

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Bungin (2008:25) paradigma adalah cara pandang seorang ilmuwan tentang sisi strategis yang paling menentukan nilai sebuah disiplin ilmu pengetahuan itu sendiri. Pada penelitian ini, paradigma yang akan digunakan oleh peneliti adalah paradigma positivis dimana ilmu sosial ditempatkan sama seperti ilmu alam sebagai metode yang terorganisir yang mengkombinasikan *deductive logic* dengan pengamatan empiris guna secara probabilistik menemukan konfirmasi tentang hukum sebab akibat yang bias digunakan untuk memprediksi pola-pola umum gejala sosial tertentu. Dalam penelitian kuantitatif, yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kausal (sebab-akibat), maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan kepada beberapa variabel saja (Sugiyono, 2011:42).

Jadi paradigma penelitian dalam hal ini diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti yang sekaligus

mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan.

3.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Robert Donmoyer (dalam Given, 2008:713) adalah pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisis dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif. Penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik, bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang disusun dengan data kuantitatif serta membuat ketetapan pengukurannya dengan menggunakan metode statistik sebagai alat ukurnya.

Dalam penelitian ini, berdasarkan pada pengertian mengenai penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik, maka akan menjelaskan bagaimana deskripsi atau gambaran dari permasalahan yang sedang diteliti mengenai pengaruh *brand image* OLX.co.id secara nyata dan dengan fakta yang ada yang kemudian dihubungkan dengan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen yang diteliti secara sistematis menggunakan metode statistik sebagai alat ukurnya dengan mengumpulkan data-data dari sampel yang telah ditentukan.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan metode penjelasan. Menurut Sugiyono (2008:7), penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan adanya hubungan relatif, distribusi dan hubungan antar variabel. Sedangkan metode penjelasan adalah menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa. Metode penjelasan ini digunakan sebagai cara yang dilakukan oleh peneliti agar dapat menjelaskan secara lengkap mengenai pengaruh yang ditimbulkan dari *brand image* situs jual beli *online* OLX.co.id terhadap minat beli konsumen, sampel dari suatu populasi ditentukan dengan kriteria yang telah ditetapkan dan melalui pengujian hipotesa sehingga dapat diketahui ada atau tidaknya pengaruh *brand image* OLX.co.id dengan minat beli konsumen.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu :

1. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel *brand image* OLX.co.id (X).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen (Y).

3.5 Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ide abstraksi yang dapat digunakan untuk mengadakan klasifikasi atau penggolongan yang pada umumnya dinyatakan dengan suatu istilah atau rangkaian kata yang disebut dengan konsep (Soedjadi, 2000:14). Konsep merupakan suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang dirumuskan. Dalam merumuskannya harus dapat menjelaskan sesuai dengan maksud dari tujuannya.

Sedangkan definisi konseptual merupakan batasan-batasan dari masalah variabel yang dijadikan pedoman peneliti dalam melakukan penelitian sehingga arah dan tujuannya terarah dan tidak menyimpang. Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah :

1. *Brand image*

Citra merek merupakan pemahaman konsumen mengenai merek secara keseluruhan, kepercayaan konsumen terhadap merek tertentu dan bagaimana konsumen memandang atau mempunyai persepsi tertentu pada suatu merek.

Citra merek mempresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengolahan masa lalu terhadap merek tersebut.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard yang dialihbahasakan oleh Budianto (2001:380), *brand image* memiliki tiga komponen, yaitu :

1. Karakteristik suatu merek yang dikenali oleh konsumen
2. Manfaat yang diterima oleh konsumen dari suatu merek
3. Keyakinan konsumen mengenai kualitas produk dan suatu merek

Komponen-komponen tersebut merupakan faktor yang dapat membentuk atau menilai *brand image* situs OLX.co.id yang dilihat dari perspektif konsumen yang akan diidentifikasi sebagai variabel X.

2. Minat beli

Menurut Howard (dalam Durianto dan Liana, 2004:44), minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Schiffman & Kanuk (2008:470), indikator-indikator dari minat beli dijelaskan oleh komponen. Komponen tersebut adalah sebagai berikut :

1. Tertarik untuk mencari informasi tentang produk
2. Mempertimbangkan untuk membeli
3. Tertarik untuk mencoba
4. Ingin memiliki produk

Indikator-indikator tersebut yang digunakan oleh peneliti untuk menilai minat beli konsumen yang diidentifikasi sebagai variabel Y pada penelitian ini.

3. Konsumen

Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. (Kotler, 2000:97). Sasaran penelitian konsumen dalam penelitian ini adalah khalayak yang pernah mengakses dan pernah melakukan pembelian melalui situs jual-beli *online* OLX.co.id.

3.6 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2004 : 31), definisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Tabel-3. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Data
<i>Brand image</i> OLX.co.id (X) Seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu. (Engel, Blackwell, dan Miniard dalam Budianto, 2001:380)	Karakteristik produk suatu merek yang dikenali oleh konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • OLX.co.id mudah untuk diakses. • Dalam OLX.co.id terdapat fitur-fitur yang membantu. • OLX.co.id menyediakan berbagai macam barang. • Dalam OLX.co.id mencari barang tidak terbatas oleh waktu. • Dapat menentukan tipe pembayaran. • Dapat tawar-menawar harga secara langsung dengan orang yang menjual di OLX.co.id. 	Ordinal
	Manfaat yang diterima oleh konsumen dari suatu merek.	<ul style="list-style-type: none"> • Menghemat waktu dan tenaga dalam mencari barang yang dibutuhkan. • Dalam OLX.co.id dapat mencari barang yang dibutuhkan. • Dengan fitur yang tersedia dalam OLX.co.id, dapat menemukan barang dengan cepat. 	Ordinal
	Keyakinan konsumen mengenai kualitas produk dari suatu merek.	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat mengecek kondisi dari barang yang dipilih secara langsung. • Keamanan dalam bertransaksi. • OLX.co.id merupakan situs jual-beli yang terbaik. • Barang yang ditawarkan OLX.co.id memiliki 	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> • kualitas yang bagus. • Tidak adanya penipuan pembelian dalam OLX.co.id. • Akan selalu menggunakan OLX.co.id dalam mencari barang. 	
<p>Minat Beli Konsumen (Y) Sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Schiffman & Kanuk (2008), indikator-indikator dari minat beli dijelaskan oleh komponen.</p>	Tertarik untuk mencari informasi.	<ul style="list-style-type: none"> • Iklan OLX.co.id di televisi menjelaskan mengenai situs tersebut. • Akan bertanya kepada teman yang pernah menggunakan OLX.co.id. • Mengakses OLX.co.id agar tahu cara menggunakannya. 	Ordinal
	Mempertimbangkan untuk membeli.	<ul style="list-style-type: none"> • OLX.co.id adalah situs jual-beli terbaik di Indonesia. • Akan mempertimbangkan melakukan pembelian. • OLX.co.id cepat, mudah dan efisien. 	Ordinal
	Tertarik untuk mencoba.	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur-fitur yang memudahkan dalam OLX.co.id. • Memilih barang kebutuhan yang disediakan OLX.co.id. 	Ordinal
	Ingin memiliki produk.	<ul style="list-style-type: none"> • Menghubungi penjual yang menjual barang di OLX.co.id. 	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia banyak pilihan barang yang dibutuhkan. • Menemui penjual, melihat kondisi barang dan mendapatkan kesepakatan harga. 	
--	--	---	--

3.7 Populasi dan Sampel

3.7.1 Populasi

Populasi penelitian merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui suatu kriteria tertentu yang akan dikategorikan kedalam objek tersebut. Menurut Sugiyono (2012:115), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah khalayak yang mengetahui dan pernah mengakses situs jual dan beli OLX.co.id. Dalam penelitian ini, peneliti tidak mengetahui jumlah keseluruhan populasi yang ada dikarenakan sangat luasnya jangkauan internet sehingga pengguna/pengakses situs jual dan beli OLX.co.id juga sangat banyak.

3.7.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2011 : 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini, sampel diambil dari populasi berdasarkan teknik *Sampling Kuota*, Menurut Sugiyono (2010:217) menyatakan bahwa *sampling kuota* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Menurut Margono (2004:121) dalam teknik ini jumlah populasi tidak diperhitungkan akan tetapi diklasifikasikan dalam beberapa kelompok. Sampel diambil dengan memberikan jatah atau quorum tertentu terhadap kelompok. Pengumpulan data dilakukan langsung pada unit *sampling*. Setelah jatah terpenuhi, pengumpulan data dihentikan.

3.8 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Sampling Kuota*. Berikut ini rumus untuk menentukan besarnya sampel :

$$n = \left[\frac{Z \frac{\alpha}{2}}{E} \right]^2$$

Keterangan :

n :Ukuran sampel

$Z \frac{\alpha}{2}$:Nilai standar daftar luar nominal standar bagaimana tingkat kepercayaan

(a) 95%

E :Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya errorr maksimum secara 20%

Berdasarkan rumus menentukan sampel tersebut, maka dapat diketahui:

$$n = \frac{1,96}{0,20}$$

$n = 96$ responden

Dengan demikian ditetapkan sampel sebanyak 96 orang dari khalayak yang mengetahui dan pernah mengakses situs OLX.co.id. Sampel penelitian ini adalah bagian dari keseluruhan populasi yang menjadi objek pengamatan yang diharapkan memberi gambaran populasi yang ada.

Setelah didapatkan jumlah sampel penelitaian yang berjumlah 96 responden, maka proses selanjutnya adalah melakukan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui beberapa cara, yaitu :

1. Melalui media sosial Facebook :
 - a. Mengunggah link file kuesioner yang telah dibuat menggunakan google drive melalui facebook dan menandainya ke semua teman yang ada di facebook sebanyak-banyaknya sampai kuota sampel yang telah ditentukan terpenuhi.
 - b. Mengirimkan link file kuesioner yang telah dibuat menggunakan google drive melalui aplikasi pesan/*chatting* yang ada di facebook kepada semua teman facebook yang sedang *online* agar mendapatkan respon dengan cepat.

2. Melalui media sosial Twitter:

Menyisipkan link file kuesioner yang telah dibuat menggunakan google drive melalui twitter dan menandainya ke semua teman yang ada di twitter sebanyak-banyaknya sampai kuota sampel penelitian terpenuhi.

3.9 Jenis Data

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:225). Data primer merupakan

data yang didapatkan oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data primer penelitiannya adalah kuesioner yang disebarakan langsung kepada sumber penelitian yaitu sampel dari penelitian ini.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (Sugiyono, 2012:225). Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer yang telah diperoleh baik dari kuesioner, wawancara, maupun dari observasi langsung ke lapangan. Penulis juga menggunakan data sekunder hasil dari studi pustaka. Dalam studi pustaka, penulis membaca literatur-literatur yang dapat menunjang penelitian, yaitu literature-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.10 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner atau angket menurut Arikunto (2006:151) adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Menurut Sugiyono (2008:199) kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan/pernyataan yang digunakan berbentuk pertanyaan tertutup karena akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul. Kuesioner (angket) digunakan dalam penelitian ini agar peneliti dapat melakukan kontak langsung dengan responden sehingga data yang diperoleh lebih cepat dan obyektif.

2. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2012:145) merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

3. Studi Pustaka

Menurut Nazir (2005:111), studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Peneliti mendapatkan sumber-sumber kepustakaan yang diperoleh dari buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian (tesis dan disertasi), dan sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll) untuk dijadikan sebagai referensi lanjutan dalam proses penelitian.

3.11 Teknik Pengolahan Data

Menurut Hasan (2006:24), pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumus-rumus tertentu. Pengolahan data bertujuan mengubah data mentah dari hasil pengukuran menjadi data yang lebih halus sehingga memberikan arah untuk pengkajian lebih lanjut (Sudjana, 2001:128).

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan penghitungan komputasi program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) karena program ini memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog sederhana, sehingga mudah dipahami pengoperasiannya (Sugianto, 2007:1).

Pengolahan data menurut Hasan (2006 : 24) adalah

1. *Editing*

Editing adalah pengecekan atau pengkoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.

2. *Coding* (Pengkodean)

Coding adalah pemberian kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah pembuatan table-table yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan. Table hasil tabulasi dapat berbentuk :

- a. Tabel pemindahan, yaitu tabel tempat memindahkan kode-kode dari kuesioner atau pencatatan pengamatan. Tahap ini berfungsi sebagai arsip.
- b. Tabel biasa, adalah tabel yang disusun berdasar sifat responden tertentu dan tujuan tertentu.
- c. Tabel analisis, tabel yang memuat suatu jenis informasi yang telah dianalisis (Hasan, 2006:20).

3.12 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

3.12.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrumen (Arikunto, 2006:168). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah instrumen dalam penelitian

berupa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang menggunakan skala likert untuk menentukan skor dari tiap-tiap jawaban, kemudian menggunakan skala interval untuk menentukan jarak/range dari tiap-tiap skor jawaban yang telah diberikan oleh responden. Untuk menghitung skor uji validitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*, 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 Validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distrinusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y

n = Banyaknya responden

(Arikunto, 2006:170)

Teknik penghitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasi biasa, yaitu korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor ketetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; dk = n - 2$$

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikan $\alpha = 0,05$.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka soal tersebut tidak valid

Instumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2009:172).

3.12.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas diperlukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Untuk melakukan uji reliabilitas digunakan rumus *Conbach Alpha*, dikarenakan untuk mencari instrumen yang skornya berupa rentangan antara beberapa nilai.

Menurut Sujarweni (2012 : 186) menyatakan bahwa reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan apabila nilai Alpha > 0,60 maka dapat dikatakan reliable.

Adapun rumus Koefisien Alfa (*CronBach*) tersebut sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

α = nilai reliabilitas

K = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = nilai varians masing-masing item

$\sum \sigma_t^2$ = varians total

(Arikunto, 2010:171)

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitasnya (α) > 0.6.

3.13 Teknik Penentuan Skor Jawaban

Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi dari individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini disebut variabel penelitian yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti. Jawaban dari setiap instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain : sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju, selalu, sering, kadang-kadang, tidak pernah (Sugiyono, 2012 :

136). Alternatif jawaban diberi nilai sampai dengan 5, selanjutnya nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

Bobot penilaian:

Tabel-4. Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
	Bila Positif	Bila Negatif
1. SS (Sangat Setuju)	5	1
2. S (Setuju)	4	2
3. RR (Ragu-Ragu)	3	3
4. TS (Tidak Setuju)	2	4
5. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber : Sugiyono (2010:94)

Instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk centang (*checklist*) ataupun pilihan ganda. Untuk analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor. Jawaban positif diberi nilai terbesar hingga jawaban negatif diberi nilai terkecil (Sugiyono, 2012:139).

Rumus interval dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan :

I = Interval

NT = Nilai total tertinggi

NR = Nilai total terendah

K = Kategori jawaban

(Arikunto, 2002:185)

3.14 Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linier Sederhana. Data yang diperoleh dari jawaban responden merupakan data mentah yang berbentuk data ordinal. Agar data dapat diolah dengan menggunakan metode regresi linier sederhana, semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu di transformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan (*Method Of Succesive Interval*). Tahap-tahap perhitungan MSI adalah sebagai berikut :

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil dari jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pertanyaan dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui pilihan jawaban sebagai berikut :

$$Scale Value = \frac{(density\ at\ lower\ limit - density\ at\ upper\ limit)}{(area\ below\ upper\ limit - area\ below\ lower\ limit)}$$

Untuk mengubah data ordinal menjadi data interval dalam penelitian ini menggunakan bantuan Microsoft Excel. Langkah-langkah untuk

mentransformasikan data ordinal menjadi data interval dengan menggunakan bantuan Microsoft Excel adalah sebagai berikut :

1. Input data skor jawaban yang diperoleh pada lembar kerja (*Worksheet*) Excel.
2. Klik "*Analyze*" pada menu Bar.
3. Klik "*Succsesive Interval*" pada menu *Analyze*, hingga muncul kotak dialog "*Method Of Succsesive Interval*".
4. Klik "*Drop Down*" untuk mengisi *Data Range* pada kotak dialog input, selanjutnya blok skor yang akan diubah skalanya.
5. Kemudian pada kotak dialog tersebut *Check List* () *Input Label In First Now*.
6. Selanjutnya pada *Option Min Value* isikan/pilihan 1 dan *Max Value* ganti dengan skor tertinggi dalam angket kuesioner yaitu 5.
7. Selanjutnya pada *output*, tentukan *Cell Output* dan hasilnya akan ditempatkan di sel selanjutnya, lalu tekan "Ok".

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisa menggunakan rumus regresei linier sederhana dengan menggunakan skala likert sebagai penentu skor jawaban yang bersifat positif dimana nilai jawaban tertinggi (sangat setuju) diberi skor 5 hingga skor terendah dengan nilai 1. Uji regresi linier sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X dan variabel Y dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Nilai variabel terikat yang diramalkan

X : Nilai variabel bebas yang diramalkan

a : Konstanta

b : Koefisien regresi dari X

untuk mencari nilai dari a dan b akan digunakan rumus sebagai berikut :

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

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

Keterangan :

y : Jumlah skor dari variabel terikat

x : Jumlah skor dari variabel bebas

n : Jumlah sampel

(Arikunto, 2002:167)

3.15 Pengujian Hipotesa

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian hipotesa setelah mengumpulkan dan mengolah data, pengujian hipotesa yang telah ditetapkan akan memperoleh suatu kesimpulan menerima atau menolak hipotesis tersebut (Arikunto, 2002:69).

Kemudian ditentukan suatu rumus untuk mengetahui apakah koefisien jalur signifikan atau tidak :

$$T = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t : Nilai uji T

r : Nilai korelasi

n : Besarnya sampel

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan membandingkan dengan nilai T hitung dengan nilai T tabel pada taraf signifikansi 5%. Ketentuan yang dipakai dalam perbandingan ini adalah :

Kriteria pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Bila T hitung > T tabel dengan taraf signifikansi 5% maka koefisien regresi signifikan, berarti hipotesa diterima.
2. Bila T hitung < T tabel dengan taraf signifikansi 5% maka koefisien regresi tidak signifikan, berarti hipotesis ditolak.