



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 kuantitatif adalah sebuah pendekatan penelitian yang menggunakan landasan filsafat positivisme, hal ini digunakan untuk melihat dan meneliti populasi atau sampel yang sudah ditentukan. (Sugiyono, 2013, p.8). Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti. Menurut ahli, pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada faktor-faktor yang memiliki karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia yang diberi nama variabel. Dalam pendekatan kuantitatif, hubungan antara setiap variabel dianalisis dengan menggunakan teori atau konsep yang dipilih. Selain itu, dalam pendekatan kuantitatif hasil akhir didapat dari pengolahan data dalam bentuk angka.

Dalam penelitian kuantitatif, setidaknya dikenal empat macam jenis penelitian, yaitu penelitian eksploratif, deskriptif, asosiatif dan eksplanatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2013, p.207) Penelitian asosiatif adalah penelitian yang menggunakan dua variabel atau lebih dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan yang berfungsi untuk menjelaskan, memprediksi dan mengatur suatu faktor/ gejala tertentu. Peneliti menggunakan jenis penelitian ini untuk melihat apakah ada

pengaruh dari strategi MPR melalui *Third Party Endorsement* terhadap *Brand Awareness* Produk Anonim Store.

3.2. Metode Penelitian

Menurut Abdurrohman (2006) dalam Neneng Hartati (2017, p.61) secara etimologis, kata metodologi terdiri dari 2 kata yakni *met* dan *hodes*, yang jika digabungkan menjadi *methodos* memiliki arti cara yang ditempuh. Sehingga dapat diartikan bahwa metode adalah suatu cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Kartiko memaparkan (2010, p.68) dalam Neneng (2017, p.62) bahwa metode adalah pedoman dalam melakukan penelitian agar sesuai dengan urutan, teknik penelitian dan prosedur penelitian yang ada.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode *survey* dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden. Pengertian *survey* menurut Sugiyono (2013, p.11) adalah penelitian yang menggunakan angket sebagai alat yang disebar kepada populasi penelitian (baik besar maupun kecil). Hasil akhir berasal dari data sampel populasi yang telah ditentukan peneliti untuk melihat apakah ada hubungan antar variabel dan lainnya. Pada dasarnya kuesioner memiliki dua jenis pertanyaan, yakni pertanyaan terbuka dimana responden dapat menjawab tanpa adanya batasan. Sedangkan pertanyaan tertutup adalah kumpulan pertanyaan yang menutup dan membatasi pilihan jawaban responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis pertanyaan tertutup.

3.3. Populasi dan Sampel

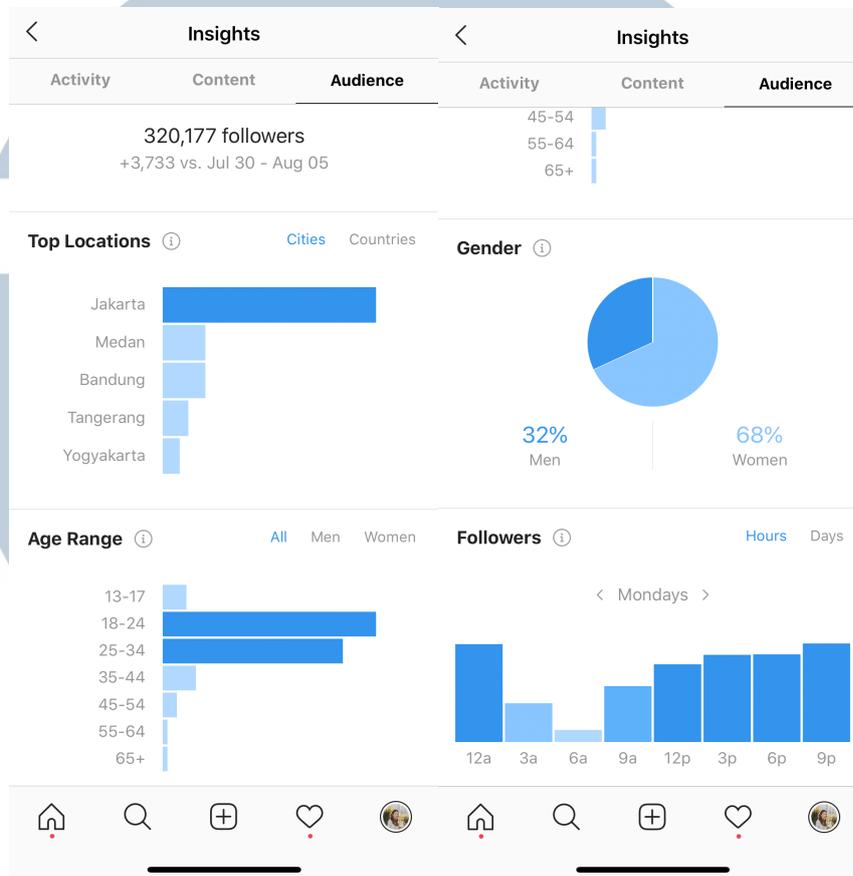
3.3.1. Populasi

Populasi dalam suatu penelitian merupakan sekumpulan objek yang dapat dijadikan sumber penelitian yang berbentuk peristiwa yang terjadi, benda, maupun manusia yang dijadikan objek penelitian. Hal ini sesuai dengan pendapat Silalahi, (2006, p.147) bahwa: “Populasi merupakan jumlah total dari keseluruhan elemen yang dianalisis atau dipelajari. Populasi dapat berupa organisme, orang, benda, objek, peristiwa, atau laporan”.

Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan berjumlah 320.177 dari followers Instagram Acha Sinaga, @achasinaga. Berikut adalah Insights Instagram Acha Sinaga yang peneliti dapatkan langsung dari Acha Sinaga pada 13 Agustus 2018.



Gambar 3.1. Insights Instagram Acha Sinaga 30 Juli - 5 Agustus 2018



Sumber: Acha Sinaga

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013, p.81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Neneng (2017, p.70) sampel dapat dikatakan sebagai teknik yang digunakan untuk memilih sampel dari responden. Teknik pengambilan sampel dibagi menjadi dua jenis, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* menurut Yaya Suryana (2015, p.250) dalam Neneng (2017, p.171-175) adalah teknik pengambilan data

sampel yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh bagian populasi untuk menjadi sampel. Sedangkan *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan data sampel yang tidak memberikan peluang bagi seluruh bagian populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis-jenis kedua *sampling* tersebut adalah sebagai berikut: *probability sampling* memiliki empat jenis yaitu *simple random sampling*, *proportionated stratified random sampling*, *disproportionated stratified random sampling*, *Area (cluster) sampling*. *Non-probability sampling* meliputi *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling* incidental, *purposive sampling*, *sampling* jenuh, *snowball sampling*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *purposive sampling* dimana ketentuan dari *sampling* ini adalah peneliti mengambil orang-orang yang dapat mewakili populasi dan memiliki ciri-ciri spesifik untuk menjadi sampel.

Sampling dalam penelitian ini akan diambil dengan menggunakan rumus slovin (Neneng, 2017, p.178), sebagai berikut.

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran karena ketidaktelitian dalam mengambil sampel, sebesar 0,05

Perhitungannya adalah:

$$n = 320.177 : (1 + (320.177 \times 0,05^2))$$

$$n = 320.177 : (1 + (320.177 \times 0,0025))$$

$$n = 320.177 : (1 + 800,4425)$$

$$n = 320.177 : 801,4425$$

n = 399,5009 , dibulatkan menjadi n= 400

Peneliti telah menentukan batasan penelitian pada perempuan berusia 18-34 tahun di Jakarta, dikarenakan *followers* Acha Sinaga mayoritas berada pada usia tersebut dan berada di Jakarta. Hal ini dilakukan dengan melihat hasil *Insights* Instagram Acha Sinaga yang dapat dilihat di Gambar 3.1. Sehingga, Dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin hasil sampel yang akan dipakai sebesar 399 sampel yang kemudian dibulatkan menjadi 400 sampel.

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

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel penting untuk dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas/independen dan variabel terikat/dependen sudah tepat atau belum. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yakni variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel bebas terdiri dari *third party endorsement* dan variabel terikat terdiri dari *brand awareness*. Peneliti melakukan operasionalisasi variabel yang terdiri dari variabel, dimensi, sub-dimensi dan indikator pernyataan.

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Endorsement (X)</i>	<i>Visibility</i>	<i>Celebrity</i>
	<i>Credibility</i>	<i>Expertise</i> <i>Objectivity</i>
	<i>Power</i>	<i>Content</i>
	<i>Attraction</i>	<i>Physical Attractiveness</i> <i>Likability</i> <i>Similarity</i>
<i>Brand Awareness (Y)</i>	Kognitif	1. Mengenal Identitas 2. Mengenal Produk 3. Mengenal Keunggulan 4. Mengenal Kredibilitas

Selain itu, operasionalisasi variabel digunakan untuk menentukan skala apa yang akan digunakan. peneliti menggunakan 5 pilihan untuk mendapatkan hasil penelitian dari responden. Pilihan tersebut antara lain sebagai berikut : (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral/Biasa, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju.

Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel dengan Pernyataan Kuesioner

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item
<i>Endorsement</i>				
Variabel X (<i>Endorsement</i>)	a. <i>Visibility</i> 1. <i>Celebrity</i>	Saya mengetahui Acha Sinaga sebagai salah satu Influenser di media sosial Instagram	Likert	1
	b. <i>Credibility</i> 1. <i>Expertise</i> 2. <i>Objectivity</i>	Acha Sinaga memiliki tingkat popularitas yang cukup tinggi di media sosial Instagram untuk menjadi seorang ^{3rd} Party <i>Endorsement</i>	Likert	2
	c. <i>Power</i> 1. <i>Content</i> d. <i>Attraction</i> 1. <i>Physical Attractiveness</i> 2. <i>Likeability</i> 3. <i>Similarity</i>	Acha Sinaga mahir dibidangnya	Likert	3

		Acha Sinaga memiliki jumlah <i>followers</i> yang cukup banyak di Instagram	Likert	4
		Acha Sinaga memiliki selera berbusana yang menarik	Likert	5
		Saya suka mengikuti Acha Sinaga dalam hal berpakaian	Likert	6
		Acha Sinaga dilihat sebagai sosok yang memiliki kredibilitas sebagai seorang <i>3rd Party Endorsement</i>	Likert	7
		Acha Sinaga adalah sosok <i>3rd Party Endorsement</i> yang dapat dipercaya	Likert	8
		Acha Sinaga menyuguhkan konten media sosial yang menarik untuk	Likert	9

		seorang <i>3rd Party</i> <i>Endorsement</i>		
		Acha Sinaga sebagai seorang <i>3rd Party</i> <i>Endorsement</i> dilihat mampu memengaruhi konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tertentu	Likert	10
		Acha Sinaga memiliki daya tarik yang besar sebagai <i>3rd party</i> <i>endorsement</i> di media sosial Instagram	Likert	11
		Acha Sinaga memiliki paras dan fisik yang mendukung sebagai <i>3rd party</i> <i>endorsement</i> di	Likert	12

		media sosial Instagram		
		Acha Sinaga sebagai seorang model dan <i>influencer</i> digemari oleh banyak orang di media sosial pantas menjadi <i>3rd party endorsement</i>	Likert	13
		Acha Sinaga sebagai <i>3rd party endorsement</i> dinilai memiliki kesamaan dengan konsumen di media sosial	Likert	14
<i>Brand Awareness: Kognitif</i>				
Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>)	1. Mengenali Identitas	Saya mengetahui merek produk Anonim Store	Likert	15
	2. Mengenali Produk 3. Mengenali Keunggulan 4. Mengenali	Saya mengetahui merek produk	Likert	16

Kredibilitas	Anonim Store beroperasi secara online salah satunya melalui <i>website</i>		
	Saya mengetahui eksistensi Anonim Store di media sosial Instagram	Likert	17
	Saya mengetahui merek produk Anonim Store adalah merek produk <i>fashion</i> lokal	Likert	18
	Saya mengetahui merek produk Anonim Store tidak hanya menjual busana, tapi juga aksesoris	Likert	19
	Saya mengetahui merek produk Anonim Store menggunakan jasa	Likert	20

		<i>Endorsement</i> sebagai salah satu strategi promosi merek		
		Saya mengetahui merek produk Anonim Store beberapa kali mengikuti Bazaar di dalam maupun luar negeri	Likert	21
		Karena beroperasi melalui internet, merek produk Anonim Store dapat diakses secara global	Likert	22
		Saya mengetahui merek produk Anonim Store dapat mengirimkan produknya secara global/internasional	Likert	23
		Saya mengetahui produk yang	Likert	24

		dihasilkan oleh Anonim Store adalah produk yang layak dipakai		
		Saya mengetahui produk yang dihasilkan oleh Anonim Store adalah produk yang berkualitas bagus	Likert	25
		Saya mengetahui produk yang dihasilkan oleh Anonim Store adalah produk yang sesuai dengan selera <i>fashion</i> perempuan Indonesia	Likert	26

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Data Primer

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode *survey*.

Pengertian *survey* menurut Sugiyono (2013, p.11) adalah penelitian yang

menggunakan angket sebagai alat yang disebar kepada populasi penelitian (baik besar maupun kecil). Hasil akhir berasal dari data sampel populasi yang telah ditentukan peneliti untuk melihat apakah ada hubungan antar variabel dan lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data primer. Hal ini dilakukan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan maupun pernyataan tertulis dengan angket terbuka atau tertutup kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013, p.137). Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner ini berisi pertanyaan berstruktur yang sudah dibuat sebelumnya oleh peneliti. Pertanyaan-pertanyaan yang ada dibuat sesuai dengan topik yang dipilih dan indikator-indikator yang ditetapkan oleh peneliti.

Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada perempuan berusia 18-34 tahun di Jakarta. Alasan mengapa peneliti memilih objek tersebut karena dalam data yang didapat dari *Insights* Instagram Acha Sinaga menunjukkan bahwa perempuan mendominasi gender pengikut akun Acha Sinaga di Instagram sebesar 68% perempuan dan 32% untuk gender laki-laki, dan presentase terbesar dalam jangka usia pengikut Acha Sinaga adalah 18-34 tahun, dan Jakarta memegang hasil terbesar dalam lokasi terpopuler pengikut Acha Sinaga di Instagram. Setelah kuesioner disebar dan hasilnya diterima oleh peneliti, peneliti akan mengolah data yang sudah diterima untuk membuktikan apakah hipotesa yang sudah dibuat cocok atau tidak dengan hasil survey. Data

yang didapat akan membantu peneliti dalam menetapkan hasil yang akurat untuk penelitian ini.

Sesuai dengan perhitungan yang sudah dilakukan, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada 400 responden yakni perempuan berusia 18-34 tahun di Jakarta. Dalam angket tersebut, peneliti telah menentukan skala Likert sebagai pengukur penelitian ini. Peneliti menggunakan 5 pilihan untuk mendapatkan hasil penelitian dari responden. Pilihan tersebut antara lain sebagai berikut : (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral/Biasa, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju

3.5.2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, peneliti akan menambahkan data sekunder sebagai pendukung dari data primer. Data sekunder akan peneliti dapat melalui wawancara dengan pemilik Anonim Store yaitu Fransisca Angelina untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai Anonim Store karena kurangnya informasi yang terdapat di dalam *website* maupun media sosial Instagram. Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013, p.231) teknik pengumpulan data wawancara adalah dimana dua orang atau lebih bertemu dan berbicara untuk bertukar informasi melalui tanya jawab seputar topik tertentu. Berikut adalah beberapa hal yang terdapat dalam melakukan wawancara menurut Neneng (2017, p.71), antara lain adanya pertukaran informasi dari narasumber, adanya tujuan khusus yang akan dicapai dari wawancara tersebut, terdiri atas pertanyaan dan jawaban dari pertanyaan tersebut, informasi yang didapat dari

wawancara dapat digunakan untuk keperluan evaluasi kebijakan public dan lainnya. Peneliti juga akan melakukan studi pustaka dari berbagai sumber terpercaya untuk memperkuat hasil penelitian ini. Studi Pustaka Menurut Sugiyono (2013, p.224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Studi pustaka yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara mengumpulkan sumber data dari buku-buku ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan situs web yang berhubungan dengan topik penelitian.

3.6. Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas, Uji Realibilitas, dan Uji Normalitas

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sumadi (2015, p.61) dalam pengujian validitas terdapat 3 landasan untuk melihat “sejauh mana”, yaitu: didasarkan pada isinya, didasarkan pada kesamaan atau sesuai tidaknya dengan konstruk, dan yang terakhir adalah sesuai tidaknya dengan kriteria instrument lainnya. Beliau juga memaparkan adanya 3 macam validitas instrument sesuai teori:

a. Validitas Isi

Jenis validitas ini lebih mudah untuk ditegakkan dibandingkan dengan dua jenis validitas lainnya. Validitas isi dilihat dalam

penelaahan dan revisi item pertanyaan atau pernyataan, hal ini dilakukan dengan bantuan *professional judgement* dari para penelaah. Selain itu, peneliti wajib memasukan proses yang dilakukan dalam validitas isi dan daftar nama responden.

b. Validitas Konstruk

Terdapat dua jenis dalam validitas konstruk, yaitu: analisis faktor dan *divergent and discriminant validation* melalui *multi-trait multi-method*. Dalam melakukan analisis faktor, peneliti dapat menggunakan jasa komputer melalui program SPSS. Sedangkan, dalam *divergent and discriminant validation* melalui *multi-trait multi-method*, peneliti membutuhkan lebih dari satu instrument untuk mengukur lebih dari satu sifat.

c. Validitas Sesuai Kriteria

Secara teori, validitas kriteria dapat dikatakan paling kuat dan sangat penting. Namun, ada dua kendala yang sering kali muncul didalamnya, seperti: apa yang akan dijadikan kriteria dan jika kriteria tersebut adalah sebuah instrument lain yang telah diteliti baik, mengapa tidak menggunakan instrument tersebut.

Berikut adalah uji validitas yang dapat dinyatakan valid (Ghozali, 2012, p.52):

a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ = dinyatakan valid

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ = dinyatakan tidak valid

b. Jika $\text{Sig} < 0,05$ = dinyatakan valid

Jika $\text{Sig} > 0,05$ = dinyatakan tidak valid

Survey uji coba atau *pre-test* dilakukan oleh peneliti selama satu minggu untuk melihat apakah setiap item pertanyaan valid sebelum disebarikan kepada 400 perempuan berusia 18-34 tahun di Jakarta. Pengolahan data uji validitas ini menggunakan SPSS versi 24. Dalam pengujian validitas item pertanyaan dianggap VALID jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, sedangkan jika data yang didapat $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka item pertanyaan tersebut tidak valid. Dalam penelitian ini penulis menggunakan $r \text{ tabel}$ sebesar 0,312 yang didapat dari tabel $r \text{ tabel}$ signifikansi 5% dengan $n = 40$.

Tabel 3.3. Uji Validitas Data Variabel *Endorsement* (X)

Item	R Hitung	R Tabel	Sig.	Keterangan
X1	0,786	0,312	0,000	VALID
X2	0,818	0,312	0,000	VALID
X3	0,817	0,312	0,000	VALID
X4	0,864	0,312	0,000	VALID
X5	0,823	0,312	0,000	VALID

X6	0,670	0,312	0,000	VALID
X7	0,863	0,312	0,000	VALID
X8	0,919	0,312	0,000	VALID
X9	0,898	0,312	0,000	VALID
X10	0,878	0,312	0,000	VALID
X11	0,852	0,312	0,000	VALID
X12	0,885	0,312	0,000	VALID
X13	0,816	0,312	0,000	VALID
X14	0,781	0,312	0,000	VALID

Sumber: Hasil Olahan Penulis Menggunakan SPSS 24, 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data uji validitas menggunakan SPSS versi 24, dapat dikatakan keempat belas item pernyataan dinyatakan **VALID**.

Tabel 3.4. Uji Validitas Data Variabel *Brand Awareness* (Y)

Item	R Hitung	R Tabel	Sig.	Keterangan
Y1	0,787	0,312	0,000	VALID
Y2	0,826	0,312	0,000	VALID
Y3	0,932	0,312	0,000	VALID
Y4	0,941	0,312	0,000	VALID
Y5	0,830	0,312	0,000	VALID

Y6	0,853	0,312	0,000	VALID
Y7	0,725	0,312	0,000	VALID
Y8	0,735	0,312	0,000	VALID
Y9	0,881	0,312	0,000	VALID
Y10	0,915	0,312	0,000	VALID
Y11	0,911	0,312	0,000	VALID
Y12	0,855	0,312	0,000	VALID

Sumber: Hasil Olahan Penulis Menggunakan SPSS 24, 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data uji validitas menggunakan SPSS versi 24, dapat dikatakan kedua belas item pernyataan dinyatakan VALID.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Sedangkan reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk- konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk *kuesioner* (Sujarweni, 2012, p.186). Instrumen yang *reliable* berarti instrumen yang cukup baik untuk mampu mengungkap data yang bisa dipercaya sebagai hasil penelitian. Dengan kata lain, uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah kuesioner yang dilakukan reliabel atau konsisten untuk dilakukan.

Menurut Sumadi (2015, p.59) terdapat 3 cara atau metode untuk melakukan uji reliabilitas yaitu: metode uji ulang (*test-retest method*), metode bentuk parallel (*parallel-form method*), dan metode pengujian satu kali (*single trial method*).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengujian satu kali atau *single trial method*. Dalam metode pengujian satu kali item-item pertanyaan atau pernyataan diberikan kepada responden tertentu sebanyak satu kali dengan cara tertentu. Sampai saat ini terdapat 7 macam cara dari para ahli:

- a. Metode belah dua (*split-half method*)
- b. Metode Rulon
- c. Metode KR₂₀
- d. Metode KR₂₁
- e. Metode Flanagan
- f. Metode Alpha (Cronbach)
- g. Metode analisis variansi (metode Hoyt)

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji reliabilitas dengan *one shot* atau pengujian sekali saja dengan menggunakan SPSS 24. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Cronbach's Alpha. Menurut Nunnally (1994) dalam Ghazali (2016, p.48) metode ini memiliki ketentuan sebagai berikut:

Nilai Cronbach's Alpha > 0,70 = reliabel

Nilai Cronbach's Alpha < 0,70 = tidak reliabel

Peneliti melakukan uji reliabilitas atas item pertanyaan yang telah disebar melalui pretest dengan menggunakan SPSS versi 24. Dari hasil pengolahan data terdapat R tabel sebesar 0,312 dan Alpha didapat dengan menggunakan uji statistik Cronbach's Alpha.

Tabel 3.5. Uji Reliabilitas Data Variabel *Third Party Endorsement* (X)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.964	.966	14

Sumber: Hasil Olahan Penulis Menggunakan SPSS versi 24, 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 24, dinyatakan bahwa keempat belas item pernyataan X RELIABEL dengan nilai Cronbach's Alpha $0,966 > 0,70$.

Tabel 3.6. Uji Reliabilitas Data Variabel *Brand Awareness* (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.965	.965	12

Sumber: Hasil Olahan Penulis Menggunakan SPSS versi 24, 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 24, dinyatakan bahwa kedua belas item pernyataan Y RELIABEL dengan nilai Cronbach's Alpha $0,965 > 0,70$.

3.6.3. Uji Normalitas

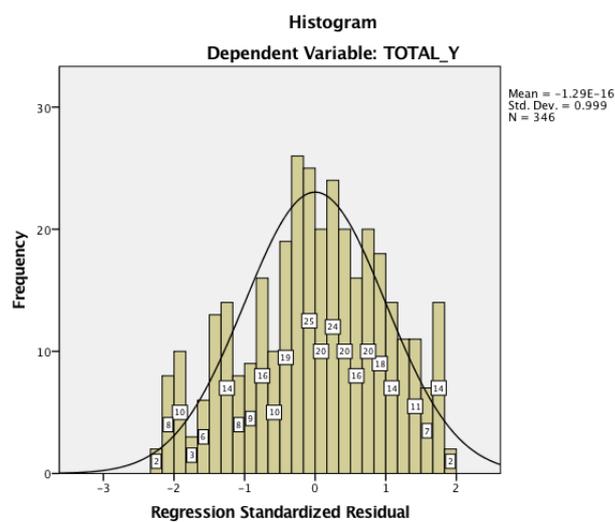
Menurut Ghozali (2016, p.30) Uji Normalitas bukanlah sebuah jenis pengujian yang wajib dilakukan di dalam sebuah penelitian. Namun, akan lebih baik jika sebuah penelitian memiliki data yang normal untuk diuji. Sehingga, peneliti memutuskan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini. Terdapat dua prinsip normalitas menurut Ghozali (2016, p.163):

- a. Sebuah data dapat dikatakan normal jika data menyebar sesuai dengan grafik histogram dan garis diagonal dalam *probability plot* (p-plot)
- b. Jika penyebaran data tidak sesuai atau menyebar jauh dari grafik histogram dan garis p-plot, maka data dapat dikatakan tidak normal

Dengan menggunakan 400 data, peneliti mendapati hasil penyebaran data yang melebar atau menjauh. Sehingga peneliti memutuskan untuk membuang data sebanyak 54 data agar hasil pengolahan data menjadi normal (Ghozali, 2016, p.43). Sehingga total data untuk melakukan pengolahan data adalah sebanyak 346 data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga jenis uji normalitas untuk melihat apakah data yang

dimiliki bersifat normal. Ketiga pengujian tersebut berupa Histogram, P-Plot, dan Kolmogorov Smirnov seperti dibawah ini.

Gambar 3.2. Histogram Uji Normalitas

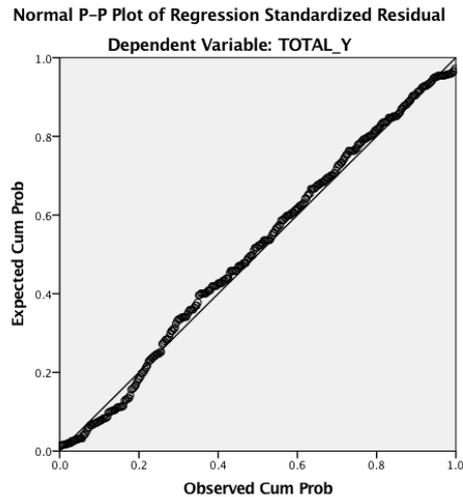


Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 oleh Peneliti

Dari hasil pengolahan data menggunakan uji normalitas Histogram, diketahui bahwa penyebaran data berdistribusi normal jika penyebaran data terdapat disekitar grafik histogram. Melihat hasil pengolahan diatas, dapat dikatakan bahwa penyebaran data yang dimiliki berdistribusi normal.

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

Gambar 3.3. P-Plot Regression Standarized Residual



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 oleh Peneliti

Dari hasil pengolahan data menggunakan uji normalitas P-Plot, diketahui bahwa penyebaran data berdistribusi normal jika penyebaran data mengikuti garis diagonal. Melihat hasil pengolahan diatas, dapat dikatakan bahwa penyebaran data yang dimiliki berdistribusi normal.

Tabel 3.7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		346
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	12.37374821
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.046
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24 oleh Peneliti

Dari hasil pengolahan data menggunakan uji normalitas Kolmogorov Smirnov, diketahui bahwa data yang dimiliki berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengolahan data yang dimiliki oleh peneliti adalah sebesar 0,067. Sehingga dapat dikatakan penyebaran distribusi data penelitian ini normal.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Uji Korelasi Data

Sarwono menjelaskan bahwa terdapat 3 jenis uji korelasi yang ada, diantaranya adalah *Pearson Correlation*, *Kendall's tau-b*, dan *Spearman Correlation*. Jenis korelasi *Pearson* biasanya digunakan jika data berskala interval (rasio). Sedangkan dua jenis korelasi lainnya digunakan jika data berskala ordinal. Tabel dibawah ini adalah panduan untuk menentukan arti atau tingkatan hasil data pengujian korelasi menurut Sarwono (2006, p.45)

Tabel 3.8. Hubungan dan Tingkatan Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Hubungan Korelasi
0	Tidak Ada Korelasi
> 0 – 0,25	Korelasi Sangat Lemah
> 0,25 – 0,5	Korelasi Cukup

> 0,5 – 0,75	Korelasi Kuat
> 0,75 – 0,99	Korelasi Sangat Kuat
1	Korelasi Sempurna

Sumber: Sarwono, 2006

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Pearson Correlation*. Semakin nilai korelasi mendekati angka 1, berarti hubungan antar variabel semakin kuat dan apabila nilai korelasi semakin mendekati angka 0, maka hubungan antar variabel akan semakin lemah. Hasil pengujian akan dibahas lebih lanjut didalam BAB 4.

3.7.2. Uji Regresi Sederhana

Peneliti menggunakan teknik analisis data berbasis regresi linear sederhana. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah ada pengaruh pengaruh variabel X yakni strategi MPR melalui *Third Party Endorsement* terhadap *Brand Awareness* Produk Anonim Store sebagai variabel Y. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan kuesioner. Untuk menganalisis dan menginterpretasikan data secara kuantitatif, digunakan alat statistik sehingga memudahkan penafsiran data mentah yang diperoleh dari kuesioner. Menurut Irianto (2007, p.17) Teknik analisis regresi linear sederhana dapat dilakukan jika sudah memenuhi syarat-syarat berikut ini: sampel dipilih secara acak (*random sampling*), Variabel X dan Y memiliki hubungan sebab akibat

atau dalam kata lain kausal, nilai Y memiliki penyebaran distribusi normal, dan yang terakhir persamaan keduanya harus linier.

Penjelasan Iqbal Hasan (2005, p.171) dalam Neneng (2017, p.205) dalam bentuk regresi linear yang paling sederhana dengan memiliki variabel X dan Y, memiliki persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Hasil dari pengolahan uji regresi linear sederhana akan dijelaskan dalam bab 4.

3.7.3. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis, untuk menentukan ada atau tidak adanya pengaruh dari *third party endorsement* (X) sebagai variabel *independent* atau bebas terhadap *brand awareness* (Y) sebagai variabel *dependent* atau terikat. Dalam proses uji hipotesis, data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan uji T.

Ho : $p = 0$, artinya tidak ada pengaruh *endorsement* yaitu Acha Sinaga terhadap *brand awareness* produk Anonim Store

Ha : $p \neq 0$, artinya ada pengaruh *endorsement* yaitu Acha Sinaga terhadap *brand awareness* produk Anonim Store