

BAB III

METODE PENELITIAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah komunikasi visual iklan *online* tiket penerbangan Air Asia yang dilakukan oleh PT. Air Asia dalam mempengaruhi aspek kognitif dari konsumen, setelah melihat iklan *online* yang ditempatkan pada *website* Air Asia tersebut. *Website* Air Asia *online* yang digunakan untuk melakukan iklan yang berisi promosi secara visual oleh perusahaan PT. Air Asia sejak pertama kali dijalkannya maskapai penerbangan tersebut.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012 : 13) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penulis menggunakan survei eksplanatif, penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Variabel Penelitian

Variabel adalah bagian empiris dari sebuah konsep atau konstruk. Variabel berfungsi sebagai penghubung antara dunia teoritis dengan dunia empiris. Variabel merupakan fenomena dan peristiwa yang dapat diukur dalam proses riset. Variabel komunikasi visual yang berposisi sebagai variabel independen, dan aspek kognitif yang berposisi sebagai variabel dependen. Variabel penelitian yang akan diukur selanjutnya dijabarkan ke dalam dimensi-dimensi, kemudian dimensi ini akan dibagi lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Indikator-indikator yang dapat diukur inilah yang menjadi titik tolak dalam pembuatan item instrumen pertanyaan maupun pernyataan. Berikut akan dijelaskan variabel yang digunakan :

Tabel 3.1

Variabel, Dimensi, Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator
persepsi dalam komunikasi visual online (X)	Warna	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan komposisi warna • Penggunaan warna yang dominan • Pemilihan warna kontras sebagai identitas perusahaan
	Bentuk	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan gambar yang menarik

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

		<ul style="list-style-type: none">• Penggunaan gambar yang mencirikan identitas perusahaan• Penggunaan gambar sesuai dengan isi pesan
	Kedalaman	<ul style="list-style-type: none">• Penggunaan tata letak (<i>layout</i>)• Penggunaan huruf• Pesan yang disampaikan memiliki tema yang sesuai dengan isi pesan
	Pergerakan	<ul style="list-style-type: none">• Pergerakan pada saat pergantian satu iklan ke iklan berikutnya
Aspek Kognitif (Y)	Aktivitas mental yang mempengaruhi persepsi komunikasi visual	<ul style="list-style-type: none">• Ingatan konsumen• Pengertian yang diterima konsumen dari iklan <i>online</i> Air Asia
	Kepercayaan (<i>belief</i>)	<ul style="list-style-type: none">• Kepercayaan konsumen tentang isi pesan iklan <i>online</i> Air Asia

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu :

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini berasal dari angket kuesioner yang penulis sebarakan kepada responden.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku-buku, situs internet, dan literatur-literatur lain yang berkaitan dengan tema penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Nasution (dalam Taniredja & Mustafidah, 2011 : 44) angket (kuesioner) merupakan alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Keterangan yang diinginkan terkandung dalam pikiran, perasaan, sikap atau kelakuan manusia yang dapat dipancing melalui angket. Penulis menggunakan angket tertutup, yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Merupakan angket langsung, artinya responden menjawab tentang dirinya. Dipandang dari bentuknya merupakan *rating-scale* (skala bertingkat), yaitu sebuah pernyataan diikuti kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan-tingkatan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Sugiyono (2012 : 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah *field research* dan *library research* :

1. **Field Research (riset lapangan)**

Field research atau riset lapangan yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner atau dikenal angket merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Tujuan dari kuesioner dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya, dan seberapa besar pengaruh komunikasi visual iklan *online* tiket penerbangan PT. Air Asia terhadap aspek kognitif konsumen. Pengumpulan data melalui kuesioner adalah mengumpulkan data dengan cara menyebarkan sebuah rangkaian pertanyaan beserta dengan pilihan jawaban yang dimuat dalam sebuah daftar. Pertanyaan dalam daftar tersebut disusun secara sistematis dan kemudian disebarkan kepada responden yang berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk diisi.

Penulis menggunakan skala likert sebagai alat ukur untuk setiap item pertanyaan kuesioner. Menurut Sugiyono (2012 : 132) skala likert digunakan untuk mengukur setiap sikap, pendapat, dan *persepsi* seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

- 1 = Sangat setuju
- 2 = Setuju
- 3 = Tidak setuju
- 4 = Sangat tidak setuju

Instrument penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.

Sebelum penulis menyebarkan kuesioner, penulis menyebarkan prakuesioner kepada 30 responden untuk diuji validitas dan reliabilitasnya sebagai langkah awal penelitian. Tujuan penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas adalah untuk mengetahui valid atau reliabelnya daftar pertanyaan kuesioner yang telah buat. Berikut adalah uji validitas dan uji reliabilitas yang penulis gunakan :

a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (dalam Taniredja & Mustafidah, 2011 : 42) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Arikunto juga mengemukakan, bahwa secara mendasar, validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrument yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Untuk menguji validitas instrument penelitian digunakan korelasi *product moment* atau metode Pearson, dengan rumus Arikunto (dalam Taniredja & Mustafidah, 2011: 134)

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

Dimana :

- r_{xy} = koefisien korelasi antara x dan y
- N = jumlah subjek
- Σxy = jumlah perkalian antara skor x dan skor y
- x = jumlah total skor x
- y = jumlah total skor y
- x^2 = jumlah dari kuadrat x
- y^2 = jumlah dari kuadrat y

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya yang reliable akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kali pun diambil, akan tetap sama. Reliabilitas menunjuk pada suatu tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan Arikunto (dalam Taniredja & Mustafidah, 2011 : 135).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik dari Cronbach. Rumus ini ditulis seperti berikut menurut Sugiyono (2002 : 125) :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana :

r_{11} = reliabilitas

k = banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Library research atau studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah kegiatan mencari data atau informasi riset melalui jurnal, buku-buku maupun bahan-bahan publikasi lainnya. Penulis

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menggunakan berbagai buku-buku yang relevan dengan topic penelitian, untuk mendapatkan informasi dan teori yang dapat dijadikan dasar penelitian maupun pendukung hasil pengolahan data lapangan yang telah diperoleh. Hal ini dilakukan agar penelitian ini memiliki landasan yang dapat dipercaya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F Teknik Pengambilan Sampel

Data yang diperoleh penulis diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* atau disebut juga dengan penarikan sampel tidak acak. Menurut Sugiono (2004 : 77) *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggotanya. Pendekatan yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pada kriteria atau pertimbangan tujuan tertentu. Orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam penelitian ini penulis menetapkan bahwa sampel yang akan diambil adalah Mahasiswa/i aktif Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, dengan jumlah populasi 2182. Responden yang diminta untuk mengisi kuesioner adalah mereka yang pernah mengunjungi *website* PT. Air Asia. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya, penulis menggunakan rumus slovin, sebagai berikut :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir.

$$n = \frac{2182}{1 + 2182 (0,10)^2}$$
$$n = 95,61$$

Jumlah responden didapatkan melalui perhitungan dengan rumus Slovin tersebut adalah sebanyak 95,61 responden kemudian penulis lakukan pembulatan menjadi 100 orang responden, dengan toleransi kesalahan sebesar 10%.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

G. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan melalui hasil kuesioner dari responden kemudian diolah untuk dapat dianalisis. Dalam menganalisis penulis menggunakan beberapa metode analisis, yaitu sebagai berikut:

1. Skala Likert

Menurut Sugiyono (2012 : 132) skala likert digunakan untuk mengukur setiap sikap, pendapat, dan *persepsi* seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh penulis, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert



mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

- 1 = Sangat setuju
- 2 = Setuju
- 3 = Tidak setuju
- 4 = Sangat tidak setuju

Instrument penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Sebelum penulis menyebarkan kuesioner, penulis menyebarkan prakuesioner kepada 30 responden untuk diuji validitas dan reliabilitasnya sebagai langkah awal penelitian. Tujuan penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas adalah untuk mengetahui valid atau reliabelnya daftar pertanyaan kuesioner yang telah buat. Berikut adalah uji validitas dan uji reliabilitas yang penulis gunakan

Analisis Presentase

Analisa ini digunakan untuk menganalisis jawaban dari pertanyaan kuesioner tentang profil responden dalam bentuk presentase, dengan rumus :

$$Fr = \frac{fr}{\sum f} \times 100\%$$

Keterangan :

Fr = Presentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fr = Banyaknya responden yang menjawab satu jenis pertanyaan tertentu

$\sum f$ = Jumlah total responden

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Uji Asumsi Klasik

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Apabila data berdistribusi normal maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik, sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik. Ada beberapa metode uji normalitas, akan tetapi penulis menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Menurut Sugiyono (2012 : 326) metode ini digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal yang telah tersusun pada tabel distribusi frekuensi kumulatif dengan menggunakan klas-klas interval. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$D = \text{maksimum} [S_{n_1}(X) - S_{n_2}(X)]$$

Data dikatakan berdistribusi normal apabila :

- Jika $\text{Asymp. sig} \leq 0,05$, maka model regresi tidak berdistribusi normal
- Jika $\text{Asymp. sig} \geq 0,05$, maka model regresi berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,05.

4. Rata-rata tertimbang

Data yang dikumpulkan dari kuesioner yang dibagikan kemudian dihitung. Total responden mengenai jawabannya dikalikan dengan nilai bobot. Hasil perkalian tersebut akan dibagi dengan total responden, kemudian akan diperoleh skor rata-rata yang dapat menunjukkan rata-rata posisi yang tepat dalam interval.

Dengan rumus:

$$X = \frac{\sum fx}{\sum f}$$

Keterangan :

X = nilai rata-rata

f = frekuensi

x = nilai bobot

Setelah diperoleh nilai rata-rata dari kuesioner tersebut, nilai rata-rata dimasukkan dalam rentang skala nilai. Rumus untuk rentang skala nilai tersebut adalah:

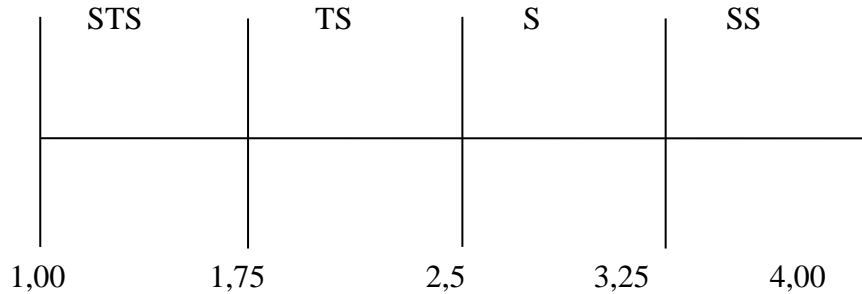
$$\text{Rentang Skala (I)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kategori jawaban}}$$

Hasil rentang skala yang diperoleh dari rumus di atas adalah sebesar :



$$\text{Rentang Skala} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Maka skala yang digunakan dan posisi jawaban menjadi sebagai berikut :



Keterangan :

1,00 – 1,75	= sangat tidak setuju
1,76 – 2,5	= tidak setuju
2,5 – 3,25	= setuju
2.51 – 4,00	= sangat setuju

5. Regresi Linier Sederhana

Penulis menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh komunikasi visual *online* tiket penerbangan Air Asia terhadap sikap pembelian. Menurut Sugiyono (2012 : 270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan suatu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana menurut Umar (2002 : 170) adalah :

$$AK = a + bKV$$

Dimana :

AK	= Aspek Kognitif
KV	= Komunikasi Visual
a	= nilai <i>intercept</i> (konstan)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b = koefisien arah regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Nilai a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus :

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

Dimana :

- n = banyak pasangan data
- Y = nilai variabel aspek kognitif
- X = nilai variabel komunikasi visual

Beberapa pengujian yang harus dilakukan untuk hasil persamaan regresi linier sederhana :

a. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Imam Ghozali, 2006: 88). Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau :

$$H_0 : b_1 = 0$$

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (HA) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau :

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2006: 87).

Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan statistik t yang dihitung dengan cara sebagai berikut :

$$t = \frac{b_1}{S_{b_1}}$$

Keterangan:

b_1 = nilai koefisien variabel independen

S_{b_1} = nilai standar error dari variabel independen.

Adapun S_{b_1} dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$S_{b1} = \frac{S_{yx}}{\sqrt{S_{sx}}}$$

Selanjutnya S_{sx} adalah

$$S_{sx} = \sum_{t=1}^n (X_1 - \bar{X})^2$$

Cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t_{hitung} lebih tinggi dibandingkan nilai t_{tabel} , kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar variasi perubahan dalam satu variabel dependen ditentukan dengan variabel. Koefisien determinasi adalah 1 atau $1 \times 100\% = 100\%$. Maksudnya adalah apabila jika koefisien korelasi antara variabel X dan Y adalah 1,00. Artinya 100% dari variasi perubahan dalam variabel Y disebabkan oleh perubahan dari variabel X. Makin kuat koefisien korelasinya semakin besar koefisien determinasinya atau sebaliknya

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

