

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang diteliti adalah pengaruh *celebrity endorser* Sule terhadap *brand image* iklan televisi kartu provider AS. Peneliti memfokuskan penelitian kepada elemen *endorser* dan *brand image* produk kartu provider AS. Sedangkan untuk subyek penelitiannya adalah mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang pernah melihat iklan televisi kartu provider AS yang dibintangi oleh *endorser* Sule. Iklan kartu provider AS sendiri hanya sebagai media penyambung antara subyek dan obyeknya.

*Endorser* yang dipilih oleh peneliti adalah seorang komedian terkenal di Indonesia yang melejit namanya melalui program acara *Opera Van Java* (OVJ) di salah satu media televisi swasta, yang berhasil mencuri hati para remaja maupun orang dewasa dan menjadi *icon* yang tengah populer pada saat ini. Melihat kesuksesan Sule sebagai artis yang dikenal banyak orang, menjadikan Sule sebagai *icon* komedian pada saat ini.

Alasan peneliti melakukan penelitian terhadap obyek, dikarenakan peneliti menganggap perusahaan kartu provider AS yang memakai *endorser* seorang artis komedian diharapkan dapat menarik minat masyarakat melalui iklan televisi yang humoris, sehingga iklan maupun produk tersebut dapat dengan mudah diingat oleh masyarakat. Iklan televisi dengan mengusung tema atau konsep humor memang mulai banyak digunakan oleh perusahaan lain maupun perusahaan kompetitor, karena di nilai dapat dengan mudah mempengaruhi benak konsumen melalui produk-produk yang diiklankan.





## B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei dimana dalam proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara lebih spesifik Rachmat Kriyantono (2008 : 59). Peneliti memfokuskan diri pada ruang lingkup penelitian yang luas sehingga data dapat mewakili populasi keseluruhan.

Rachmat Kriyantono (2008 : 55) menjelaskan bahwa riset kuantitatif merupakan suatu riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari keseluruhan populasi, dimana data-data tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan uji statistik.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan populasi yang sedang diteliti mengenai sebab-sebab dari suatu gejala tertentu, menurut Rachmat Kriyantono (2008 : 59). Metode riset ini dapat digunakan dengan lebih banyak segi dan lebih luas dari metode yang lain. Peneliti menggunakan metode ini karena peneliti merasa bahwa ini adalah cara yang paling tepat untuk mengetahui sikap dari para konsumen kartu provider AS terhadap *brand image* yang terjadi akibat penggunaan *endorser*.

Peneliti mengumpulkan hasil pemikiran responden dalam jenis data yang kemudian dikumpulkan dan dihitung dengan menggunakan SPSS. Ketika hasil perhitungan dan pengumpulan dari kuesioner telah selesai, peneliti dituntut untuk membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti (*endorser* dan *brand image*), yang pada akhirnya akan mendapatkan hasil *solid* yang akan

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menjelaskan hubungan pengaruh *celebrity endorser Sule* dalam iklan kartu provider AS terhadap brand image.

### C. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel utama, yaitu variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*Dependent Variable*). Rachmat Kriyantono (2008 : 21)

menyatakan bahwa :

“Variabel bebas (X) adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lainnya. Variabel ini secara sistematis dapat divariasikan oleh periset.”

Sedangkan,

“Variabel tergantung (Y) adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel ini diobservasi dan nilainya diasumsikan tergantung pada efek dari variabel pengaruh. Dengan kata lain, variabel tergantung adalah apa yang periset inginkan untuk dijelaskan.”

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *celebrity endorser Sule* dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah *brand image* kartu provider AS. Variabel-variabel tersebut akan dijabarkan menjadi sub-variabel (dimensi), lalu kemudian akan dijabarkan kembali menjadi indikator, dan dijabarkan lagi secara lebih rinci menjadi sebuah instrumen yang berkaitan langsung dengan kuesioner penelitian.

Tabel 3.1

Tabel Operasionalisasi Variabel

VARIABLE	DIMENSI	INDIKATOR	INSTRUMENT
<b>Celebrity Endorser Sule (Variabel Independen)</b>	<i>Trustworthiness</i>	<i>Celebrity Endorser yang memiliki kejujuran, integritas, dan dapat dipercaya</i>	<i>Celebrity endorser Sule adalah artis yang jujur</i>
			<i>Celebrity endorser Sule adalah artis dengan integritas yang tinggi</i>
			<i>Celebrity endorser Sule adalah artis yang dapat dipercaya</i>
	<i>Expertise</i>	<i>Celebrity Endorser yang memiliki</i>	Menurut saya, Sule memiliki pengetahuan yang kuat terhadap

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p><b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p>	<p>pengetahuan, pengalaman, dan keahlian.</p>	<p>produk dalam iklan yang dibintanginya</p>	<p>Sule memiliki kemampuan maupun keahlian yang sangat baik dibidangnya untuk membintangi iklan.</p>	<p>Kartu provider AS membuat keputusan tepat menjadikan Sule sebagai <i>Endorser</i></p>		
			<p><i>Attractiveness</i></p>	<p><i>Celebrity endorser</i> memiliki daya tarik fisik yang menarik untuk dilihat, serta memiliki kepribadian yang baik</p>	<p><i>Endorser</i> Sule memiliki daya tarik fisik yang menarik untuk dilihat</p>	<p>Menurut saya, <i>endorser</i> Sule memiliki kepribadian yang baik sebagai seorang artis yang terkenal</p>	
				<p><i>Respect</i></p>	<p><i>Celebrity endorser</i> seorang <i>public figure</i> yang memiliki kualitas, dihargai, dapat dijadikan contoh, dan digemari</p>	<p>Menurut saya, Sule memiliki kualitas sebagai seorang <i>endorser</i></p>	<p>Daya tarik humor yang membuat Sule digemari serta dikenal oleh masyarakat</p>
		<p><i>Similarity</i></p>	<p>Kesamaan dan kecocokan antara <i>endorser</i> dengan audiens yang mengacu pada keberhasilan suatu iklan</p>			<p>Menurut saya, karakter Sule cocok untuk membintangi iklan kartu provider AS</p>	<p>Pemilihan Sule Sebagai <i>celebrity endorser</i> kartu provider AS sudah sesuai dengan target pasarnya, yaitu para remaja</p>
						<p><i>Celebrity endorser</i> Sule dalam iklan ini telah berhasil mempengaruhi pikiran/benak audiensnya.</p>	
		<p><b>Pembentukan Brand Image iklan kartu provider AS (Variabel Dependen)</b></p>	<p><i>Strength of Brand Association</i></p>	<p>Pengalaman</p>	<p>Pernah menyaksikan iklan dan mencoba produk atau jasa.</p>		
				<p>Referensi</p>	<p>Ada seseorang yang mereferensikan target untuk menyaksikan iklan ataupun menggunakan produk atau jasa.</p>		



<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>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.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>		Relevansi Informasi Terhadap Sasaran	Informasi yang disampaikan oleh iklan sesuai dengan apa yang sedang diinginkan target.	
		Pengulangan Informasi	Iklan ditayangkan berulang kali, sehingga semakin kuat ingatan target terhadap iklan tersebut.	
	<p><i>Favorability of Brand Association</i></p>	Meyakinkan Calon Pembeli	Dapat meyakinkan calon pembeli	
		Penilaian Merk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas merk baik</li> <li>• Kredibilitas merk meyakinkan</li> <li>• Pertimbangan merk untuk digunakan besar</li> <li>• Merk lebih superior dibanding merk lain</li> </ul>	
		<p><i>Desirability</i></p>	Relevansi	
			Perbedaan penyampaian pesan	
	<p><i>Deliverability</i></p>	Kepercayaan		
		Kemungkinan/Keterbukaan		
		Komunikasi		
	<p><i>Uniqueness of Brand Associaton</i></p>	<p><i>POD (Points of Difference)</i></p>	Merk mempunyai unsur yang membedakan	
<p><i>POR (Points of Parity)</i></p>		Merk mempunyai unsur yang membuat khalayak tidak terpengaruh dengan keunikan merk lain.		

#### D Jenis dan Sumber Data

Pada dasarnya penelitian adalah kegiatan untuk mencari kebenaran akan suatu masalah. Upaya untuk mencari kebenaran ini melalui kegiatan mengumpulkan fakta-fakta, menganalisisnya, menginterpretasikan, dan menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder sebagai bahan yang akan diolah dalam penelitian.



## 1. Data Primer

Menurut Rachmat Kriyantono (2008 : 41-42), data primer adalah :

“Data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek riset, dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, observasi. Data primer ini termasuk data mentah (*raw data*) yang harus diproses lagi sehingga menjadi informasi yang bermakna.”

Sedangkan, Etta M. Sangadji dan Sopiah (2010 : 171) menyatakan bahwa :

“Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.”

Metode pengumpulan data primer terbagi dua, yaitu pengumpulan secara aktif dan pengumpulan secara pasif. Pengumpulan secara aktif meliputi observasi karakteristik elemen-elemen yang sedang dipelajari dan membutuhkan responden dalam mengumpulkan data. Pengumpulan data secara pasif bermanfaat untuk mendapatkan data dari elemen studi lainnya. Data primer dalam penelitian ini merupakan berbagai macam data yang di dapatkan langsung dari lapangan seperti lembar jawaban kuesioner.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder juga biasanya digunakan sebagai pendukung data primer, oleh karena itu kita terkadang tidak dapat hanya mengandalkan data primer sebagai salah satu sumber informasi untuk menyelesaikan masalah penelitian kita. Data sekunder dapat menjadi alternatif pendukung penelitian.

Menurut Rachmat Kriyantono (2008 : 42), data sekunder adalah :

“Data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data ini juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain. Data sekunder sangat membantu bila data primer terbatas dan sulit diperoleh.”

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 sekunder juga memiliki beberapa manfaat, yaitu diantaranya untuk memahami masalah lebih dalam, menjelaskan masalah secara lebih detil, dan juga sebagai formulasi alternatif penyelesaian masalah yang layak. Maksudnya, apabila data primer tidak dapat memenuhi data-data yang dibutuhkan oleh peneliti dikarenakan suatu hal, maka data sekunder dapat digunakan sebagai alternatif pendukung penelitian.

Data sekunder dalam penelitian ini adalah berbagai macam data yang peneliti dapatkan dari hasil kunjungan dan pencarian peneliti ke perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, perpustakaan nasional, toko buku gramedia dan Gunung Agung, serta berbagai data lainnya yang berasal dari internet.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Rosady Ruslan (2010 : 27) mengemukakan bahwa pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis, dan proses pencarian data yang *valid*, baik diperoleh secara langsung (primer) maupun tidak langsung (sekunder). Dimana pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang terdiri dari :

#### 1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian dalam melakukan riset lapangan. Menurut Rachmat Kriyantono (2008 : 95) kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuannya adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI BIKG (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.





Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* terhadap *brand image* iklan televisi kartu provider AS di kalangan mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Kuesioner ini akan disebarakan langsung oleh peneliti, adapun jenis kuesioner yang akan dibagikan adalah kuesioner tertutup dengan penggunaan Skala Likert, disini responden hanya diminta untuk mengisi jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

## 2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Rosady Ruslan (2010 : 31) menyatakan bahwa riset perpustakaan dilakukan dengan mencari data informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi, dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan. Peneliti menggunakan perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sebagai sumber bahan utama dalam penelitian ini dan juga data-data dari internet sebagai tambahannya.

## F. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan representasi ataupun bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas (*Non-Probability Sampling*). Menurut Etta M. Sangadji dan Sopia (2010 : 188) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang ataupun kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Hal tersebut disebabkan adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh peneliti.

Secara lebih rinci, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan salah satu teknik *sampling* non-probabilitas. Menurut Rachmat Kriyantono (2008 : 156-157), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel.

Dikatakan juga bahwa persoalan utama dalam teknik *purposive sampling* adalah menentukan kriteria, dimana kriteria tersebut harus dapat mendukung tujuan penelitian.

Penelitian ini mengambil sampel pada wilayah kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, dengan menggunakan populasi yaitu mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2008 sampai dengan angkatan 2011 yang berjumlah 6584 mahasiswa, data tersebut peneliti dapatkan dari situs resmi internet ([lap.dikti.go.id](http://lap.dikti.go.id)).

Peneliti menggunakan rumus penghitungan sampel Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil. Menurut Rachmat Kriyantono (2008 : 162) rumus Slovin ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya. Dengan memasukkan jumlah populasi dan nilai presisi sebesar 10% ke dalam rumus Slovin, maka didapat jumlah sampel sebesar 98,504, yang kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 responden.

**Rumus Slovin :**

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai Presisi yang diinginkan (Peneliti menggunakan 10%)



### Penghitungan :

$$n = \frac{6584}{1 + 6584 \cdot (10\%)^2}$$

$$n = \frac{6584}{1 + 65,84}$$

$$= 98,504$$

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### G. Teknik Analisis Data

Pada tahap analisis data peneliti membaca data melalui proses pengkodean data sehingga mempunyai makna, proses pengkodean ini mencakup proses mengatur data, mengorganisasikan data ke dalam suatu pola kategori menurut Rachmat Kriyantono (2008 : 165). Data riset pada penelitian kuantitatif berbentuk angka-angka, maka analisis datanya berupa penghitungan melalui uji statistik.

Dalam analisis data kuantitatif dikenal dua macam statistik menurut Rachmat Kriyantono (2008 : 167), yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan pada riset deskriptif, yang berupaya menggambarkan gejala atau fenomena dari satu variabel yang diteliti tanpa berupaya menjelaskan hubungan-hubungan yang ada. Sedangkan statistik inferensial digunakan pada riset eksplanatif, yaitu riset yang bertujuan menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan statistik deskriptif. Dimana data dikumpulkan melalui hasil kuisioner yang telah diisi oleh responden yang kemudian akan diolah untuk dapat peneliti analisis dan diketahui hubungan antara variabel yang ada.

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan beberapa metode analisis, yaitu:

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.



**1. Uji Validitas**

Menurut Duwi Priyatno (2010 : 90), validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian peneliti lakukan terhadap 30 responden (pra-kuesioner), untuk mengetahui apakah dari setiap pertanyaan yang peneliti cantumkan sudah valid. Peneliti menggunakan rumus Korelasi Pearson *Product Moment* untuk mengetahui derajat kekuatan hubungan.

**Rumus Korelasi Pearson *Product Moment* :**

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r = Korelasi *Product Moment*

n = Jumlah individu sampel

x = Jumlah skor dari setiap butir pertanyaan dari kuesioner

y = Total skor dari setiap butir pertanyaan (skor total)

Hasil dari r-hitung kemudian akan dibandingkan dengan r-tabel dengan *alpha* atau tingkat kepercayaan sebesar 5% (0.05) dari tabel r *product moment*. Jika r hitung > r tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid, begitupun sebaliknya jika r hitung < r tabel maka

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.

pertanyaan dianggap tidak valid. Suatu item dianggap valid apabila memenuhi syarat minimum dengan perolehan  $r = 0,361$  yang diperoleh dari r tabel dengan signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah data ( $n$ ) = 30.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut dilakukan berulang kali, menurut Duwi Priyatno (2010 : 97). Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan, dan tetap.

Menurut Rachmat Kriyantono (2008 : 143) suatu alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali. Peneliti melakukan pengujian terhadap 30 responden untuk mengetahui apakah data yang didapat sudah reliabel. Pengujian Reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (Duwi Priyatno; 2008: 25). Rumusnya adalah sebagai berikut:

### Rumus Cronbach Alpha :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k - 1)} \right] \left[ 1 - \frac{(\sum \sigma_1^2)}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma_1^2$  = Varians total

$\sum \sigma_1^2$  = Jumlah varian butir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (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.





Suatu variabel dinyatakan reliabel jika memenuhi kriteria reabilitas seperti 0.6.

Menurut Sekaran (dalam Duwi Priyatno, 2008 : 98), juga menyatakan bahwa reabilitas yang  $< 0,6$  adalah kurang baik, sedangkan reabilitas  $0,7$  dapat diterima dan  $> 0,8$  adalah baik. Dalam pengujian validitas dan reabilitas tersebut, peneliti akan menggunakan program SPSS.

### 3. Skala Likert

Menurut Jonathan Sarwono (2012 : 72), Skala pengukuran sikap Likert atau banyak dikenal sebagai skala Likert, digunakan untuk mengukur sikap responden dalam memberikan tanggapan terhadap pertanyaan atau masalah yang diberikan kepada yang bersangkutan dalam suatu riset. Sikap dalam skala Likert Biasanya mulai dari yang paling positif, netral, sampai kepada yang paling negatif, dalam bentuk sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Kriteria	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Biasa Saja	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

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.



**Rumus untuk rentang skala penilaian adalah:**

$$\begin{aligned} \text{Rentang skala (I)} &= \frac{\text{Bobot Terbesar} - \text{Bobot Terkecil}}{\text{Skala Bobot}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Keterangan:

I (rentang skala) = Interval

Batas bawah = 1

Batas atas = 5

Jadi, Interval = 0,8

Dalam perolehan hasil nilai interval sebesar 0,8. Maka indikator untuk masing-masing variabel yang diteliti peneliti adalah:

**Tabel 3.3**  
**Rentang Nilai**

Skor	Kriteria
1, 00 – 1, 80	Sangat Tidak Baik
1, 81 – 2, 60	Tidak Baik
2, 61 – 3, 40	Biasa Saja
3, 41 – 4, 20	Baik

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

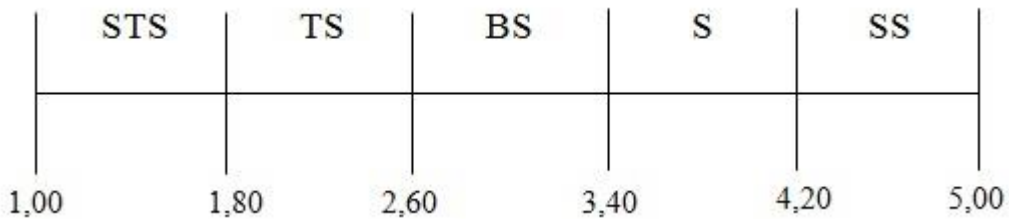
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



4, 21 – 5, 00	Sangat Baik
---------------	-------------

Gambar 3.1

Rentang Nilai Dalam Bentuk Gambar



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Duwi Priyatno (2010 : 71) berguna untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji *Lilliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*, dimana suatu data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar daripada 0,5.

5. Uji Linieritas

Uji ini menurut Duwi Priyatno (2010 : 73) bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian dilakukan pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.





## 6. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Jonathan Sarwono (2012 : 181), regresi linier digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan variabel bebas.

Peneliti menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana untuk melihat hubungan antar dua variabel, serta untuk melihat dampak variabel terikat pada variabel bebas yang diteliti dan seberapa besar dampak tersebut. Dimana variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Brand Image* iklan televisi kartu provider AS, dan variabel bebasnya adalah *celebrity endorser* Sule.

Secara lebih spesifik, menurut Duwi Priyatno (2010 : 55) analisis regresi linier sederhana adalah untuk melihat hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui arah hubungan, apakah positif atau negatif. Uji ini dilakukan juga untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Menurut Jonathan Sarwono (2012: 182), ada beberapa syarat yang harus dipenuhi sebelum peneliti menggunakan uji regresi linier sederhana ini, yaitu:

- Harus terdapat variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).
- Nilai uji ANOVA harus lebih kecil dari 0,05.
- Prediktor yang digunakan sebagai variabel bebas harus layak (*Standard Error of Estimate < Standard Deviation*)
- Terdapat hubungan linear antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



- e. Data harus berdistribusi normal
- f. Data berskala interval atau rasio

**© Hak cipta dilindungi undang-undang** **IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Dalam mengukur tingkat signifikansi biasanya digunakan 0,05. Tingkat signifikansi adalah probabilitas kesalahan tipe I, yaitu kesalahan menolak hipotesis ketika hipotesis itu benar. Tingkat kepercayaan pada umumnya sebesar 95%, yang dimaksud dengan tingkat kepercayaan adalah tingkat dimana 95% nilai sampel akan mewakili nilai populasi dimana sampel berasal.

**Rumus regresi linear sederhana** sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

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.