959	,627	,922
X24	85,73	114,271	,423	,925
X25	85,23	114,668	,673	,922
X26	85,40	110,386	,623	,922
X27	85,63	110,999	,573	,923
X28	85,53	111,361	,548	,923
X29	85,37	110,861	,648	,921

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil uji validitas variabel X menunjukkan bahwa nilai *Corrected Item-Total Correlation* memiliki korelasi lebih besar atau sama dengan 0,240 ($r_{xy} \geq 0,240$). Nilai tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan pada variabel X *valid*.

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	24,40	19,559	,811	,906
Y2	24,87	20,947	,530	,931
Y3	24,47	20,120	,779	,908
Y4	24,27	21,651	,771	,910
Y5	24,23	22,047	,666	,916
Y6	24,37	19,895	,782	,908
Y7	24,13	21,637	,836	,908
Y8	24,13	21,982	,764	,912
Y9	24,07	21,582	,723	,913

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

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

3.6.2. Uji Reliabilitas

Menurut Usman (2003), uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen. Pengujian ini

dimaksudkan untuk menjamin instrumen yang digunakan merupakan sebuah instrumen yang handal, konsistensi, stabil dan dependabilitas, sehingga bila digunakan berkali-kali dapat menghasilkan data yang sama. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali – untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel (Effendi dan Tukiran, 2012:141).

Menurut Kriyantono (2006:145), alat ukur disebut reliabel 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*).

Rakhmat (2001:17) menyebut tiga teknik uji reliabilitas: antaruji, antarbutir, dan antarpemilai. Teknik yang digunakan penulis adalah teknik stabilitas atau yang dikenal pula dengan nama teknik *test retest* (pengukuran ulang) atau teknik antaruji. Teknik ini merujuk pada konsistensi hasil atau pengukuran yang dilakukan pada waktu berbeda. Artinya membandingkan beberapa hasil pengukuran dari populasi yang sama pada waktu yang berbeda atau oleh periset yang berlainan. Perbandingan ini dihitung untuk mencari koefisien korelasinya. Reliabilitas tercapai bila koefisien korelasi antara pengukuran pertama dan kedua menunjukkan angka positif dan tinggi (mendekati +1.00).

Metode yang sering digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*, karena metode ini cocok digunakan pada skor yang berbentuk skala (Basuki, 2010:46). Menurut Sarwono (2012:86), menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan bahwa suatu butir pertanyaan mempunyai reliabilitas, jika:

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

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Package for Social Science (SPSS) 22* 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
,925	29

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil uji reliabilitas variabel X menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,925. Nilai tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan pada variabel X *reliable*.

Tabel 3.6. Uji Reliabilitas Variabel Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,922	9

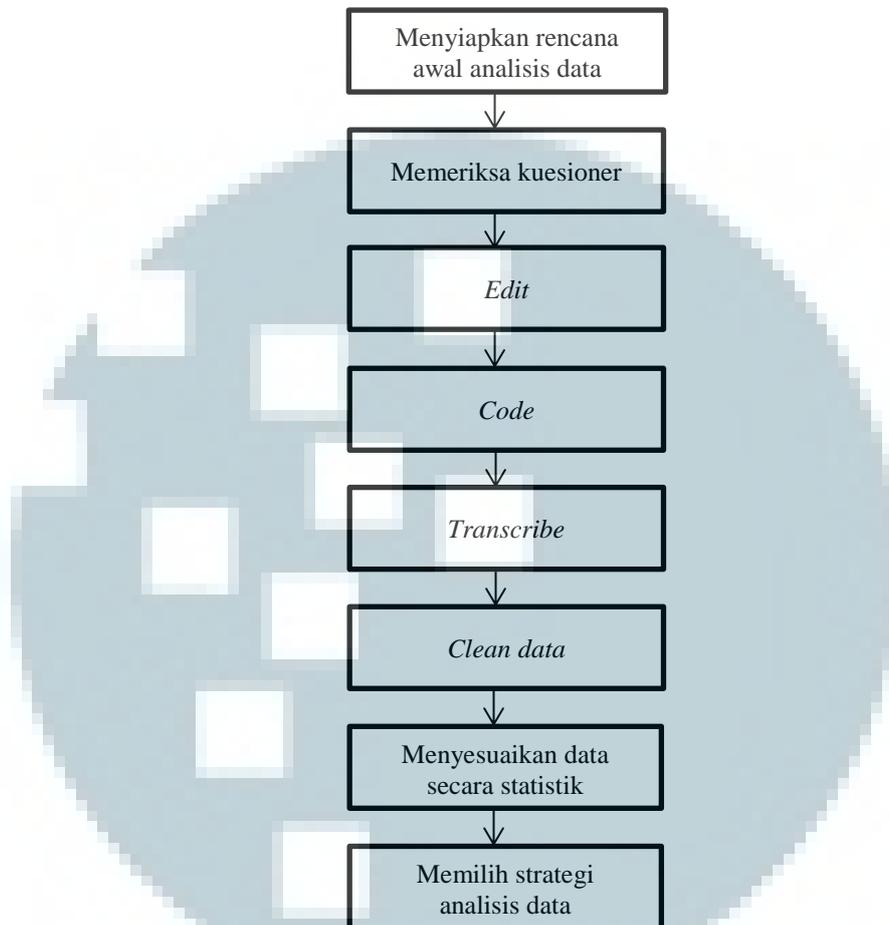
Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil uji reliabilitas variabel Y menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,922. Nilai tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan pada variabel Y *reliable*.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang dilakukan untuk mengkaji data yang terkumpul, menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan teknik statistik tertentu (Sugiyono, 2009:17). Data penelitian yang terekam dalam kuesioner tidak akan memberikan informasi yang berharga jika data tersebut tidak diolah dan dianalisis. Data yang terekam dalam kuesioner tidak memberikan makna apapun jika data tersebut tidak diintegrasikan dan ditampilkan dalam bentuk informasi yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mempersiapkan data agar dapat diolah dan dianalisis lebih lanjut (Sumarwan, dkk., 2012:1-9):

Gambar 3.1. Proses Persiapan Data



Sumber: Sumarwan (2012:1)

- 1) Pengecekan Kuesioner
 - a) Periksa semua kuesioner untuk kelengkapan wawancara.
 - b) Lakukan pengecekan setiap hari pada saat wawancara di lapangan masih berlangsung.
 - c) Kuesioner mungkin tidak diterima pada saat kembali dari lapangan karena alasan berikut:
 - (1) Bagian kuesioner mungkin tidak lengkap.

- (2) Pola tanggapan mungkin menunjukkan bahwa responden tidak memahami atau mengikuti instruksi.
- (3) Tanggapan menunjukkan sedikit varian.
- (4) Kuesioner yang dikembalikan secara fisik tidak lengkap, satu atau lebih halaman yang hilang.
- (5) Para kuesioner diterima setelah pra-didirikan tanggal terputus.
- (6) Kuesioner yang sudah dijawab oleh orang yang tidak berkualitas untuk berpartisipasi.

2) *Editing*

a) *Editing* adalah proses mengidentifikasi jawaban responden terhadap kuesioner yang meliputi beberapa hal berikut:

- (1) *Interviewer error*: Pewawancara tidak memberikan penjelasan lengkap dan benar.
- (2) *Omissions*: Responden tidak menjawab satu atau lebih pertanyaan baik sengaja maupun tidak sengaja.
- (3) *Ambiguity*: Jawaban responden tidak jelas.
- (4) *Inconsistents*: Jawaban yang tidak konsisten.
- (5) *Lack of cooperation*: Jawaban responden tidak mencerminkan keseriusan.

(6) *Ineligible respondent*: Responden tidak memenuhi syarat untuk menjawab kuesioner.

b) Proses *editing* dilakukan oleh pewawancara atau *supervisor* pada saat berada di lapangan dan sebelum melakukan analisis data.

c) Proses *editing* dilakukan untuk meningkatkan ketepatan data.

d) Jika ada jawaban responden yang kurang memuaskan, lakukan langkah berikut:

(1) Kembali ke lapangan.

(2) Menetapkan nilai hilang (jika kembali ke lapangan tidak memungkinkan).

(3) Membuang responden yang kurang memuaskan.

3) *Coding*

Coding adalah proses menetapkan kode, nilai numerik, nomor, atau angka kepada setiap kemungkinan jawaban yang diberikan responden untuk setiap pertanyaan.

4) *Transcribing*

Transcribing adalah memindahkan data dari kuesioner ke dalam program *software data base* atau *input* data untuk *software* pengolahan data seperti *Statistical Package for Social Science* (SPSS), MINITAB, dan SAS. Pemindahan data dari kuesioner juga dapat dilakukan ke dalam

program Excel yang sangat *popular*, karena sebagian orang sangat *familiar* dengan program ini.

5) *Data Cleaning*

Data cleaning atau pembersihan data adalah suatu proses untuk memeriksa konsistensi data dan memperlakukan jawaban yang hilang. Pembersihan data dilakukan secara intensif karena dilakukan dengan bantuan komputer. Pemeriksaan konsistensi adalah mengidentifikasi data yang berada di luar rentang, tidak konsisten secara logis, atau memiliki nilai yang ekstrem.

6) Menyesuaikan Data Secara Statistik

Penyesuaian data dapat dilakukan guna meningkatkan kualitas data untuk dianalisis. Penyesuaian data mungkin tidak perlu dilakukan jika tidak ada tujuan khusus yang harus dicapai tanpa penyesuaian data. Beberapa prosedur penyesuaian data adalah *weighting* (pembobotan), *variable respecification* (membuat variabel baru), *scale transformation* (transformasi skala), dan *dummy variable* (variabel boneka).

- a) *Weighting* adalah proses pemberian bobot kepada responden dalam *database* untuk mencerminkan tingkat kepentingan responden tersebut dibandingkan dengan responden yang lain. Pembobotan dilakukan untuk menjadikan data contoh lebih mewakili dari suatu target populasi dengan karakteristik tertentu. Pembobotan juga dimaksudkan untuk menyesuaikan contoh sehingga tingkat

kepentingan yang lebih besar dilekatkan kepada responden dengan karakteristik tertentu.

b) *Variable respecification* adalah membuat suatu variabel baru dari data yang ada atau memodifikasi data yang ada untuk membuat suatu variabel baru untuk mencapai tujuan tertentu dari analisis suatu data atau untuk mencapai tujuan penelitian yang telah dirumuskan.

c) *Dummy variable* menggambarkan variabel yang memiliki nilai dalam bentuk dua kategori dan biasanya diberikan skor satu dan nol. *Dummy variable* dibuat untuk dijadikan sebagai *independent variable* dalam sebuah model regresi.

d) *Scale transformation* adalah proses mengubah skala suatu nilai variabel agar dapat dibandingkan dengan variabel lain yang memiliki skala yang berbeda atau agar data tersebut dapat dianalisis lebih lanjut.

7) Memilih Strategi Analisis Data

Pemilihan strategi analisis data harus mempertimbangkan hal berikut:

a) Definisi masalah riset.

b) Riset desain yang digunakan:

(1) Ketergantungan dari observasi.

(2) Jumlah observasi untuk setiap objek atau responden.

(3) Jumlah kelompok yang dianalisis.

- (4) Pengendalian (kontrol) terhadap variabel.
- c) Karakteristik data (Apakah skala pengukuran data? Nominal, ordinal, interval, atau rasio?).
- d) Karakteristik teknik statistik (tujuan dan asumsi).

Sumarwan, dkk. (2012:9-10) mengklasifikasikan teknik statistik menjadi tiga yaitu:

- 1) Teknik *univariate* yaitu menganalisis satu variabel secara terpisah dengan variabel lainnya, peneliti hanya menyajikan hasil analisis dari sebuah variabel.
- 2) Teknik *bivariate* yaitu menganalisis dua buah variabel secara bersamaan atau menganalisis bagaimana hubungan antara dua variabel.
- 3) Teknik *multivariate* yaitu menganalisis lebih dari dua variabel pada saat bersamaan atau menganalisis bagaimana hubungan antara lebih dari dua variabel secara simultan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *bivariate* yaitu menganalisis hubungan antara variabel *marketing communication* dan variabel *brand awareness* Android KitKat.

3.7.1. Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi ialah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 sampai

dengan -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 negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah (dan sebaliknya) (Sarwono, 2012:123).

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 koefisien korelasi dengan metode korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi r

X = Skor distribusi variabel X

Y = Skor distribusi variabel Y

N = Banyaknya pasangan skor X dan skor Y

(Sanapiah, 2008:224-225)

Untuk memahami bagaimana menilai ukuran berbagai korelasi ini, ahli statistik Robert Koener mengembangkan ukuran umum korelasi sebagai berikut (Morissan, 2012:379-380):

Tabel 3.7. Skala 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

Sumber: (Morissan, 2012:380)

3.7.2. 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, 2012:138-139).

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, 2012:200). Dalam persamaan regresi

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,

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

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

3.8. Uji Asumsi Klasik

Pengujian 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.

3.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk melakukan pengujian data observasi apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak (Sarwono,

2012:96). Santoso (2013:345-346) 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 berdasarkan distribusi normal secara teori sedemikian rupa sehingga titik-titik tersusun seperti garis lurus.

3.9. Uji Hipotesis

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

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- a) H_0 : Tidak ada efektivitas *Marketing Communication* terhadap *co-branding* Android KitKat di kalangan Komunitas Android Indonesia.
- b) H_a : Terdapat efektivitas *Marketing Communication* terhadap *co-branding* Android KitKat di kalangan Komunitas Android Indonesia.

Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\alpha < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Suliyono, 2010:139).