

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan berjenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah salah satu metode penelitian yang berdasarkan dari filsafat/pandangan positivism. Pandangan positivism bisa dan dapat digunakan sebagai salah satu metode ilmiah dikarenakan sudah terpenuhinya prinsip-prinsip ilmiah yakni rasional, konkrit, rasional, sistematis, dan sifatnya yang objektif (2013) Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang mengandalkan data-data penelitian dalam bentuk angka yang selanjutnya diolah menjadi bentuk statistik.

Adapun penelitian yang digunakan merupakan penelitian dengan sifat eksplanatif, karena tujuan dari penelitian dengan sifat eksplanatif ialah mencari relevansi atau hubungan dan pengaruh antara satu variabel yang bebas dengan variabel terikat (Yusuf, 2017). Maka dari itu dalam penelitian ini, peneliti akan melihat pengaruh antara pesan iklan Pokemon TCG (variabel X), terhadap minat beli kartu pokemon/produk (variabel Y).

3.2 Metode Penelitian

Proses pengumpulan data dengan menggunakan metode penelitian berupa survey. Berdasarkan Sugiyono (2013) survey ialah metode yang kerap digunakan untuk penelitian kuantitatif serta untuk mengumpulkan data baik yang sempat terjadi pada masa lampau maupun saat ini. Penggunaan metode ini, memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis dari suatu individu yang dijadikan sebagai sampel dari populasi yang sudah ditetapkan sebelumnya, ataupun dengan teknik mengumpulkan data-data berupa kuesioner, kemudian wawancara.

Penelitian ini menerapkan survei yang menggunakan alat bantu kuesioner yang diubah menjadi bentuk *e-survey*. Survei ini kemudian akan dijawab oleh responden-responden secara *online* melalui *link* yang telah disebarluaskan.

Kuesioner yang telah disebar juga akan berlandaskan pada variabel-variabel penelitian yang telah dikonversikan menjadi berbagai indikator dan dimensi, sehingga bisa dijadikan sebagai pertanyaan yang nantinya perlu diisi oleh responden. Responden merupakan anggota dari komunitas Pokemon TCG Trainers Indonesia.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Berdasarkan Sugiyono (2013) mendefinisikan populasi sebagai daerah generalisasi yang meliputi bagian objek dan dengan kualitas, partikularitas dan kriteria khusus, yang kemudian ditentukan oleh peneliti untuk diteliti lalu diinterpretasikan menjadi sebuah kesimpulan. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka adanya populasi dalam penelitian ini adalah anggota-anggota yang tergabung dalam akun Facebook @Pokemon TCG Trainers Indonesia.

Pokemon TCG Indonesia merupakan akun Facebook komunitas yang berbagi pengalaman bermain kartu pokemon dan mendiskusikan berbagai hal mengenai kartu Pokemon TCG Indonesia, komunitas tersebut memiliki total anggota 2.708 per Mei 2022. Akun Komunitas Pokemon TCG *Trainers* Indonesia merupakan akun yang dibuat dan diatur oleh AKG Group.



Gambar 3.1 Komunitas Pokemon TCG Trainers Indonesia per Mei 2022

Sumber: Akun Facebook @Pokemon TCG Trainers Indonesia, 2022

3.3.2 Sampel

Berdasarkan pada pernyataan Sugiyono (2013, p. 81) sampel merupakan beberapa/sebagian dari populasi dengan kualitas dan karakteristik serupa. Tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari seluruh populasi dikarenakan jumlahnya yang terlalu besar. Maka dari itu, penelitian dengan judul “Pengaruh Pesan Iklan Kartu Pokemon TCG terhadap Minat Beli Konsumen” akan menggunakan sampel yang sudah dipilih dan merupakan bagian dari populasi tersebut. Setelah mempelajari data hasil sampel tersebut, hasilnya akan dijadikan sebuah kesimpulan yang bisa menjadi representasi dari penentuan populasi yang telah dilakukan sebelumnya. Sehingga, sampel yang digunakan harus mampu memiliki jawaban yang representatif.

Menurut Sugiyono (2013, p. 120) terdapat 2 teknik pengambilan sampel *Probability Sampling*, yang menjadikan setiap data yang diperoleh terdapat kesempatan yang sama bagi setiap sampel, dan *Non-Probability Sampling*, kondisi dimana anggota sampel tidak memiliki kesempatan yang sama. *Probability Sampling* meliputi teknik *simple random*, *disprportionat stratified random*, *area random* dan *propotionate stratified random*. Melainkan *Non-probability Sampling* mencakup *sampling* sistematis, *sampling* aksidental, *purposive sampling*, *snowball sampling*, *sampling* jenuh dan *sampling* kuota.

Teknik yang diaplikasikan pada proses pengambilan penelitian ini merupakan teknik *probability sampling*, yaitu *simple random sampling*. *Simple random sampling* mengacu pada suatu proses penentuan sampel dengan secara acak tanpa memperhatikan status/karakter yang melekat pada suatu populasi dikarenakan suatu populasi dianggap homogen. Yang menjadi alasan penelitian kali ini mengaplikasikan teknik *simple random sampling* dikarenakan para pemilik kartu pokemon TCG yang tergabung dalam komunitas Pokemon TCG *Trainers* Indonesia memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih, setiap anggota populasi masih dapat dihitung dengan mudah dan adanya data mengenai populasi yang dipilih.

Type of Study	Minimum Size	Typical Range
Problem identification research (e.g., market potential)	500	1,000–2,500
Problem-solving research (e.g., pricing)	200	300–500
Product tests	200	300–500
Test-marketing studies	200	300–500
TV/radio/print advertising (per commercial or ad tested)	150	200–300
Test-market audits	10 stores	10–20 stores
Focus groups	2 groups	6–15 groups

Gambar 3.2 Sample Sized Used in Marketing Research Studies

Sumber: *Tabel Sample Size*, (Malhotra & Dash, 2016)

Penetapan dari jumlah sampel penelitian akan dihitung berdasarkan dengan *statement* Malhotra dan Dash (2016) yang mana sampel yang diperlukan untuk keberlangsungan penelitian ini setidaknya 150 sampel dan rata-rata yang perlu dipenuhi sebanyak 200-300 sampel. Karena itu, penelitian akan menggunakan 300 responden untuk memenuhi syarat dari penetapan jumlah sampel.

3.4 Operasionalisasi Variabel/ Konsep

Berdasarkan Sugiyono (2013), operasionalisasi variabel adalah atribut dan sifat serta nilai dari objek kegiatan yang memiliki berbagai macam variasi dan dipilih sehingga bisa dianalisis dan ditarik kesimpulan dasarnya. Ada dua jenis variabel dalam penelitian berupa variabel yang terikat dan variabel yang bebas. Variabel bebas berperan untuk menjadi penyebab atau memberikan pengaruh kepada variabel terikat. Selanjutnya, variabel terikat ialah variabel dengan peran sebagai dampak atau hasil dari variabel bebas (Sugiyono, 2013, p. 39). Dalam penelitian ini, variabel pesan iklan Pokemon TCG Indonesia merupakan variabel yang bebas dan variabel minat beli produk ialah variabel yang terikat. Berikut merupakan operasionalisasi variabel dari dua variabel yang diaplikasikan dalam penelitian ini, yakni:

VARIABEL X: PESAN IKLAN SUCCESS (Shimp, Terrence A.; Andrews, J. Craig, 2018, p. 204)			
Dimensi	Indicator	Keterangan	Pernyataan
<i>Simplicity</i>	<i>Simple</i>	Iklan memiliki pesan yang sederhana	Iklan kartu Pokemon TCG konsisten dalam mengomunikasikan pesan “It’s Time to Battle”
	<i>Profound</i>	Pesan iklan yang dalam	Pesan yang terkandung dalam iklan kartu Pokemon TCG mengingatkan kembali akan permainan kartu Pokemon TCG saat sedang bersama teman.
	<i>Appropriate</i>	Relevansi antara produk yang diiklankan dan informasi yang ingin disampaikan	Iklan kartu Pokemon TCG memperlihatkan permainan kartu Pokemon TCG yang dimainkan oleh 2 orang.
<i>Unexpectedness</i>	<i>Curiosity</i>	Iklan mampu membangkitkan rasa penasaran	Iklan kartu Pokemon TCG mampu membangkitkan rasa penasaran untuk menontonnya sampai selesai.
	<i>Interest</i>	Adanya minat untuk menggunakan produk setelah melihat iklan	Iklan kartu Pokemon TCG mampu membangkitkan minat untuk segera memainkan kartu Pokemon TCG tersebut.
	<i>Novelty</i>	Iklan memiliki keunikan dan berbeda dari standar <i>audience</i>	Penggunaan slogan yang berubah dari “It’s Time to Battle” menjadi “It’s

			Time to Battle” merupakan cara yang unik untuk memperlihatkan kolaborasi antara Pokemon dan member-member ITZY.
Concreteness	<i>Concretizing</i>	Iklan mengandung kelugasan pesan.	Pesan yang terkandung dalam iklan menyajikan pesan yang tidak ambigu.
		Adanya demonstrasi yang jelas terkait produk yang diiklankan	Iklan kartu Pokemon TCG memperlihatkan demonstrasi cara memainkan kartu Pokemon TCG
Credibility	<i>Believable</i>	Iklan menyajikan berbagai informasi yang faktual dan dapat dipercaya	Iklan ingin membuktikan keseruan dari permainan kartu Pokemon TCG dengan memperlihatkan member-member ITZY yang sedang memainkan kartu Pokemon TCG.
Emotionality	<i>Generate Emotions</i>	Iklan mampu menimbulkan emosi (positif/negatif) dari audiens	Iklan kartu Pokemon TCG mampu membangkitkan rasa keseruan dari permainan kartu Pokemon TCG.
Storytelling	<i>Alur/ Plot Cerita</i>	Iklan menyampaikan cerita sistematis yang berkaitan dengan produk	Alur iklan kartu Pokemon TCG memberikan informasi yang berkaitan dengan kartu Pokemon TCG.
		Iklan memiliki alur cerita yang menarik	Iklan kartu Pokemon TCG memiliki alur cerita

			yang menarik
	Karakter	Kepribadian para tokoh yang relevan dengan alur cerita	Setiap tokoh dalam iklan kartu Pokemon TCG memainkan perannya dengan baik untuk memperjelas segala informasi terkait kartu Pokemon TCG.
	Setting	Iklan memiliki latar waktu yang jelas	Latar waktu dalam iklan kartu Pokemon TCG tidak membingungkan
		Iklan memiliki latar tempat yang jelas	Latar tempat dalam iklan kartu Pokemon TCG mudah diidentifikasi

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

VARIABEL Y: MINAT BELI (Ferdinand, 2014)			
Dimensi	Indikator	Keterangan	Pernyataan
<i>Transaksional</i>	Ketertarikan	Ketertarikan untuk menggunakan produk	Saya tertarik untuk memainkan permainan kartu Pokemon TCG
	Melakukan Pembelian	Inisiatif untuk melakukan pembelian produk	Saya berencana untuk membeli kartu Pokemon TCG
<i>Referensial</i>	Referensi	Konsumen merekomendasikan produk kepada orang lain	Saya akan mengajak orang lain untuk ikut bermain kartu Pokemon TCG
	Membagikan	Konsumen membicarakan produk kepada orang lain	Saya menjadikan Pokemon TCG sebagai salah satu topik pembicaraan dengan

			orang lain.
<i>Preferensial</i>	Preferensi Utama	Menjadikan suatu produk sebagai alternative utamanya.	Saya menjadikan kartu Pokemon TCG sebagai preferensi utama saat memainkan TCG
		Kecenderungan untuk memilih suatu produk dibandingkan produk kompetitornya.	Saya cenderung memilih kartu Pokemon TCG dibandingkan dengan permainan kartu TCG lainnya.
<i>Eksploratif</i>	Mencari Informasi	Mencari informasi mengenai produk	Saya berinisiatif untuk mempelajari cara bermain kartu Pokemon TCG,
		Mengikuti Informasi Terbaru	Saya selalu update terhadap trend-trend terbaru kartu Pokemon TCG

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Data utama dalam penelitian ini berhasil didapatkan melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara daring dengan *tools google form* yang dibagikan kepada 300 responden dengan kriteria yang telah ditetapkan. Kuesioner yang disebarakan berupa sekumpulan pertanyaan mengenai objek penelitian yang kemudian akan disebar dan dianalisis sebelum peneliti menarik kesimpulan. Kuesioner ini juga menjadi sumber dari hasil penelitian sekaligus bukti penelitian terkait pengaruh antara pesan dalam iklan pokemon TCG terhadap minat beli konsumen.

3.5.2 Data Sekunder

Data kedua yang dipergunakan pada penelitian ini merupakan studi pustaka. Data sekunder merupakan digunakan untuk peninjauan dengan mengakses sumber buku atau literature, penelitian terdahulu, informasi internet dan beragam sumber tertulis lainnya yang dapat dipercaya dan memiliki informasi yang kontekstual dengan masalah yang sedang diteliti. Manfaat dari data sekunder ini untuk memperoleh beragam informasi-informasi pendukung yang bersifat teoritis dan ilmiah sehingga bisa membantu peneliti untuk melakukan penyusunan, peninjauan, proses pengolahan data hingga pembahasan data yang didapatkan melalui data primer.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Sebelum kuestioner disebar luas kepada 300 responden, peneliti mengadakan sebuah *pre-test* atau percobaan awal kepada 30 responden untuk menguji masing-masing variabel. Untuk mendapatkan hasil nilai pengukuran yang mendekati normal, dibutuhkan setidaknya 30 orang menjadi responden dari *pre-test*. Hasil dari *pre-test* tersebut akan digunakan sebagai bahan uji validitas dan uji reliabilitas untuk membuktikan kepastian dari kuestioner yang nantinya akan dijadikan data primer dari penelitian yang akan dilakukan.

Peneliti akan menggunakan skala likert sebagai instrumen penelitian. Berdasarkan Sugiyono (2013, p. 93), skala likert biasanya digunakan untuk mengidentifikasi perilaku, gagasan dan sudut pandang responden terhadap suatu *event*. Responden akan berhadapan dengan skala interval dengan bobot 1 - 4. Berikut merupakan penjelasan mengenai skala yang mencakup:

Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju

3	Setuju
4	Sangat Setuju

Tabel 3.1 Skala Likert
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas diaplikasikan sebagai metode pengukur tidak atau validnya suatu instrument yang diterapkan untuk mengukur. Berdasarkan Priyanto(2016), nilai validitas dapat menjadi referensi sebagai kesesuaian antara konstruk, memperjelas atau mewakili keadaan yang sebenarnya ataupun sebagai cara bagi seseorang ketika mengonseptualisasikan ide. Uji validitas yang diaplikasikan dalam penelitian ini ialah r tabel yang menerapkan batas kesalahan sebesar 5% dengan total pengisi kuesioner 30 (N=30) dapat dikatakan sah jika nilai r lebih tinggi dari 0,361.

Dimensi	Indicator	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
<i>Simplicity</i>	<i>Simple</i>	Iklan kartu Pokemon TCG konsisten dalam mengomunikasikan pesan "It'z Time to Battle"	.634	.361	valid
	<i>Profound</i>	Pesan yang terkandung dalam iklan kartu Pokemon TCG mengingatkan kembali akan permainan kartu Pokemon TCG saat	.839		valid

		sedang bersama teman.		
	<i>Appropriate</i>	Iklan kartu Pokemon TCG memperlihatkan permainan kartu Pokemon TCG yang dimainkan oleh 2 orang.	.708	valid
<i>Unexpectedness</i>	<i>Curiosity</i>	Iklan kartu Pokemon TCG mampu membangkitkan rasa penasaran untuk menontonnya sampai selesai.	.833	valid
	<i>Interest</i>	Iklan kartu Pokemon TCG mampu membangkitkan minat untuk segera memainkan kartu Pokemon TCG tersebut.	.711	valid
	<i>Novelty</i>	Penggunaan slogan yang berubah dari "It's Time to Battle" menjadi "It's Time to Battle" merupakan cara yang unik untuk memperlihatkan kolaborasi antara Pokemon dan member-member ITZY.	.788	valid
<i>Concreteness</i>	<i>Concretizing</i>	Pesan yang terkandung dalam iklan menyajikan pesan yang tidak ambigu.	.776	valid
		Iklan kartu Pokemon TCG memperlihatkan demonstrasi cara memainkan kartu	.820	valid

		Pokemon TCG				
Credibility	<i>Believable</i>	Iklan ingin membuktikan keseruan dari permainan kartu Pokemon TCG dengan memperlihatkan member-member ITZY yang sedang memainkan kartu Pokemon TCG.	.647		valid	
Emotionality	<i>Generate Emotions</i>	Iklan kartu Pokemon TCG mampu membangkitkan rasa keseruan dari permainan kartu Pokemon TCG.	.516		valid	
Storytelling	Alur/ Plot Cerita	Alur iklan kartu Pokemon TCG memberikan informasi yang berkaitan dengan kartu Pokemon TCG.	.788		valid	
		Iklan kartu Pokemon TCG memiliki alur cerita yang menarik	.776		valid	
	Karakter	Setiap tokoh dalam iklan kartu Pokemon TCG memainkan perannya dengan baik untuk memperjelas segala informasi terkait kartu Pokemon TCG.	.820		valid	
		Setting	Latar waktu dalam iklan kartu Pokemon TCG tidak membingungkan	.634		valid
			Latar tempat dalam iklan kartu Pokemon TCG mudah diidentifikasi	.839		valid

Tabel 3.2 Tabel Uji Validitas Data Variabel Pesan Iklan Pokemon TCG Indonesia (X)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berlandaskan pada uji validitas yang sebelumnya dilaksanakan dengan penggunaan aplikasi SPSS 24, pertanyaan yang digunakan untuk variabel Pesan Iklan Pokemon TCG Indonesia dinyatakan sah/**valid**.

Dimensi	Indikator	Pernyataan	r	r	Ket
			Hitung	Tabel	
<i>Transaksional</i>	Ketertarikan	Saya tertarik untuk memainkan permainan kartu Pokemon TCG	.646	0.361	valid
	Melakukan Pembelian	Saya berencana untuk membeli kartu Pokemon TCG	.877		valid
<i>Referensial</i>	Referensi	Saya akan mengajak orang lain untuk ikut bermain kartu Pokemon TCG	.755		valid
	Membagikan	Saya menjadikan Pokemon TCG sebagai salah satu topik pembicaraan dengan orang lain.	.786		valid
<i>Preferensial</i>	Preferensi Utama	Saya menjadikan kartu Pokemon TCG sebagai preferensi utama saat memainkan TCG	.753		valid
		Saya cenderung memilih	.787		valid

		kartu Pokemon TCG dibandingkan dengan permainan kartu TCG lainnya.			
<i>Eksploratif</i>	Mencari Informasi	Saya berinisiatif untuk mempelajari cara bermain kartu Pokemon TCG	.646		valid
		Saya selalu update terhadap trend-trend terbaru kartu Pokemon TCG	.877		valid

Tabel 3.3 Tabel Uji Validitas Data Variabel Tingkat Minat Beli Produk (Y)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Berdasarkan uji validitas yang sebelumnya dilaksanakan dengan bantuan pihak ketiga berupa aplikasi pengolah data SPSS 24, pertanyaan yang digunakan untuk variabel tingkat minat beli produk dinyatakan **valid/sah**.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diaplikasikan pada uji konsistensi instrument atau alat pengukuran penelitian. Menurut Priyanto (2016, p. 154) mendefinisikan jika metode yang kerap digunakan dalam penelitian berupa *cronboach alpha*. Indikator pengujian reliabilitas yang umumnya digunakan adalah 0.6. Apabila menurut Sakran (Priyanto, 2016, p. 158) , jika nilai reliabilitas tidak mencapai batas 0.6, maka uji reliabilitas kurang baik atau tidak dapat diterima, sedangkan uji reliabilitas dapat diterima apabila mencapai angka 0.7 dan dapat dikatakan baik apabila mencapai angka lebih tinggi dari 0.8.

Menurut Sugiyono (2013, p. 183) memaparkan kriteria realibitas dengan tabel berikut.

0,800 – 1,000	Reliabilitas dianggap sangat tinggi
---------------	-------------------------------------

0,600 – 0,800	Reliabilitas dianggap tinggi
0,400 – 0,600	Reliabilitas dianggap cukup tinggi
0,200 – 0,400	Reliabilitas dianggap rendah
0,000 – 0,200	Reliabilitas dianggap sangat rendah

Tabel 3.4 Tabel Kriteria Reliabilitas

Sumber: Sugiyono, (2013)

Variabel	<i>Cronback's Alpha (a)</i>	N of item
Pesan Iklan Pokemon TCG Indonesia	.940	15

Tabel 3.5 Tabel Uji Instrumen Reliabilitas Pre-test Variable Pesan Iklan Pokemon TCG Indonesia

(X)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Beralaskan pada pengolahan data di atas, dicapai nilai *Alpha* hitung variabel pesan iklan SUCCEs Pokemon TCG Indonesia sebesar 0.940 yang dikategorikan sebagai cluster/kelas sangat tinggi dalam tingkat reliabilitas.

Variabel	<i>Cronback's Alpha (a)</i>	N of item
Minat Beli Produk	.901	8

Tabel 3.6 Tabel Uji Instrumen Reliabilitas Pre-test Variable Tingkat Minat Beli Produk (Y)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan pengolahan data sebelumnya, ditemukan hasil *Alpha* hitung variabel tingkat minat beli produk dengan nilai 0.901 yang dikategorikan sebagai kluster/kelas sangat tinggi berdasarkan pada tingkat reliabilitas.

3.7 Teknik Analisis Data

Kumpulan evidensi statistik yang sudah didapatkan dari para pengisi kuesioner dengan total sampel yang sebelumnya sudah ditetapkan, selanjutnya ditelusuri dengan mengaplikasikan teknik analisis uji korelasi. Analisis data berguna untuk mengidentifikasi apakah terdapat pengaruh antara penerapan pesan iklan Pokemon TCG terhadap minat beli produk.

3.7.1 Uji Korelasi

Uji korelasi berfungsi untuk menelusuri keberadaan dari ikatan antara variabel yang bebas dan variabel yang terikat. Selain itu, dengan melakukan uji korelasi, bisa didapatkan keabsahan data yang terjalin antar variabel, apakah bersifat tidak signifikan atau signifikan. Jika hubungan antarkedua variabel bersifat signifikan, maka tingkat besar dan kecilnya hubungan variabel dapat dicari ditelusuri lebih dalam. Tinggi rendahnya suatu hubungan akan dijabarkan melalui tabel berikut.

Kurang dari 0,20	Hubungan rendah sekali
0,20 – 0,39	Hubungan rendah tapi pasti
0,40 – 0,70	Hubungan cukup berarti
0,71 – 0,90	Hubungan tinggi dan kuat
Lebih dari 0,90	Hubungan sangat tinggi, sangat kuat dan bisa diandalkan

Tabel 3.7 Tabel Nilai Koefisien Korelasi

Sumber: Sugiyono (2013, p. 184)

3.7.2 Uji Regresi

Uji regresi merupakan metode yang umumnya digunakan guna mengkaji statistik, objektifnya untuk mengidentifikasi keterkaitan hubungan antara kedua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, akan diterapkan metode analisis regresi linear sederhana agar peneliti mengetahui apakah terdapat pengaruh dari Pesan Iklan Pokemon TCG di Indonesia terhadap tingkat minat beli kartu Pokemon TCG. Persamaan dari regresi linear dikaji dalam bentuk berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel Independen

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi

Apabila kuesioner yang sebelumnya disebarkan sudah didapatkan data yang diinginkan dari jumlah sampel yang sudah ditetapkan, Selanjutnya akan dianalisis datanya dengan menerapkan uji regresi dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24. Jika nilai t pada tabel koefisien lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t pada tabel dan nilai signifikansi yang didapatkan lebih rendah dari 0.05, maka H1 hipotesis pertama dapat diterima. Apabila nilai signifikansi yang didapatkan di atas 0.05, maka H0 diterima yang artinya kedua variabel tidak memiliki pengaruh satu sama lain.

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