

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga dalam tesis ini menjelaskan tentang tipe penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan instrumentasi, operasionalisasi variable, teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menganalisis data untuk menjawab dan menjelaskan masalah penelitian.

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini di desain sebagai penelitian eksplanatif korelasional yang bersifat menerangkan, yaitu penelitian yang dilakukan kalau pengetahuan tentang masalahnya sudah cukup, artinya sudah ada beberapa teori tertentu dan sudah ada berbagai penelitian empiris yang menguji berbagai hipotesa tertentu sehingga terkumpul berbagai generalisasi empiris.

Untuk menjawab rumusan masalah dalam tesis ini maka penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dimana metodologi ini sesuai dengan falsafah yang berdasarkan positivisme atau pendekatan klasik obyek (Kriyantono, 2008 :53).

Dasar dari pendekatan kuantitatif berpijak pada apa yang disebut dengan fungsionalisme, realisme, positivisme, behavioralisme dan empirisme yang intinya menekankan pada hal – hal yang bersifat konkrit, uji empiris dan fakta-fakta yang nyata.

3.2 Paradigma Penelitian

Penelitian kuantitatif berlandaskan pada paradigma positivisme yang memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variable penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian yang menggunakan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variable, peneliti ingin menjelaskan hubungan antara iklan shampo Sunsilk di televisi dengan perhatian dan minat masyarakat.

1.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode survey yaitu suatu metode penelitian dengan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Kuesioner tersebut selanjutnya akan disebar di Rw 07 kelurahan kebon pala, Jakarta timur. Dan yang menjadi responden dari kegiatan penelitian ini adalah warga yang pernah melihat iklan TV Sunsilk Blackshine. Diharapkan dengan melakukan survey terhadap responden akan mendapatkan gambaran awal mengenai factor penelitian yang telah diduga memiliki pengaruh pada topik penelitian yang sedang dibahas. Metode survei merupakan salah satu metode penelitian yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif. Dalam metode ini, peneliti akan melakukan pengamatan ataupun penyelidikan agar mendapatkan informasi yang tepat dan lengkap terhadap fenomena yang terjadi.

Metode survei adalah metode pengumpulan data primer dengan memperolehnya secara langsung dari sumber lapangan penelitian. Menurut Maholtra (2005:196) metode survei adalah merupakan metode penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik.

Peneliti melihat bahwa ada keunggulan dari menggunakan metode survey seperti yang disampaikan oleh Maholtra (2005:196), yaitu:

1. Metode survey cukup fleksibel dalam pengumpulan data responden karena peneliti dapat memusatkan perhatian pada satu kelompok tertentu dari populasi yang cukup besar.
2. Survei merupakan metode yang paling sesuai untuk mendapatkan informasi tentang sikap.
3. Berbagai bentuk pertanyaan dapat diajukan kepada responden, dengan atau tanpa disertai alat bantu.

Melihat pokok permasalahan yang diteliti maka penelitian ini menggunakan metode penelitian survey korelasional (correlational study) yaitu riset yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variable-variabel yang berbeda dalam suatu populasi.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Menurut Bungin (2007:99) dikatakan bahwa populasi penelitian merupakan keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian, sedangkan sampel penelitian merupakan bagian dari kumpulan obyek penelitian yang diamati.

Menurut Nawawi (1983:144) menyatakan bahwa “Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin baik berupa hasil perhitungan maupun ukuran kuantitatif ataupun kualitatif. Pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan obyek yang lengkap dan jelas”.

Adapun jumlah populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah 820 orang.
(Sumber Kelurahan Kebon Pala – Jakarta Timur)

3.4.2 Sampel

Menurut Nawawi (1997:44) menyatakan bahwa “Sampel adalah sebagian dari populasi yang menjadi sumber daya sebenarnya dalam suatu penulisan, sebagian individu yang diselidiki itu sebagai sampel dan contoh. Dan sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi dengan menggunakan cara-cara tertentu”.

Teknik penarikan sampel sendiri merupakan cara yang dilakukan untuk memperkecil kekeliruan yang terjadi pada saat peneliti melakukan generalisasi terhadap populasi.

Penelitian ini sendiri menggunakan teknik *Probability Sampling* (Menggunakan Prinsip Random) dengan cara *cluster Random Sampling*. Teknik ini dipilih karena tidak setiap anggota populasi bisa terpilih sebagai sampel. Hal ini disebabkan karena sangat

spesifiknya kategori populasi yang berdampak pada sampelnya, yaitu warga yang terpapar atau sering melihat iklan shampoo Sunsilk di Televisi.

Teknik ini digunakan apabila ukuran populasinya tidak diketahui dengan pasti, sehingga tidak memungkinkan untuk dibuatkan kerangka samplingnya, dan keberadaannya tersebar secara geografis atau terhimpun dalam kluster – kluster yang berbeda beda.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data primer

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner, yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan hubungan daya tarik keindahan rambut perempuan iklan televisi dengan perhatian dan minat masyarakat pada produk shampoo Sunsilk di RW. 07 Kelurahan Kebon Pala - Jakarta Timur. Jenis kuesioner tertutup dengan skala Interval untuk variabel independen dan skala benar atau salah untuk variabel dependen. Kuesioner tertutup sudah menyediakan jawabannya sehingga yang dilakukan responden adalah memberi symbol ceklist pada pernyataan dalam variabel independen dan membubuhkan lingkaran pada pernyataan benar salah pada kolom yang sudah disediakan.

3.5.2 Data Sekunder

Sedangkan untuk pengumpulan data sekunder, teknik yang digunakan adalah melalui studi kepustakaan yaitu mengumpulkan data yang sebelumnya telah diolah oleh

pihak lain, dan studi kepustakaan yang menjadi referensi sebagai bahan masukan , sekaligus referensi perusahaan PT. Unilever Indonesia.

3.6 Definisi konsep dan Operasionalisasi Konsep

Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (independen).

Pada penelitian ini ada beberapa hal yang perlu diukur dari masing-masing variabel melalui sejumlah indikator dalam bentuk pertanyaan kepada responden. Berikut ini peneliti sajikan bagan operasionalisasi konsep sebagai instrumen pengukur indikator variabel yang akan diteliti.

3.6.1 Karakteristik Individu

Karakteristik Individu adalah spesifik individu yang berkaitan langsung dengan dirinya:

1. Jenis kelamin, merupakan perbedaan seks responden, dengan kategori (1) laki-laki dan (2) perempuan, dengan skala nominal.
2. Usia , diukur berdasarkan usia responden sejak lahir hingga saat penelitian berlangsung, dihitung dalam satuan tahun, yaitu responden yang berusia 20 tahun ke ke bawah, usia

20 sampai 29 tahun, 30 hingga 39 tahun, 40 hingga 49 tahun dan usia di atas 50 tahun dengan skala rasio.

3. Pendidikan responden, merupakan jenjang pendidikan formal yang telah ditempuh responden berdasarkan satuan tahun menggunakan skala ordinal dengan kategori (1) tamat SMP, (2) tamat SMA, (3) tamat S1, (4) tamat S2 .

4. Pengeluaran, merupakan tingkat penggunaan uang selama satu bulan yang dikeluarkan responden. Kategori pengeluaran dengan skala rasio mencakup (1) Rp. < 2.000.000 (2) 2.000.001 – 3.000.000 (3) Rp. 3.000.001-4.000.000 (4) 4.000.001 – 5.000.000 (5) > 5.000.000

Tabel 3.0
Operasionaliasi Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel bebas (X) Pengaruh iklan di media Televisi	1. Nilai Informasi	a) Iklan TV Sunsilk <i>Blackshine</i> merupakan sumber informasi yang bernilai untuk mengetahui keunggulan Shampo b) Iklan TV Sunsilk <i>Blackshine</i> memberitahu publik karakteristik shampoo yang sedang di butuhkan c) Iklan TV Sunsilk <i>Blackshine</i> memberitahu khalayak untuk mengetahui secara	Interval

		<p>terus menerus produk shampoo yang berkualitas</p> <p>d) Iklan Sunsilk <i>Blackshine</i> sangat menarik perhatian publik</p> <p>e) Nilai informasi produk yang diperoleh melalui iklan Sunsilk <i>Blackshine</i> setara dengan manfaat yang digunakan</p>	
	2. Isi Pesan	<p>a) Iklan Sunsilk <i>Blackshine</i> berisikan pesan informasi tentang inovasi kandungan shampoo.</p> <p>b) Iklan Sunsilk <i>Blackshine</i> memberikan informasi yang terpercaya kepada publik</p> <p>c) Dengan melihat iklan Sunsilk <i>Blackshine</i>, masyarakat dapat memahami dengan jelas isi pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut</p> <p>d) Pesan yang disampaikan dengan iklan Sunsilk <i>Blackshine</i> menyadarkan publik dengan kandungan Shampoo Sunsilk <i>Blackshine</i></p> <p>e) Pesan yang disampaikan dalam iklan Sunsilk <i>Blackshine</i> mampu membuat publik selalu mengingat produk Shampoo Sunsilk <i>Blackshine</i></p>	Interval
	3. Dorongan Iklan	<p>a) Dengan adanya iklan Sunsilk <i>Blackshine</i> dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk pembelian</p> <p>b) Iklan Sunsilk <i>Blackshine</i></p>	Interval

		<p>memberikan informasi kepada public mengenai keunggulannya</p> <p>c) Setelah melihat iklan Sunsilk Blackshine, publik merasa bahwa iklan tersebut mudah untuk diingat</p> <p>d) Iklan Sunsilk Blackshine membuat publik menjadi kenal dengan merek tersebut</p> <p>e) Dengan melihat iklan Shampoo Sunsilk, publik memiliki kesan bahwa iklan Sunsilk Blackshine lebih baik dari iklan produk lain yang sejenis .</p>	
Y Sikap masyarakat	Kognisi	<p>a) Pengetahuan tentang produk yang ditawarkan melalui iklan</p> <p>b) Sadar akan merek produk</p> <p>c) Mengetahui merek dan keunggulan produk</p>	Benar – Salah

3.7 Validitas dan Reliabilitas

Sebelum data diolah untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrument dengan uji validitas dan realibilitas untuk melihat apakah data yang diperoleh dari responden dapat menggambarkan secara tepat konsep yang diuji.

3.7.1 Validitas

Validitas menunjukkan tingkat kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi objek pengukuran yang dilakukan dengan instrument penelitian tersebut.

Jika suatu item pernyataan dinyatakan tidak valid, maka item pertanyaan itu tidak dapat digunakan dalam uji-uji selanjutnya.

Menurut Ghozali (2005:45), mengukur validitas dapat dilakukan dengan tiga cara: 1) melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variable, dengan melihat tampilan output Cronbach Alpha pada kolom Correlated Item-Total Correlation untuk masing –masing konstruk (uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel atau uji t) 2) melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk; dan 3) uji dengan Confirmatory Factor Analysis (CFA), digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai indikator-indikator tersebut yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk atau variabel.

Jika masing-masing indikator merupakan indikator pengukur konstruk maka akan memiliki nilai loading factor yang tinggi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk dalam menguji validitas instrumen. Sementara itu, pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran hanya sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan dengan alat uji statistic Cronbach Alpha.

3.7.2 Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap pertanyaan – pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui sejauh mana, hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama.

Pengujian reliabilitas dianalisis dengan menggunakan teknik dari Cronbach yaitu Cronbach's Alpha yang terdapat pada program komputer SPSS 19.0 for windows. Menurut

Sekaran (1992:284) semakin dekat koefisien alpha pada nilai 1 berarti butir – butir pernyataan dalam koefisien semakin reliabel.

Besarnya nilai alpha yang dihasilkan dibandingkan dengan indeks: > 0,800: tinggi ; 0,600 – 0,799 : sedang ; < 0,600: rendah.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis maka dilakukan uji asumsi normal untuk mengetahui apakah variabel yang dibandingkan rata-ratanya telah terdistribusi normal. Teknik pengujian normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah One Sample Kolmogorov – Smirnov Test yang terdapat pada program komputer SPSS 19.0 for Windows.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan signifikansi hasil pengujian dengan tingkat signifikansi 0.05. Nilai signifikansi dari uji normalitas ini haruslah sebesar 0.05, karena jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal.

Jika data berdistribusi tidak normal maka digunakan metode trimming. Salah satu penyebab yang menjadikan data tidak berdistribusi normal adalah karena terdapat beberapa item data yang bersifat outliers, yaitu yang mempunyai nilai di luar batas normal dibandingkan dengan data lain dalam suatu sampel. Untuk itu digunakan metode trimming, yaitu membuang data bersifat outliers tersebut (Nugroho: 2005:40).

3.9 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Bagian dari analisis hasil penelitian ini adalah pengujian validitas dan reliabilitas instrument, dimana pada tahapan penyusunan kuesioner salah satu kriteria kuesioner yang baik adalah validitas dan reliabilitas kuesioner.

3.9.1 Pengujian Validitas Instrumen

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi bivariante antara, masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Sedangkan pengujian reliabilitas setiap variabel dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha*.

Pengujian validitas butir kuesioner (uji signifikansi) dilakukan dengan membandingkan koefisien korelasi (r hitung) dengan r (tabel). Jika (r hitung) lebih besar dari (r tabel) dan nilai positif maka butir kuesioner atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali Imam, 2006:45). Dengan menggunakan SPSS versi 19, hasil pengujian validitas kuesioner penelitian disajikan sebagai berikut:

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

1. Uji Validitas Nilai Informasi (X1)

Tabel 3.9

Hasil Uji Validitas Nilai Informasi (X1)

$$Df = N - 2 = 30 - 2 = 28$$

$$r \text{ tabel } (0,05) = 0,3061$$

Q	Corrected Item – Total Correlations
Q1	.835
Q2	.658
Q3	.744
Q4	.796
Q5	.607
Q6	.595
Q7	.723
Q8	.701

jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid, dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
 r_{hitung} dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlations*

Dari tabel 3.9 terlihat bahwa item nomor 1 hingga 8 nilai r hitung > dari r tabel, maka berarti item –item pernyataan dari variabel Nilai Informasi (X1) mempunyai koefisien yang signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa item-item pada kuesioner iklan shampoo Sunsilk Blackshine di televisi mempunyai validitas yang baik dan dapat digunakan untuk mengambil data bagi penelitian.

2. Uji Validitas Isi Pesan (X2)

Validitas Isi Pesan(X2) Tabel 3.10

$$Df = N - 2 = 30 - 2 = 28$$
$$r \text{ tabel } (0,05) = 0,3061$$

Q	Corrected Item – Total Correlations
Q9	.615
Q10	.742
Q11	.673
Q12	.739
Q13	.663
Q14	.835
Q15	.746
Q16	.667
Q17	.739

jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid, dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
 r_{hitung} dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlations*

Dari tabel 3.10 terlihat bahwa item nomor 9 hingga 17 nilai r hitung $>$ dari r tabel, maka berarti item –item pernyataan dari variabel Isi Pesan (X2) mempunyai koefisien yang signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa item-item pada kuesioner iklan shampoo Sunsilk Blackshine di televisi mempunyai validitas yang baik dan dapat digunakan untuk mengambil data bagi penelitian.

3. Uji Validitas Dorongan Iklan (X3)

Validitas Dorongan Iklan (X3)
Tabel 3.11

$$Df = N - 2 = 30 - 2 = 28$$
$$r \text{ tabel } (0,05) = 0,3061$$

Q	Corrected Item – Total Correlations
Q18	.617
Q19	.778
Q20	.682
Q21	.616
Q22	.776
Q23	.602
Q24	.743

jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid, dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
 r_{hitung} dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlations*

Dari tabel 3.11 terlihat bahwa item nomor 9 hingga 24 nilai r hitung > dari r tabel, maka berarti item –item pernyataan dari variabel Dorongan Iklan (X3) mempunyai koefisien yang signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa item-item pada kuesioner iklan shampoo Sunsilk Blackshine di televisi mempunyai validitas yang baik dan dapat digunakan untuk mengambil data bagi penelitian.

4. Uji Validitas Kognisi Masyarakat (Y)

Validitas Kognisi Masyarakat
Tabel 3.12

$$Df = N - 2 = 30 - 2 = 28$$
$$r \text{ tabel } (0,05) = 0,3061$$

Q	Corrected Item – Total Correlations
Q25	.599
Q26	.436
Q27	.572
Q28	.531
Q29	.584
Q30	.672
Q31	.699
Q32	.436
Q33	.531

jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid, dan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid

r_{hitung} dapat dilihat dari *Corrected Item Total Correlations*

Dari tabel 3.12 terlihat bahwa item nomor 25 hingga 33 nilai r hitung $>$ dari r tabel, maka berarti item –item pernyataan dari variabel Kognisi Masyarakat (Y) mempunyai koefisien yang signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa item-item pada kuesioner iklan Shampoo Sunsilk Blackshine di televisi mempunyai validitas yang baik dan dapat digunakan untuk mengambil data bagi penelitian.

3.9.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menyatakan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan atau dengan kata lain reliabilitas menyatakan konsistensi suatu alat pengukur gejala yang sama (Singarimbun, 1995:140)

Suatu instrumen sudah reliabel sebagai alat pengumpul data apabila memberikan hasil ukuran yang sama terhadap suatu gejala yang sama pada waktu yang berlainan.

Untuk menguji tingkat reliabilitas dalam penelitian digunakan metode statistic dengan rumus Cronbach Alpha (Arikunto, 1998:193)

Instrumen penelitian yang digunakan di sini adalah instrument kuesioner. Kuesioner dikatakan reliabel apabila respon ataupun jawaban dari seseorang yang diteliti adalah konsisten atau tetap dari waktu ke waktu. Seperti disebutkan sebelumnya bahwa uji statistic yang akan digunakan adalah dengan menggunakan uji *statistic Cronbach Alpha* . Menurut Malhotra (1996:32) suatu instrument dikatakan andal apabila nilai *Alpha* lebih besar dari 0.6. Cronbach Alpha > 0,60 (Nunally, 1967 dalam Ghozali, 2005:42).

Sebelum penelitian, kuesioner yang akan digunakan diujicobakan kepada 30 responden yang merupakan populasi. Hasil uji reliabilitas butir – butir (item) kuesioner dengan SPSS 19.0 terlihat dalam tabel-tabel sebagai berikut :

1. Uji Reliabilitas Nilai Informasi (X1)

Tabel 3.13 Reliabilitas Nilai Informasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	8

Dari tabel 3.13 terlihat bahwa nilai Cronbach Alpha adalah 0,907 yang ternyata lebih besar dari 0.60. Artinya item pernyataan nomor 1 - 8 dari variabel Nilai Informasi (X1 terbukti reliabel dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel iklan Shampo Sunsilk, Nilai Informasi (X1).

2. Uji Reliabilitas Isi Pesan (X2)

Tabel 3.14 Reliabilitas Isi Pesan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	9

Dari tabel 3.14 terlihat bahwa nilai Cronbach Alpha adalah 0,915 yang ternyata lebih besar dari 0.60. Artinya item pernyataan nomor 9 - 17 dari variabel Isi Pesan (X2) terbukti reliabel dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel iklan Shampo Sunsilk, Isi Pesan (X2).

3. Uji Reliabilitas Dorongan Iklan (X3)

Tabel 3.15 Reliabilitas Dorongan Iklan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	7

Dari tabel 3.15 terlihat bahwa nilai Cronbach Alpha adalah 0,890 yang ternyata lebih besar dari 0.60. Artinya item pernyataan nomor 18 - 24 dari variabel Dorongan Iklan (X3) terbukti reliabel dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel iklan Shampo Sunsilk Blackshine , Dorongan Iklan (X3).

4. Uji Reliabilitas Kognisi Masyarakat (Y)

Tabel 3.16 Relibilitas Kognisi Masyarakat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	9

Dari tabel 3.16 terlihat bahwa nilai Cronbach Alpha adalah 0,844 yang ternyata lebih besar dari 0.60. Artinya item pernyataan nomor 25 - 33 dari variabel Kognisi Masyarakat (Y) terbukti reliabel dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel Kognisi Masyarakat (Y).

3.8 Analisa Data dan Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik harus dilakukan untuk menguji asumsi – asumsi yang ada dalam permodelan regresi linear berganda. Suatu model regresi linear berganda dikatakan baik atau layak (fit) jika memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator), agar suatu model regresi dapat memenuhi kriteria BLUE, maka pada model tersebut tidak boleh ditemukan adanya gejala – gejala asumsi klasik antara lain: normalitas, multikolinearitas ,

heteroskedastisitas dan autokorelasi. Jika pada model regresi ditemukan adanya satu atau lebih gejala – gejala asumsi klasik, maka gejala tersebut harus diperbaiki lebih dahulu agar model regresi dapat memenuhi kriteria BLUE sehingga dapat dihasilkan “estimator/predictor” , tidak bias dan mempunyai varian yang minimum (Widarjono, 2010:75)

3.8.1.1 Normalitas

Tujuan dilakukan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Data yang berdistribusi normal dalam suatu model regresi dapat dilihat pada grafik normal P-P plot, dimana bila titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

3.8.1.2 Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan linear yang terjadi di antara variabel – variabel bebas/independent di dalam model regresi berganda. Konsekuensi dari adanya multikolinearitas ini adalah bahwa estimator/ predictor akan mempunyai varian dan standar kesalahan (error) yang besar , sehingga sulit memperoleh suatu estimasi / prediksi yang tepat. Deteksi adanya gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai-nilai Tolerance dan VIF (Varian Inflation Factor) yang kriterianya adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Tolerance > 0.1 dan nilai VIF < 10 maka dikatakan bahwa tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas pada model regresi.

- Jika nilai Tolerance < 0,1 dan nilai VIF >10, maka dikatakan bahwa ditemukan adanya gejala multikolinearitas pada model regresi.

3.8.1.3 Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi jika titik – titik dalam scatterplot membentuk pola – pola tertentu atau berkumpul disatu sisi atau dekat nilai 0 pada sumbu Y pada kurva yang dihasilkan dengan menggunakan SPSS. Jika titik – titik data menyebar tidak secara beraturan, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.1. Analisa Kuantitatif

Pengujian hipotesis pada penelitian pengaruh terpaan iklan produk shampoo Sunsilk Black Shine di TV terhadap perilaku masyarakat digunakan alat uji statistik regresi. Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengukur pengaruh terpaan iklan produk shampoo Sunsilk Black Shine di TV terhadap perilaku masyarakat persamaan regresinya:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = subyek dalam variable dependen yang diprediksi

a = Terpaan iklan shampoo Sunsilk Black Shine di TV

b = angka atau arah koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable dependen yang didasarkan pada variable independen.

X = subyek pada variable independen yang mempunyai nilai tertentu .

Jumlah a dan b dihitung dengan rumus berikut:

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

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

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual dapat diukur dari Goodness off fitnya. Secara statistic, setidaknya ini dapat dapat diukur dar koofisien determinasi, nilai statistic F dan nilai statistic t.

A. Koofisien Determinasi

Koofisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variable-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

B. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen atau bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen/terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistic F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Quick look : bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen.

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 H_a diterima.

C. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut:

Quick look : bila jumlah degree of freedom (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5% maka H_0 yang menyatakan $\beta_i=0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen.

Membandingkan nilai statistic t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Peneliti menggunakan beberapa variabel independen yaitu variabel nilai informasi, isi pesan dan dorongan iklan Sunsilk Black Shine di TV, untuk menguji pengaruhnya terhadap variabel dependen kognisi masyarakat. Variabel tersebut dirumuskan dengan menggunakan model regresi linear berganda dan alat pengujian regresi sederhana dibantu dengan program aplikasi SPSS versi 19.0.

Tahapan – tahapan pengujian hipotesis 1 sampai dengan 2 adalah sebagai berikut:

- 1) Menyatukan hipotesis penelitian secara statistic
- 2) Menentukan tingkat sigfikansi (sebesar 5%)
- 3) Menentukan criteria penerimaan atau penolakan hipotesis
- 4) Jika $p\text{-value} > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 5) Jika $p\text{-value} \leq 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 6) Menarik kesimpulan.