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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Ciri-ciri sebuah penelitian kuantitatif adalah (Neuman, 2000, h.123) :

1. Peneliti melakukan sebuah pengujian tentang hipotesis yang telah dibuatnya.
2. Pengukurannya secara sistematis telah dibuat sebelum pengumpulan data dan telah distrandarisasi
3. Konsep diperoleh dalam bentuk variabel yang berbeda
4. Proses analisis menggunakan statistik, tabel atau diagram dan mempertimbangkan hubungan dengan hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian yang digunakan untuk memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi pada situasi sekarang, maka jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif yakni suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadan secara objektif. Menurut Neuman (2000, h.30) "*descriptive research present a picture of the specific details of situation, social setting, or relationship. The outcome of a descriptive study is a detailed picture of the subject"*. Dalam penilitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan dan

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

pengaruh *image* dan kepercayaan terhadap brand taksi Blue Bird pasca demo sopir taksi 22 Maret 2016 terhadap loyalitas para konsumennya.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Neuman (2000, h.165), prosedur yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif ada 3 (tiga) jenis, yaitu: eksperiment, survei dan content analysis. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian survei. Penelitian survei sering disebut *correlasional* (Neuman, 2000, h.225). Penelitian survei yang dilakukan penulis memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan (*explanatory research).* Tujuan utama dari survei adalah untuk menghasilkan data statistik, deskriptif kuantitatif, atau dekskripsi dalam angka tentang berbagai aspek populasi yang diteliti. Pengumpulan informasi adalah dengan mengajukan pertanyaan kepada populasi atau sampel yang jawabannya merupakan data yang kemudian akan dianalisis.

Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tujuan penelitian ini adalah menjelaskan hubungan korelasional antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis empirik ada tidaknya hubungan antara *brand image* dan *brand trust* PT Blue Bird Group dengan *customer loyalty* pasca demo sopir taksi 22 Maret 2016.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Neuman (2007, h.247), populasi adalah sebuah ide dan abstrak dari sebuah kelompok besar dari beberapa kasus yang ada. Sedangkan sampel sering

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

didefinisikan sebagai bagian dari suatu populasi. Sampel berasal dari bahasa Inggris "*sample*" yang artinya contoh, comotan atau mencomot yaitu mengambil sebagian saja dari yang banyak. Dalam hal ini yang dimaksud dengan yang banyaak adalah populasi. Dalam suatu penelitian, tidaklah selalu perlu untuk meneliti semua individu dalam populasi karena akan memakan banyak waktu dan biaya yang besar. Oleh karena itu dilakukan pengambilan sampel, dimana sampel yang diambil adalah sampel yang benar-benar representasi atau yang mewakili seluruh populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di Jakarta.

Dalam suatu penelitian yang menjadi dasar pertimbangan pengambilan sampel adalah memperhitungkan masalah efisiensi (waktu dan biaya) dan masalah ketelitian dimana penelitian dengan pengambilan sampel dapat mempertinggi ketelitian karena jika penelitian terhadap populasi belum tentu dapat dilakukan secara teliti. Seorang peneliti dalam suatu penelitian harus memperhitungkan dan memperhatikan hubungan antara waktu, biaya dan tenaga yang akan dikeluarkan dengan presisi (tingkat ketepatan) yang akan diperoleh sebagai pertimbangan dalam menentukan metode pengambilan sampel yang akan digunakan.

Neuman dalam bukunya mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif canderung menggunakan teknik pengambilan sampel yang berasal dari teori probabilitas (*probability sampling*) yakni pengambilan sampel secara acak (*random*) yang dalam literatur Inggris disebut "*random sampling*". Pengambilan sampel melalui "*probability sampling*" didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit dalam suatu populasi memiliki kesempatan dan kemungkinan

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Karena setiap unit-unit anggota populasi memiliki kesempatan dan kemungkinan yang sama untuk menjadi sampel, maka untuk menjadi sampel, unit-unit populasi tersebut harus dirandom atau diacak. Walaupun pengambilannya secara acak, sampel yang dihasilkan tetap merupakan sampel yang representatif.

Adapun tipe-tipe dari pengambilan sampel secara probabilitas atau "*probability sampling*" adalah: pengambilan sampel secara acak sederhana (*simple random sampling*), pengambilan sampel secara sistematis (*systematic sampling*), pengambilan sample secara acak bertingkat (*stratified random sampling*) dan pengambilan sampel gugus sederhana (*simple cluster sampling*).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang bekerja di Jakarta. Berdasarkan sumber yang diambil peneliti dari portal resmi provinsi DKI Jakarta, yakni www.jakarta.go.id diketahui bahwa jumlah penduduk yang bekerja di provinsi DKI Jakarta pada Agustus 2015 sebesar 4,72 juta orang.

Dari populasi tersebut, peneliti menggunakan *clutser random sampling* untuk mengambil sampel. Menurut Neuman (2000, h.264-268) peneliti dapat menentukan sampel sesuai dengan keterbatasan waktu dan biaya.

Dari tabel 3.12 (pada lampiran) peneliti dapat menentukan sampel melalui empat tahap, yakni:

1. Dari 42 kelurahan yang telah dipaparkan diatas, peneliti kemudian melakukan pemilihan secara acak melalui aplikasi random.org. Dari 42 kecamatan terpilih 10 kecamatan, yaitu:

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

a. Kembangan

b. Ciracas

c. Kebayoran Baru

d. Setiabudi

e. Cakung

f. Kebon Jeruk

g. Menteng

h. Gambir

i. Grogol Petamburan

j. Kebayoran Lama

2. Dari 10 kecamatan yang telah terpilih secara acak, didapatkan 67 kelurahan yang telah dijumlah dari kecamatan yang terpilih. Kemudian dari 67 kelurahan, peneliti mengambil 10 kelurahan secara acak melalui aplikasi random.org. 10 kelurahan yang didapat adalah:

   a. Kembangan Selatan

   b. Cibubur

   c. Senayan

   d. Setiabudi

   e. Jatinegara

   f. Kebon Jeruk

   g. Kobon Sirih

   h. Petojo Selatan

   i. Tomang

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

j. Kebayoran Lama

3. Setelah didapatkan 10 kelurahan secara acak, peneliti kemudian menentukan perusahaan dari masing-masing kelurahan secara acak melalui aplikasi random.org. Berikut adalah 10 perusahaan yang terpilih dari tabel 3.13 (pada lampiran) :

   a. PT Lavinta (28 karyawan)
   b. PT Shine Indonesia Abadi (60 karyawan)
   c. PT Energi Sejahtera Mas (502 karyawan)
   d. PT Emerio Indonesia (486 karyawan)
   e. PT Smartfren Telecom Tbk (1857 karyawan)
   f. PT Acset Indonusa Tbk (210 karyawan)
   g. PT Nusa Raya Cipta Tbk (454 karyawan)
   h. PT Panorama Sentrawisata (2500 karyawan)
   i. PT Unggul Indah Cahaya Tbk (665 karyawan)
   j. PT Magna Finance Tbk (610 karyawan)

4. Dari perusahaan yang telah terpilih secara acak, peneliti kemudian memilih kembali secara acak, berdasarkan peluang masing-masing perusahaan. Dapat dilihat dari jumlah karyawan yang terkecil adalah 28 karyawan, sehingga mendapatkan satu peluang. Perusahaan yang lain mendapatkan peluang dengan cara membagi total karyawan dengan 28. Setelah dipilih secara acak dari tabel 3.14 (pada lampiran) melalui aplikasi random.org terpilih 5 perusahaan yang disesuaikan dengan waktu dan biaya yang dimiliki oleh peneliti, yaitu:

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

a. PT Emerio Indonesia (486 karyawan)

b. PT Smartfren Telecom Tbk (1857 karyawan)

c. PT Panorama Sentrawisata (2500 karyawan)

d. PT Lavinta (28 karyawan)

e. PT Energi Sejahtera Mas (502 karyawan)

Dalam menentukan jumlah responden dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:
n = jumlah sampel
N = jumlah populasi
α = margin error

Dari perhitungan menggunakan rumus diatas yaknin dengan jumlah sampel 4,72 juta dan margin error 5% atau 0,05 sehingga diperoleh hasilnya adalah 400 responden (hasil dibulatkan).

Pembagian responden berdasarkan cluster:

$$\left(\frac{M}{m} \times 100\%\right) \times N$$

Keterangan:

M = Jumlah elemen dalam cluster

M = Jumlah total elemen dalam cluster

N = Jumlah sampel responden

1. PT Emerio Indonesia

$$\left(\frac{M}{m} \times 100\%\right) \times N = \left(\frac{486}{5373} \times 100\%\right) \times 400 = 9\% \times 400 = 36\, responden$$

2. PT Smartfren Telecom Tbk

$$\left(\frac{M}{m} \times 100\%\right) \times N = \left(\frac{1857}{5373} \times 100\%\right) \times 400 = 35\% \times 400 = 140\, responden$$

3. PT Panorama Sentrawisata

$$\left(\frac{M}{m} \times 100\%\right) \times N = \left(\frac{2500}{5373} \times 100\%\right) \times 400 = 46{,}5\% \times 400 = 186\, responden$$

4. PT Lavinta

$$\left(\frac{M}{m} \times 100\%\right) \times N = \left(\frac{28}{5373} \times 100\%\right) \times 400 = 0{,}5\% \times 400 = 2\, responden$$

5. PT Energi Sejahtera Mas

$$\left(\frac{M}{m} \times 100\%\right) \times N = \left(\frac{502}{5373} \times 100\%\right) \times 400 = 9\% \times 400 = 36\, responden$$

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Variabel yang akan diteliti adalah sikap pada krisis (X) sebagai variabel independent atau bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya (Y).

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

Sedangkan *brand image* adalah variable dependent atau terikat (Y), dimana variabel ini adalah yang timbul dan diperoleh oleh variabel lain (X).

Operasionalisasi variabel penelitian digambarkan dalam bentuk tabel dan dapat dilihat pada di bawah ini:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator
Sikap khalayak pada demo sopir taksi	Kognitif		1. Perusahaan tidak terlibat dalam krisis 2. Perusahaan menangani krisis tepat waktu 3. Perusahaan bertanggung jawab atas krisis 4. Perusahaan menangani krisis dengan baik 5. Perusahaan menangani krisis dengan cepat 6. Perusahaan menangani krisis dengan jujur 7. Memahami alasan adanya krisis 8. Memahami alasan adanya tanggung jawab perusahaan atas krisis
	Afektif		9. Tidak kecewa terhadap krisis 10. Puas dengan penanganan perusahaan terhadap krisis
	Behavioral		11. Tidak melakukan protes terhadap krisis
Brand Image	*Strength of brand associations*	Atribut	1. Komposisi fisik produk 2. Kebutuhan pelayanan 3. Pemasaran produk
		Manfaat	4. Memuaskan kebutuhan konsumen

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

			5. Pengalaman yang dirasakan konsumen saat menggunakan produk atau jasa 6. Memberikan rasa bangga terhadap diri konsumen
	Favorability of brand associations	*Desirability*	7. Kesesuaian merek di mata konsumen 8. Kekhasan merek di mata konsumen 9. Mampu meyakinkan konsumen
		Deliverability	10. Mampu menunjukkan manfaat merek 11. Mampu mengkomunikasikan merek 12. Komitmen perusahaan
	Uniqueness of brand associations	*Points of parity*	13. Merek memiliki kualitas sejajar dengan merek lain 14. Merek mampu bersaing dengan kompetitor
		Points of difference	15. Mampu menyampaikan manfaat produk atau jasa 16. Mampu menyampaikan nilai produk atau jasa yang unggul ke dalam pasar

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber pertama baik dari individu maupun kelompok. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui survei. Menurut Neuman (2000, 33), survei biasanya sering

digunakan pada penelitian yang sifatnya deskriptif maupun penjelasan (*explanatory research*). Peneliti membuat kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang dijawab oleh orang lain. Kemudian hasilnya dirangkum dibuat tabel dan grafiknya serta dihitung menggunakan presentase.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain yang tidak langsung diperoleh peneliti dari subjek penelitiannya. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh peneliti melalui buku-buku, jurnal dan literatur.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Reliabilitas

Menurut Neuman (2003, h.179), reliabilitas adalah konsistensi dari pengukuran (*the consistency of measurement*). Reliabilitas berarti keterandalan atau konsistensi. Reliabilitas menunjukkan bahwa hal yang sama terjadi berulang atau terulang pada kondisi yang mirip. Konsistensi di sini dimaksudkan bahwa angka numerik yang dihasilkan oleh sebuah indikator tidak bervariasi karena karakteristik proses pengukuran atau instrumen pengukuran itu sendiri.

Dalam penelitian ini, teknik uji reliabilitas yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha* (α). Merupakan rata-rata dari semua koefisien belah dua yang dihasilkan dari beberapa cara membelah skala item-item. Koefisien-koefisien

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

tersebut bervariasi dari 0 sampai 1. Nilai sebesar 0,60 atau kurang menyatakan bahwa konsistensi internal reliabilitas tidak memuaskan.

Rumus *Cronbach's Alpha* (α) dapat digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya merupakan rentangan antara beberapa nilai atau berbentuk skala. Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum_{\sigma} 2}{\sigma_1^2}\right)$$

Keterangan :

$r11$ = realibitas instrument

K = banyak butir pertanyaan

Σt^2 = varians total

$\Sigma \sigma b^2$ = jumlah varians butir

Uji realibilitas memiliki dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika r $_{alpha}$ (*Cronbach's Alpha*) positif dan r $_{alpha}$ > r *table*, maka butir atau variable tersebut reliable
2. Jika r $_{alpha}$ (*Cronbach's Alpha*) positif dari r $_{alpha}$ < r *table*, maka butir atau variable tersebut tidak reliable

3. Jika r $_{alpha}$ > r *table* tapi bertanda negative, maka butir atau variable tersebut tidak reliable

Tabel 3.2

Tabel Pengukuran Tingkat Reliabilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliable
0,21 – 0,40	Agak Reliable
0,41 – 0,60	Cukup Reliable
0,61 – 0,80	Reliable
0,81 – 1,00	Sangat Reliable

Sumber: Yohanes Anton Nugroho. 2011. *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Sripta Media Creative

3.6.1.1 Uji Reliabilitas Data *Pre-test*

Tabel 3.3

Uji Reliabilitas Data *Pre-test* Sikap pada Demo Sopir Taksi (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	12

Sumber: Data Primer, diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas, angka Cronbach's Alpha pada uji reliabilitas terhadap pernyataan-pernyataan variabel X penulis sebesar 0,770. Dilihat dari

tabel 3.2 dimana hasil uji reliabilitas data pre-test berada diantara 0,61 – 0,80, hal tersebut menunjukkan bahwa pernyataan dari setiap item pada variabel X reliable.

Tabel 3.4

Uji Reliabilitas Data *Pre-test Brand Image* (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	21

Sumber: Data Primer, diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas, angka Cronbach's Alpha pada uji reliabilitas terhadap pernyataan-pernyataan variabel Y penulis sebesar 0,738. Dilihat dari tabel 3.2 dimana hasil uji reliabilitas data pre-test berada diantara 0,61 – 0,80, hal tersebut menunjukkan bahwa pernyataan dari setiap item pada variabel Y reliable.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas Data Penelitian Utama

Setelah melakukan uji reliabilitas *pre-test* yang disebar kepada 35 responden, kemudian peneliti melakukan uji reliabilitas penelitian utama kepada 400 responden sesuai dengan sampel.

Tabel 3.5

Uji Reliabilitas Data Penelitian Utama Sikap pada Demo Sopir Taksi (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	12

Sumber: Data Primer, diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas, angka Cronbach's Alpha pada uji reliabilitas terhadap pernyataan-pernyataan variabel X penulis sebesar 0,773. Dilihat dari tabel 3.2 dimana hasil uji reliabilitas data pre-test berada diantara 0,61 – 0,80, hal tersebut menunjukkan bahwa pernyataan dari setiap item pada variabel X reliable.

Tabel 3.6

Uji Reliabilitas Data Penelitian Utama *Brand Image* (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	17

Sumber: Data Primer, diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas, angka Cronbach's Alpha pada uji reliabilitas terhadap pernyataan-pernyataan variabel Y penulis sebesar 0,759. Dilihat dari tabel 3.2 dimana hasil uji reliabilitas data pre-test berada diantara 0,61 – 0,80, hal tersebut menunjukkan bahwa pernyataan dari setiap item pada variabel Y reliable.

3.6.2 Uji Validitas

Menurut Neuman validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti kesesuaian antara alat ukur dengan sesuatu yang hendak diukur, sehingga hasil ukur yang didapat akan mewakili dimensi ukuran sebenarnya dan dapat dipertanggung jawabkan. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau meberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Validitas menunjukkan keadaan yang sebenarnya dan mengacu pada kesesuaian antara konstruk, atau cara seorang peneliti mengkonseptualisasikan ide dalam definisi konseptual dan suatu ukuran. Hal ini mengacu pada seberapa baik ide tentang realitas "sesuai" dengan realitas aktual. Dalam istilah sederhana, validitas membahas pertanyaan mengenai seberapa baik realitas sosial yang diukur melalui penelitian sesuai dengan konstruk yang peneliti gunakan untuk memahaminya (Neuman, 2007).

Uji validitas ini dapat dilakukan dnegan menghitung korelasi antar masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus korelasi *product moment*. Rumusnya adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = skor item *X*

Y = skor item *Y*

N = banyaknya sampel dalam penelitian

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.0. Langkah-langkah operasional pengujian validitas adalah sebagai berikut :

1. Mencari definisi dan rumusan tentang konsep penelitian yang diukur dari literature yang ditulis parah ahli.
2. Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden. Sangat disarankan agar jumlah responden untuk diuji coba minimal 34 orang. Dengan jumlah minimal 34 orang ini, distributor skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.
3. Menentukan nilai r table dari table r untuk df (*degree of freedom*) = jumlah responden -2, dalam penelitian ini df = 35 -2 = 33. Dan tingkat kesalahan dalam penelitian ini sebesar 5%.
4. Mencari r hitung untuk tiap item (Variabel) dapat dilihat pada kolom *corrected* item-total *correlation*.

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

Dasar pengambilan keputusan uji validitas adalah :

1. Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} > r_{table}$, maka butir atau variable tersebut valid
2. Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} < r_{table}$, maka butir tersebut tidak valid
3. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, tapi bertanda negatif, maka butir atau variable tersebut tidak valid

3.6.2.1 Uji Validitas Data *Pre-test*

Tabel 3.7

Hasil Uji Validitas Data *Pre-test* Sikap pada Demo Sopir Taksi (X)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X_Pernyataan1	84.66	394.055	.812	.739
X_Pernyataan2	85.09	411.139	.577	.753
X_Pernyataan3	85.71	402.681	.633	.747
X_Pernyataan4	85.89	412.281	.519	.755
X_Pernyataan5	84.66	394.055	.812	.739
X_Pernyataan6	84.49	411.845	.790	.751
X_Pernyataan7	84.51	419.904	.730	.757
X_Pernyataan8	84.49	408.081	.799	.748
X_Pernyataan9	84.26	419.138	.731	.756
X_Pernyataan10	85.00	411.294	.683	.752
X_Pernyataan11	84.86	416.185	.660	.755
Total_X	44.46	112.020	1.000	.905

Sumber: Data Primer, diolah, 2016

Pada tabel diatas telah dibuktikan bahwa angka *Corrected Item-Total Correlation* berada diatas standar, yaitu 0,3338. Hal ini membuktikan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel X dapat dikatakan valid karena seluruh angka berada diatas standar.

Tabel 3.8

Hasil Uji Validitas Data *Pre-test Brand Image* (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_Pernyataan1	147.71	845.092	.627	.722
Y_Pernyataan2	147.34	856.408	.630	.725
Y_Pernyataan3	147.40	845.659	.652	.722
Y_Pernyataan4	147.26	855.020	.601	.725
Y_Pernyataan5	147.26	860.491	.616	.727
Y_Pernyataan6	147.57	859.840	.489	.727
Y_Pernyataan7	147.60	884.012	.203	.736
Y_Pernyataan8	147.31	875.163	.361	.732
Y_Pernyataan9	147.20	883.694	.211	.736
Y_Pernyataan10	147.83	857.264	.408	.728
Y_Pernyataan11	148.40	865.306	.373	.730
Y_Pernyataan12	149.00	874.294	.229	.734
Y_Pernyataan13	147.43	841.605	.719	.720
Y_Pernyataan14	148.60	850.776	.540	.724
Y_Pernyataan15	147.26	846.138	.739	.722
Y_Pernyataan16	148.23	834.652	.676	.718
Y_Pernyataan17	147.11	892.928	.059	.740
Y_Pernyataan18	147.71	845.092	.627	.722
Y_Pernyataan19	148.34	846.291	.536	.723
Y_Pernyataan20	148.51	849.787	.533	.724
Total_Y	75.77	225.358	1.000	.855

Sumber: Data Primer, diolah, 2016

Pada tabel diatas telah dibuktikan bahwa angka *Corrected Item-Total Correlation* berada diatas standar, yaitu 0,3338. Hal ini membuktikan bahwa terdapat empat item pernyataan pada variabel Y tidak valid, karena hasil perhitungan kurang dari standar.

3.6.2.2 Uji Validitas Data Penelitian Utama

Setelah melakukan uji validitas *pre-test* yang disebar kepada 35 responden, kemudian peneliti melakukan uji validitas penelitian utama kepada 400 responden sesuai dengan sampel.

Tabel 3.9

Hasil Uji Validitas Data Penelitian Utama Sikap pada Demo Sopir Taksi (X)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X_Pernyataan1	84.06	420.258	.755	.750
X_Pernyataan2	84.75	426.948	.649	.755
X_Pernyataan3	85.03	423.936	.636	.753
X_Pernyataan4	85.00	422.309	.655	.752
X_Pernyataan5	84.06	420.258	.755	.750
X_Pernyataan6	84.27	425.757	.783	.753
X_Pernyataan7	84.38	428.236	.756	.754
X_Pernyataan8	84.18	428.773	.767	.755
X_Pernyataan9	84.12	430.543	.761	.756
X_Pernyataan10	84.70	428.774	.705	.755
X_Pernyataan11	84.61	430.586	.723	.756
Total_X	44.25	116.678	1.000	.919

Sumber: Data Primer, diolah, 2016

Pada tabel diatas telah dibuktikan bahwa angka *Corrected Item-Total Correlation* berada diatas standar, yaitu 0,3338. Hal ini membuktikan bahwa seluruh pernyataan pada variabel X valid karena hitungan berada diatas standar, sehingga dapat dikatakan bahwa indikator dalam penelitian ini layak dan valid sebagai pengumpul data. Pernyataan yang ada dalam kuesioner penelitian dapat digunakan lebih lanjut karena akurasi validitas sikap pada demo sopir taksi (X) dinilai cukup baik.

Tabel 3.10

Hasil Uji Validitas Data Penelitian Utama *Brand Image* (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_Pernyataan1	116.57	787.454	.665	.743
Y_Pernyataan2	116.23	792.440	.722	.744
Y_Pernyataan3	116.38	789.385	.715	.743
Y_Pernyataan4	116.17	794.459	.711	.745
Y_Pernyataan5	116.12	797.991	.705	.746
Y_Pernyataan6	116.26	794.423	.672	.745
Y_Pernyataan7	116.28	798.593	.601	.747
Y_Pernyataan8	117.09	800.376	.449	.749
Y_Pernyataan9	117.24	800.804	.469	.749
Y_Pernyataan10	116.31	787.333	.704	.743
Y_Pernyataan11	117.09	791.842	.531	.746
Y_Pernyataan12	116.19	783.414	.763	.741
Y_Pernyataan13	116.69	780.892	.677	.741
Y_Pernyataan14	116.57	787.454	.665	.743
Y_Pernyataan15	116.86	789.392	.578	.745
Y_Pernyataan16	116.83	783.069	.647	.742
Total_Y	60.16	210.484	1.000	.913

Sumber: Data Primer, diolah, 2016

Pada tabel diatas telah dibuktikan bahwa angka *Corrected Item-Total Correlation* berada diatas standar, yaitu 0,3338. Hal ini membuktikan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Y valid karena hitungan berada diatas standar, sehingga dapat dikatakan bahwa indikator dalam penelitian ini layak dan valid sebagai pengumpul data. Pernyataan yang ada dalam kuesioner penelitian dapat digunakan lebih lanjut karena akurasi validitas *brand image* (Y) dinilai cukup baik.

3.7 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi yang normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Ada beberapa cara melakukan uji asumsi normalitas ini yaitu menggunakan analisis Chi Square dan Kolmogorov-Smirnov.Dalam penelitan ini, peneliti melakukan uji mnormalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Menurut Chakravart, Laha, dan Roy (1967: 392-394) biasa digunakan untuk memutuskan jika sampel berasal dari populasi dengan distribusi spesifik/tertentu.

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016

Tabel 3.11

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.84649302
Most Extreme Differences	Absolute	.035
	Positive	.029
	Negative	-.035
Test Statistic		.035
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel diatas, karena nilai Asymp.Sig diatas 0,05 (α) yaitu 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa data yang dimiliki sebaran datanya normal dan hasilnya dapat digunakan dalam penelitian.

3.8 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini terdapat dua macam hipotesis, yaitu hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis nol (Ho) diartikan sebagai tidak adanya perbedaan antara ukuran populasi dan ukuran sampel. Hipotesis yang akan diuji adalah hipotesis nol. Sementara itu, hipotesis alternatif (Ha) adalah lawannya hipotesis nol, yang berbunyi adanya perbedaan antara data populasi dengan data sampel (Sugiyono, 2014, h. 85).

Dalam penelitian ini, bentuk hipotesis yang digunakan adalah hipotesis asosiatif, di mana suatu pernyataan menunjukkan dugaan hubungan antara dua

variabel atau lebih (Sugiyono, 2014, h. 89). Berdasarkan hipotesis teoritis yang telah dijabarkan dalam bab II maka hipotesis statistik yang akan diuji dirumuskan sebagai berikut:

Ho : $\rho = 0$

Ha : $\rho \neq 0$

Hipotesis tersebut kemudian akan diuji dengan menggunakan criteria pengujian hipotesis yang berbunyi sebagai berikut:

1. Apabila $\alpha < 0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima
2. Apabila $\alpha > 0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak

3.9 Teknik Analisis Data

Kegiatan yang cukup penting dalam keseluruhan proses penelitian adalah pengolahan data. Pengolahan data didapatkan dari kuesioner yang telah disebarkan dan dikumpulkan kembali. Dengan pengolahan data dapat diketahui tentang makna dari data yang berhasil dikumpulkan.

Dalam pelaksanaanya,pengolahan data dilakukan dengan bantuan komputer dengan program SPPS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22.0. Setelah data dikumpulkan,maka dilakukan anilisis dengan dengan menggunakan uji regresi dan korelasi.

Pengaruh Sikap..., Natasya Virginia, FIKOM UMN, 2016