

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh iklan politik terhadap keputusan memilih pada Partai Golkar. Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu iklan politik sebagai variabel bebas (X), sedangkan keputusan memilih dijadikan variabel terikat (Y). Pada penelitian ini yang dijadikan responden adalah para pemilih pemula yaitu mahasiswa UPI.

Penelitian ini dilakukan pada pemilih pemula Pemilu yaitu pada mahasiswa angkatan 2014 jenjang S1 di seluruh fakultas yang ada di UPI sebagai objek yang dijadikan responden untuk mengetahui gambaran mengenai iklan politik Partai Golkar, Sehingga penelitian ini dilakukan pada Pemilih pemula angkatan 2014 jenjang S1 di UPI yang memilih Partai Golkar.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:2) bahwa “metode penelitian ialah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2010:11) menjelaskan bahwa, “penelitian deskriptif ialah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel secara mandiri, baik itu satu variabel maupun lebih, secara mandiri, tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lainnya”. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh deskriptif atau gambaran mengenai iklan politik dan keputusan memilih pada Partai Golkar.

Penelitian verifikatif dijelaskan oleh Suharsimi Arikunto (2010:15), “penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan”, yaitu

mengenai pengaruh iklan politik terhadap keputusan memilih pada Partai Golkar.

Berdasarkan jenis penelitian, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan dengan pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*, yaitu metode survey untuk menjelaskan hubungan antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Tujuan dari metode deskriptif adalah mendeskripsikan peristiwa atau kondisi populasi saat ini, serta menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti secara tepat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei. Metode survei digunakan sebagai upaya untuk mengumpulkan data dan informasi dari responden. Survei informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti. Seperti yang dikemukakan oleh Nana Syaodih (2008:82) bahwa: “Survei digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif kecil”.

Metode survei ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung untuk mendapatkan fakta yang benar yang berhubungan hipotesis penelitian.

3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Nazir (2011:92) desain penelitian merupakan perpaduan antara keputusan dan revisi, dimana suatu keputusan yang diambil selalu diiringi dengan pengaruh adanya keseimbangan dalam proses. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain kausalitas atau sebab akibat.

Menurut Rangkuti (2007:24) menyatakan desain kausalitas bertujuan untuk mengetahui variabel yang menjadi penyebab atau variabel pengaruh (*variable independen*) dan variabel yang menjadi akibat atau

variabel terpengaruh (variabel dependen) serta mengetahui hubungan atau keterkaitan antara variabel-variabel tersebut.

Adapun hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya yang akan diteliti pada penelitian ini adalah pengaruh iklan politik terhadap Keputusan Memilih pada Partai Golkar.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang saling mempengaruhi. Dalam hal ini variabel-variabel yang akan diteliti tersebut dapat disebut juga sebagai objek penelitian. Menurut Sugiyono (2014:38) menjelaskan, “variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal/variabel tersebut, yang kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan”.

Dalam suatu penelitian, supaya dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analitis, maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi aspek dari iklan politik (X) yang terdiri dari *Mission* (Misi), *Message* (Pesan), *Media* (Media). Kemudian yang menjadi variabel terikat adalah keputusan memilih (Y) yang terdiri dari Ketertarikan, Jumlah Kandidat, dan Keyakinan. Operasionalisasi variabel ini akan lebih rinci dijelaskan dalam tabel 3.1

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item	
Iklan Politik (X)	Periklanan adalah segala bentuk penyajian yang bukan pribadi dan usaha promosi mengenai ide-ide, produk atau jasa yang dilakukan oleh orang tertentu. Kotler dan Keller (2012:478)					
		<i>Mission</i> (Misi)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketepatan iklan dalam memberikan informasi terhadap pemilih. • Tingkat ketepatan iklan dalam membujuk pemilih. • Tingkat kemudahan pemilih dalam mengingat iklan. 	Ordinal		1 2 3
		<i>Message</i> (Pesan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemenarikan pesan. • Tingkat keunikan bentuk pesan. • Tingkat ketepatan bentuk pesan. • Tingkat pemahaman isi pesan. • Tingkat kemudahan mengingat slogan iklan. 	Ordinal		4 5 6 7 8
		<i>Media</i> (Media)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keragaman penggunaan media sebagai 	Ordinal	9	

			sarana penyampaian informasi terhadap pemilih. <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian desain warna dan gambar pada media. 		10
--	--	--	---	--	----

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Keputusan Memilih (Y)	Perilaku pemilih adalah aktivitas pemberian suara oleh individu yang berkaitan erat dengan kegiatan pengambilan keputusan untuk memilih dan tidak memilih (<i>to vote or not to vote</i>) di dalam suatu pemilu maka voters akan memilih atau mendukung kandidat tertentu. Adman Nursal (2004:19)				
		Ketertarikan	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat ketertarikan terhadap Partai. • Tingkat ketertarikan terhadap Tokoh Partai. • Tingkat ketertarikan terhadap Program Kerja yang ditawarkan Partai. 	Ordinal	11
					12
					13
		Jumlah Kandidat	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat jumlah Caleg terhadap partisipasi memilih. 	Ordinal	14

			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat jumlah Caleg dalam menentukan pilihan. 		15
		Keyakinan	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kualitas Partai dalam menentukan pilihan. • Tingkat kualitas Caleg dalam menentukan pilihan. • Tingkat keyakinan dalam memilih Caleg. 	Ordinal	16 17 18

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sumber data menurut Suharsimi Arikunto (2010:172) adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data penelitian dapat berasal dari data primer dan data sekunder. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data primer

Merupakan data yang langsung dapat disajikan sebagai sumber dari penelitian. Data ini diperoleh dari hasil interview dengan pihak yang berkaitan langsung dengan partai golkar sebagai subjek penelitian. Selain itu data diperoleh dari hasil daftar pertanyaan (*questionnaire*) kepada mahasiswa yang mengikuti pemilu legislatif yang dianggap mewakili populasi.

b. Data sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melihat sumber lain seperti, koran, serta tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain:

a. Wawancara (*interview*)

Teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara tanya-jawab atau komunikasi langsung dengan pihak partai Golkar.

b. Studi Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dari berbagai bahan pustaka yang relevan, mempelajari buku-buku literatur maupun bahan bacaan lainnya yang dapat membantu dalam penelitian ini.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat utama yang digunakan dalam penelitian ini. Penulis menyebarkan seperangkat daftar pernyataan tertulis mengenai pengaruh iklan politik terhadap keputusan memilih Partai Golkar pada pemilu legislatif 2014. Kuesioner ini disebarakan kepada mahasiswa UPI angkatan 2014 yang mengikuti pemilu legislatif yang dianggap mewakili populasi.

3.5 Populasi, Sampel, Dan Teknik Penarikan Sampling

3.5.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok individu yang dapat dijadikan sumber penelitian. Menurut Sugiyono (2014:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Menentukan populasi merupakan langkah yang amat penting dalam mengumpulkan dan menganalisa data.

Berdasarkan penjelasan diatas mengenai populasi, maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UPI angkatan 2014 yang sekaligus sebagai pemilih pada pemilu legislatif yang memilih Partai Golkar dengan jumlah populasi yang tidak terbatas (*infinity*).

3.5.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2014:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penggunaan sampel dimaksudkan sebagai upaya efisiensi waktu dan biaya dalam melakukan penelitian yang disebabkan karena besarnya jumlah dari populasi yang akan diteliti. Segala sesuatu yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan berlaku bagi populasi selama sampel yang digunakan representatif. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden dengan mengacu pada penentuan penarikan sampel kemudahan bagi populasi yang tidak diketahui jumlahnya.

Rumus yang digunakan berdasarkan rumus yang dikemukakan oleh Wibisono dalam Riduwan (2008:255) sebagai berikut :

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right]^2$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- Z = Nilai Z
- α = Tingkat kesalahan
- σ = Standar deviasi
- e = Estimasi eror

Berdasarkan rumus di atas, maka hasil perhitungan untuk jumlah sampel penelitiannya adalah sebagai berikut :

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right]^2 = \left[\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right]^2 = 96,04 \approx 100$$

Dengan tingkat kepercayaan 95 % dan standar deviasi populasinya 0,25 maka didapat jumlah sampel untuk diteliti sebesar 96 orang dan dibulatkan menjadi 100.

3.5.3 Teknik Penarikan Sampling

Menurut Sugiyono (2014:81), “teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* yang berarti tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih menjadi anggota sampel. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2014:85). Maksud dari pertimbangan dalam penelitian ini adalah suatu persyaratan atau karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu sampel adalah mahasiswa UPI angkatan 2014 yang sekaligus sebagai

pemilih pada pemilu legislatif atau dengan kata lain sampel adalah pemilih pada pemilu legislatif.

3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.6.1 Rancangan Analisis Data

Setelah mendapatkan dan mengumpulkan data kuisisioner yang diperoleh dari responden, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan pengolahan dan penafsiran data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat pengaruh Iklan Politik (X) terhadap Keputusan Memilih (Y). Berikut merupakan rancangan analisis data dalam penelitian ini :

1. Editing

Merupakan pemeriksaan kuisisioner yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden. Pemeriksaan tersebut untuk mengetahui kelengkapan pengisian kuisisioner secara menyeluruh.

2. Scoring

Pada scoring ini, skala yang digunakan adalah skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014:93). Dalam pengisian kuisisioner, peneliti memberikan nilai terhadap jawaban dalam kuisisioner dibagi ke dalam lima tingkat alternatif jawaban yang disusun bertingkat dengan pemberian bobot nilai (skor) sebagai berikut :

Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Cukup	Tidak setuju	Sangat Tidak Setuju
Nilai	5	4	3	2	1

3. Tabulasi

Merupakan tahap perekapan dari hasil scoring dari responden dengan langkah-langkah tertentu ke dalam tabel untuk dianalisis selanjutnya.

4. Tahap uji coba kuisisioner

Tahap ini menguji layak atau tidaknya kuisisioner disebarkan kepada responden, yang dapat dilihat dari uji validitas dan realibilitas.

3.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6.2.1 Uji Validitas

Pengujian validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012:121). Validitas dalam penelitian dijelaskan dalam salah satu derajat ketepatan pengukuran tentang isi dari pernyataan/kuisisioner yang peneliti buat. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan metode koefisien korelasi pearson (*product moment coefisient of correlation*) dengan rumus:

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

(Sugiyono, 2014:183)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi 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 = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan cara signifikan sebagai berikut:

1. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$)
2. Item pernyataan-pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$)

Perhitungan validitas item instrument dilakukan dengan bantuan program SPSS for Windows 20.0. dari penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrument penrgaruh *Social media Marketing* sebagai variable X dan Keputusan Pembelian sebagai variable Y. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.2

Tabel 3.2
Tabel Interpretasi Nilai R

Besarnya Nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Sedang
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto (2010:319)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari prestasi yang sama.

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 $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid
3. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid

Dengan menggunakan rumus dan langkah yang sama, maka dapat dilakukan pengujian validitas untuk seluruh item yang seluruhnya 30 item.

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dengan $n = 30 - 2 = 28$ didapat r tabel sebesar 0,374. Uji validitas instrumen penelitian untuk variabel *social media marketing* dapat dilihat pada tabel 3.3

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas
Variabel X (Iklan Politik)

No.	Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Tingkat ketepatan iklan dalam memberikan informasi terhadap pemilih	0,721	0,374	Valid
2	Tingkat ketepatan iklan dalam membujuk pemilih	0,630	0,374	Valid
3	Tingkat kemudahan pemilih dalam mengingat iklan	0,740	0,374	Valid
4	Tingkat kemenarikan pesan	0,797	0,374	Valid
5	Tingkat keunikan bentuk pesan	0,666	0,374	Valid
6	Tingkat ketepatan bentuk pesan	0,839	0,374	Valid
7	Tingkat pemahaman isi pesan	0,718	0,374	Valid
8	Tingkat kemudahan mengingat slogan iklan	0,810	0,374	Valid
9	Tingkat keragaman penggunaan media sebagai sarana penyampaian informasi terhadap pemilih	0,577	0,374	Valid
10	Tingkat kesesuaian desain warna dan gambar pada media	0,815	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2015 menggunakan SPSS 22.0 for Windows

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel X (*social media marketing*) pada tabel 3.3, dapat dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan dikatakan valid karena $r_{\text{tabel}} \leq r_{\text{hitung}}$. Maka dapat diartikan

bahwa 10 item pertanyaan dari variabel X (Iklan Politik) dalam kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas
Variabel Y (Keputusan Memilih)

No.	Butir Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Tingkat ketertarikan terhadap Partai	0,815	0,374	Valid
2	Tingkat ketertarikan terhadap Tokoh Partai	0,861	0,374	Valid
3	Tingkat ketertarikan terhadap program kerja yang ditawarkan Partai	0,902	0,374	Valid
4	Tingkat jumlah Caleg terhadap partisipasi memilih	0,787	0,374	Valid
5	Tingkat jumlah Caleg dalam menentukan pilihan	0,799	0,374	Valid
6	Tingkat kualitas Partai dalam menentukan pilihan	0,615	0,374	Valid
7	Tingkat kualitas Caleg dalam menentukan pilihan	0,718	0,374	Valid
8	Tingkat keyakinan dalam memilih Caleg	0,536	0,374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2015 menggunakan *SPSS 22.0 for Windows*

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Y (keputusan pembelian) pada tabel 3.4, dapat dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan dikatakan valid karena $r_{tabel} \leq r_{hitung}$. Maka dapat diartikan bahwa 8 item pertanyaan dari variabel Y (Keputusan Memilih) dalam kuesioner dinyatakan valid.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Setelah pengujian validitas kuisisioner, langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas. Menurut Sugiyono (2014:268) suatu data dikatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menunjukkan data yang tidak berbeda.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan ketepatan alat pengumpulan data yang digunakan. Instrumen yang sudah dipercaya dan reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Uji reliabilitas dapat digunakan dengan rumus Alpha yang merupakan statistik paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas instrument penelitian, alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang diajukan oleh peneliti berbentuk skala seperti 1-3, 1-5, 1-7 dan seterusnya atau jawaban yang menginterpretasikan penilaian sikap. (Suharsimi Arikunto, 2010:239). Adapun rumus tersebut:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{\sigma t^2} \right] \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2010:239})$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

K = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Variasi total

$\sum ab^2$ = Jumlah varian butir

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a) Memberikan nomor pada angket yang masuk
 - b) Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert
 - c) Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
 - d) Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
 - e) Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum \sigma_b^2$, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total (σ^{2r}) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2010:239})$$

Keterangan:

σ^2 = Varian

$\sum X^2$ = Jumlah skor

N = Jumlah responden

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak reliable jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

2. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan reliable jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

Secara teknis pengujian instrument dengan rumus-rumus tersebut menggunakan fasilitas *software SPSS 22.0 for window*, hasil dari uji reliabilitas tercantum pada tabel 3.6

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas
Iklan Politik dan Keputusan Memilih

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Iklan Politik	0,773	0,700	Reliabel
Keputusan Memilih	0,782	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2015 menggunakan *SPSS 22.0 for Windows*

Hasil pengujian pada Tabel 3.6 dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas instrumen penelitian variabel X (iklan politik) dan variabel Y (keputusan memilih) dinyatakan reliabel, hal ini dikarenakan masing-masing nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hal ini didasarkan pada pendapat Hair (2005:8) yang menyatakan bahwa instrument dapat dikatakan reliabel apabila $r_{hitung} \geq 0,7$.

Dari hasil kedua pengujian instrumen yang telah dilakukan di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan karena tidak ada sesuatu hal yang menjadi kendala terjadinya kegagalan penelitian dikarenakan oleh instrumen yang belum teruji kevalidan dan kereliabilitasnya.

3.6.3 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:147) pada penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data

diantaranya: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Berdasarkan hal tersebut, maka analisis data dalam penelitian ini terbagi menjadi analisis secara deskriptif dan verifikatif.

3.6.3.1 Method of Successive Interval (MSI)

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

- a. Pengambilan data ordinal dari hasil kuesioner.
- b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi kumulatifnya.
- c. Menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh dengan menggunakan tabel normal.
- d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- e. Menghitung nilai skala dengan rumus “*method of successive interval*”

Scale Value

$$= \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

3.6.3.2 Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014:147), analisis data deskriptif merupakan analisis yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang bersifat objektif. Pada analisis deskriptif ini tidak dirumuskan hipotesis kerja, hanya menggambarkan keadaan variabel berdasarkan data kuisisioner yang terkumpul. Adapun variabel yang dideskripsikan terdiri dari :

1. Analisis deskriptif mengenai bagaimana iklan politik yang dilakukan oleh Partai Golkar sebagai variabel X yang terdiri dari *Mission* (Misi), *Message* (Pesan), *Media* (Media).
2. Analisis deskriptif mengenai keputusan memilih sebagai variabel Y pada Partai Golkar.

3.6.3.3 Analisis Data Verivikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh Iklan Politik terhadap keputusan memilih pada Partai Golkar. Teknik analisis verikatif ini digunakan untuk mengetahui hubungan korelasi antar variabel yang dirumuskan dalam hipotesis dan diuji pengaruhnya serta signifikansinya. Berikut merupakan analisis varifikatif yang digunakan dalam penelitian adalah:

1. Analisis Korelasi

Analisis ini menunjukkan keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis korelasi yang digunakan pada penelitian ini adalah *Pearsonian Coefficient Correlation* atau secara umum disebut *The Product Moment Coefficient Correlation*. Rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subek dari seluruh item

Y = Skor total

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

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

n = banyaknya responden

Untuk mengetahui interpretasi besarnya koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 3.6

Tabel 3.6
Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sugioyono (2014:184)

Korelasi produk momen dilambangkan dengan huruf (r) dimana ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 < r < 1$), apabila $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna; $r = 0$ tidak ada korelasi dan jika $r = 1$ berarti koefisien korelasinya sangat kuat.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Regresi Linier Sederhana*. Dalam analisis regresi sederhana ini terdapat dua variabel yang diramalkan (*dependent variabel*) yaitu keputusan memilih, dengan satu variabel bebas (*independent variable*) yang mempengaruhi yaitu iklan politik. Maka bentuk umum persamaanya adalah :

$$Y = a + bX$$

(Sugiyono, 2014:188)

Dimana : a = konstanta

b = koefisien regresi

Y = Variabel dependen (variabel tak bebas)

X = Variabel independen (variabel bebas)

Untuk menghitung nilai a dan b maka digunakan metode kuadrat terkecil dengan rumus sebagai berikut :

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

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

(Sudjana, 2001:8)

X (Iklan Politik) dikatakan mempengaruhi Y (keputusan memilih), jika berubahnya X (Iklan Politik) akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y (keputusan memilih), artinya naik turunnya X (Iklan Politik) akan membuat nilai Y (keputusan memilih) juga naik atau turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi.

Namun Y (keputusan memilih) bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X (iklan politik) saja, karena masih ada factor lain yang menyebabkan nilai Y bervariasi. Untuk mengetahui besarnya kontribusi X terhadap naik turunnya nilai Y, dengan suatu koefisien determinasi (r^2), dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Sebelum melakukan pengujian regresi terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi regresi. Pengujian asumsi yang akan digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

- Uji Normalitas

Pada uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model statistik variabel-variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah data

distribusi normal atau tidak normal dengan menggunakan grafik normal Probability plot. Apabila variabel berdistribusi normal maka penyebaran plot akan berada di sektor dan di sepanjang garis 45.

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Santosa & Ashari, 2005:125). Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

3.6.4 Rancangan Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya.

Rumus yang digunakan dalam uji t sebagai berikut (Ghozali, 2009:17):

$$t = \frac{\beta_1}{se\beta_1}$$

Keterangan:

β_1 : koefisien regresi

se : Standar error koefisien regresi

Adapun kriteria uji t adalah sebagai berikut:

1. Apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, ada pengaruh signifikansi variabel Iklan Politik secara individual terhadap variabel keputusan memilih pemilih pemula mahasiswa UPI.
2. Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, tidak ada pengaruh signifikansi variabel Iklan Politik secara individual terhadap variabel keputusan memilih pemilih pemula mahasiswa UPI.