

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini menguji bagaimana *country image* sebuah film terhadap *purchase intention* film lokal. Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu variabel bebas (*independent value*) dan juga variabel terkait (*dependet variable*). Variabel bebas “X” yang akan diteliti oleh peneliti adalah *country image* yang terdiri dari empat faktor yaitu *innovativenes*, *design*, *prestige*, dan *workmanship*. Sedangkan variabel terkait “Y” pada penelitian ini adalah *purchase intention* yang terdiri dari empat dimensi yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif. Responden yang akan diambil dalam penelitian ini adalah anggota penggemar film di forum Kaskus. Peneliti mengambil responded dari anggota penggemar film di forum Kaskus dikarenakan anggota penggemar film di forum Kaskus diduga merupakan responden yang mengetahui film dengan baik, baik film lokal maupun film asing..

Berdasarkan objek penelitian yang dijelaskan diatas, maka akan dianalisis mengenai gambaran *country image* film lokal menurut anggota penggemar film di forum Kaskus, gambaran *purchase intention* film lokal menurut anggota penggemar film di forum Kaskus, dan pengaruh *country image* terhadap *purchase intention* film lokal menurut anggota penggemar film di forum Kaskus.

#### **3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu Manajemen pemasaran dengan menggunakan konsep *country image* dan seberapa besar pengaruhnya terhadap *purchase intention*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Aaker, Kumar, Day dan Leone (2011, hlm. 73), penelitian deskriptif mencakup sebagian besar riset pemasaran dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang akurat dari beberapa aspek lingkungan pasar. Penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang akurat dari beberapa aspek lingkungan pasar mengenai Fakta-fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki yaitu *country image* yang terdiri dari empat indikator yaitu *innovativenes*, *design*, *prestige*, dan *workmanship* dan *purchase intention* yang memiliki empat indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Arikunto (2010, hlm. 15) menyatakan bahwa jenis penelitian verifikatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengecek kebenaran penelitian lain, penelitian verifikatif juga bertujuan untuk menguji hipotesis yang dilaksanakan pada pengumpulan data dilapangan. Penelitian ini menguji hubungan antara *country image* (X) dengan *purchase intention* (Y).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey*. Metode *explanatory survey* ini dilakukan dengan mengumpulkan Informasi secara langsung dilapangan. Seperti diungkapkan oleh Sugiyono (2014, hlm. 6), yang menyebutkan bahwa metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah tetapi peneliti melakukannya dengan pengumpulan data, dengan mengedarkan kuesioner, wawancara dan sebagainya. Menurut Aaker et al (2011:224) ada tiga keuntungan dari penelitian survey. Pertama, dari segi biaya, kedua hasil yang lebih baik, dan ketiga periode pengumpulan data yang lebih pendek dan dapat lebih diandalkan. Waktu penelitian yang digunakan adalah *cross sectional method*, karena penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun.

### 3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Arikunto (2010, hlm 90) adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan. Desain penelitian merupakan perencanaan mengenai penelitian sampai dengan menyimpulkan penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara dua variable yaitu *country image* sebagai variabel bebas atau *independent variable* dan *purchase intention* yang merupakan variable terkait atau *dependent variable*.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variable yang diteliti yaitu variable bebas dan variable terkait. Variable bebas yang diteliti adalah *country image* yang memiliki empat indikator yaitu *innovativeness*, *design*, *prestige*, dan *workmanship*. Sedangkan variable terkait dalam penelitian ini adalah *purchase intention* yang memiliki empat indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Berdasarkan pemaparan tersebut, berikut ini table operasionalisasi variable:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel/Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<b>Country Image (X)</b> <i>Countri image</i> adalah gambaran penilaian	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Inovativeness</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat inovasi film yang dilakukan Indonesia</li> </ul>	Ordinal

konsumen secara umum terhadap negara asal		• Tingkat pendidikan perfilman di Indoneisa		
		• Tingkat penguasaan teknologi perfilman di Indonesia	Ordinal	
	• <i>Design</i>	• Tingkat keragaman film Indonesia	Ordinal	
		• Tingkat kemenarikan film Indonesia	Ordinal	
	• <i>Prestige</i>	• Tingkat eksklusivitas film Indonesia	Ordinal	
		• Tingkat reputasi film Indonesia	Ordinal	
	• <i>Workmanship</i>	• Tingkat kualitas film Indonesia	Ordinal	
		• Tingkat profesionalisme Indonesia	Ordinal	
	<i>Purchase Intention (Y)</i>	• <b>Minat Transaksional</b>	• Tingkat kecenderungan seseorang untuk menonton film Indonesia di bioskop	Ordinal
			• Tingkat seberapa besar harapan seseorang untuk bisa menonton film Indonesia di bioskop	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Minat Referensial</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kecenderungan seseorang untuk mereferensikan menonton film Indonesia di bioskop kepada orang lain.</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kecenderungan seseorang untuk membicarakan informasi mengenai film Indonesia kepada orang lain</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Minat Preferensial</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pertimbangan seberapa besar tingkat preferensi menonton film Indonesia di bioskop sebagai preferensi utama.</li> </ul>	Ordinal
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat intensitas seseorang dalam menonton film Indonesia di bioskop</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Minat Eksploratif</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat seberapa besar keinginan untuk mencari informasi tentang film Indonesia di bioskop.</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kecenderungan seseorang untuk ikut</li> </ul>	

		serta dalam perkumpulan yang membahas mengenai perfilman Indonesia.	
--	--	--	--

### 3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010, hlm 172), sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data bisa diperoleh dari sumber internal perusahaan maupun dari eksternal perusahaan. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis sumber data primer dan sekunder.

Sumber data primer menurut Malhotra (2015, hlm 73) adalah data yang berasal langsung dari peneliti dengan tujuann khusus untuk digunakan permasalahan dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari wawancara dan kuesioner yang ditujukan kepada anggota penggemar film di forum Kaskus.

Sumber data sekunder menurut Aaker et al (2011, hlm 93) adalah data yang telah dikumpulkan untuk berbagai tujuan selain permasalahan yang sedang dihadapi. Data sekunder telah ada sebelum melakukan penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapatkan melalui penelitian terdahulu, jurnal ilmiah buku dan wesite internet untuk kepentingan penelitian. Berikut ini adalah jenis dan sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini:

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Data**

No	Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
1.	Pendapatan Industri Film Di Dunia	Sekunder	<a href="http://www.mpa.org">http://www.mpa.org</a>
2.	Film Favorit Masyarakat Indonesia Berdasarkan Asal Film	Sekunder	<a href="http://www.statista.com">http://www.statista.com</a>
3.	Pangsa Pasar Film di Indonesia	Sekunder	<a href="http://print.kompas.com">http://print.kompas.com</a>
4.	Penonton Film Lokal Dari Tahun Ke Tahun	Sekunder	<a href="http://print.kompas.com">http://print.kompas.com</a>

*Sumber: Hasil olahan penulis (2016)*

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data adalah cara sistematis dan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan mengenai fenomena dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Studi Kepustakaan  
Studi Kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari setiap hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal yang dipelajari untuk penelitian ini bias didapatkan dari buku, ataupun internet yang dapat membantu memberi Informasi dalam pemahaman, konsep maupun teori yang berkaitan dengan *country image* dan *purchase intention*.
- Kuisisioner  
Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada setiap responden yang merupakan anggota penggemar film di forum Kaskus mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu *country image* dan *purchase intention*.
- Observasi (pengamatan)  
Yaitu melakukan pengamatan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian ini yakni mengenai *Country Imagedan purchase intention*.

## 3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

### 3.5.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010 : 80). Dalam penelitian ini populasi sasarannya adalah anggota penggemar film di forum Kaskus. Jumlah populasi yang akan diteliti adalah 8.600.000orang berdasarkan data pengunjung aktif Kaskus pada tahun 2015.

Menurut Arikunto (2010, hlm 174) Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena abash tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau kecilnya sampel yang diambil tapi terletak pada sifat karakteristik sampel apakah yang mendekati populasi atau tidak.

Untuk penarikan jumlah sampel penelitian, dihitung dengan rumus *slovin* yang berasal dari buku metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian (Simamora, 2004 : 37):

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

$e^2$  : Presisi yang ditetapkan 0,01

N : Jumlah populasi

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{8.600.000}{1 + 8.600.000.0,01} = \frac{8.600.000}{86001} = 99,99 \approx 100 \text{ orang}$$

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden dari 8.600.000 jumlah pengunjung forum Kaskuspada tahun 2015.

### 3.5.2 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*. Ulber Silalahi (2009:273) mengemukakan bahwa dalam *non probability sampling*, elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi subjek dalam sampel. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2014, hlm 122), *Purposive sampling* dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Alasan mengambil *purposive sampling* karena kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dimana kriteria untuk sampel pada penelitian ini diantara lain adalah konsumen yang pernah menonton film lokal dan film asing minimal sekali untuk masing-masing film.

## 3.6 Uji Instrumen Penelitian

### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mengungkap data dari variable yang diteliti secara tepat. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung suatu instrument adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh *pearson* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2010:213})$$

Keterangan:



$r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam jumlah Y

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

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

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas adalah menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ ).

Secara teknis pengujian instrument dengan rumus diatas menggunakan *software SPSS for windows*. Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan table berikut.

**Tabel 3.3**  
**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	Tidak Berkorelasi

Sumber : Arikunto (2010:319)

Pengujian validitas instrument ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dengan  $n = 30 - 2 = 28$  didapat  $r_{tabel}$  sebesar 0,374. Uji validitas instrument penelitian untuk variabel *country image* dan minat beli dapat dilihat pada table berikut ini:

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Validitas**  
**Instrumen Penelitian Variabel X (*Country image*)**

No.	Butir Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Negara Indonesia adalah negara yang inovatif dalam mengembangkan produk film.	0.485	0.374	Valid
2	Negara Indonesia adalah negara yang memiliki tingkat pendidikan perfilman yang tinggi.	0.609	0.374	Valid
3	Negara Indonesia adalah negara yang memiliki tingkat penguasaan teknologi perfilman yang tinggi.	0.603	0.374	Valid
4	Negara Indonesia mempunyai produk film yang beragam.	0.607	0.374	Valid
5	Negara Indonesia mempunyai produk film yang menarik.	0.426	0.374	Valid
6	Negara Indonesia mempunyai produk film yang mempunyai ciri khas, unik atau berbeda dari negara lainnya.	0.527	0.374	Valid
7	Negara Indonesia mempunyai produk film yang mempunyai reputasi yang baik.	0.603	0.374	Valid
8	Negara Indonesia mempunyai produk film yang berkualitas.	0.562	0.374	Valid
9	Negara Indonesia mempunyai tenaga kerja perfilman yang profesional.	0.607	0.374	Valid

Sumber: hasil pengolahan data, 2016 dengan SPSS for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel X (*country image*) pada table 3.4 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid karena  $r_{tabel} \leq r_{hitung}$ .

**Tabel 3.5**  
**Hasil Pengujian Validitas**  
**Instrumen Penelitian Variabel Y (Minat Beli)**

No.	Butir Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Saya sangat tertarik untuk menonton film Indonesia di bioskop.	0.549	0.374	Valid
2	Saya sangat berharap untuk selalu bisa menonton film Indonesia di bioskop.	0.832	0.374	Valid

3	Saya selalu mengajak dan merekomendasikan orang lain untuk menonton film Indonesia di bioskop.	0.422	0.374	Valid
4	Saya selalu membicarakan informasi mengenai film Indonesia kepada orang lain	0.430	0.374	Valid
5	Saya selalu memilih untuk menonton film Indonesia di bioskop sebagai pilihan utama.	0.436	0.374	Valid
6	Saya sangat sering menonton film Indonesia di bioskop	0.832	0.374	Valid
7	Saya selalu mencari informasi terbaru tentang film Indonesia.	0.457	0.374	Valid
8	Saya sangat tertarik untuk ikut serta dalam perkumpulan yang membahas mengenai perfilman Indonesia.	0.476	0.374	Valid

Sumber: hasil pengolahan data, 2016 dengan SPSS for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Y (minat beli) pada table 3.5 diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid karena  $r_{tabel} \leq r_{hitung}$ .

### 3.6.2 Uji Realibilitas

Suharsimi Arikunto (2010, hlm 221) menyatakan bahwa realibilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Suatu instrument penelitian diindikasikan memiliki tingkat realibilitas memadai apabila koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,700 (Sugiyono, 2014:184). Untuk menguji tingkat realibilitas, dalam penelitian ini digunakan rumus *Cronbach Alpha's*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right] \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2010:239})$$

Keterangan:

r = Realibilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = Varians total

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian dijumlahkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$\sigma^2$  = Varians

$\sum X^2$  = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Ketentuan uji realibilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Pengujian reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan IBM SPSS. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai perhitungan dengan rumus *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,700 nilai tersebut menjadi acuan dalam menentukan reliabilitas instrument penelitian ini.

**Tabel 3.6**

**Hasil Uji Realibilitas Variabel X (*Country Image*) dan Variable Y (Minat Beli)**

No.	Variabel	Alpha Cronbach	Alpha Cronbach Standardized	Keterangan
1	<b>Country Image</b>	0.706	0.700	Reliabel
2	<b>Minat Beli</b>	0.704	0.700	Reliabel

*Sumber: hasil pengolahan data, 2016 dengan SPSS for Window*

Berdasarkan jumlah kuesioner yang disebar kepada 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan  $30 - 2 = 28$  maka bila dikonsultasikan dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0.700. Dari hasil uji realibilitas pada table diatas menunjukkan bahwa kedua variabel yaitu *country image* dan minat beli dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan  $r_{hitung}$  dari kedua variabel lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

### 3.7 Rancangan Analisis Data

Data yang telah terkumpul dari responden kemudian harus dilakukan pengolahan dan penafsiran data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat pengaruh antara variable X *country image* dan variable Y minat beli. Menurut Arikunto (2010:278) secara garis besar,

analisis data meliputi tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian sebagai berikut:

- *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden seperti mengecek kelengkapan data artinya memeriksa isi instrument pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembar instrument barangkali ada yang terlepas atau sobek).
- *Coding*, yaitu pemberian skor atau kode untuk setiap pilihan dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam angket menggunakan skala likert kategori lima. Skor atau bobot untuk jawaban positif diberi skor 5-4-3-2-1, sedangkan untuk jawaban negative diberi skor 1-2-3-4-5.

**Tabel 3.7**  
**Kriteria Bobot Nilai Alternatif**

Pilihan Jawaban	Bobot Pernyataan
Sangat setuju /sangat sesuai / sangat baik / sangat tinggi / sangat menarik	5
Setuju / sesuai / baik / tinggi / menarik	4
Ragu-ragu / cukup sesuai / cukup baik / cukup tinggi / cukup menarik	3
Tidak setuju / tidak sesuai / buruk / rendah / tidak menarik	2
Sangat tidak setuju / sangat tidak sesuai / sangat bururk / sangat rendah / sangat tidak menarik	1

- *Tabulating*, maksudnya menghitung hasil skoring dan dituangkan dalam table rekapitulasi secara lengkap.

Responden	Skor Item			
	1	2	3	N
<b>1</b>				
<b>2</b>				
<b>3</b>				
<b>N</b>				

### 3.7.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variable-variabel penelitian antara lain:

- Analisis deskriptif mengenai *country image* film Indonesia, yang terdiri dari empat indikator yaitu *innovativeness*, *design*, *prestige*, dan *workmanship* kepada penggemar film di forum Kaskus.
- Analisis deskriptif mengenai minat beli yang memiliki tiga indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif kepada penggemar film di forum Kaskus.

Melakukan rancangan analisis deskriptif, yaitu mengolah data dari kuesioner dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan menggunakan rumus:

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah bulir

JR = jumlah responden

- Membuat daerah kategori kontinum

Membagi daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = ST \times JB \times JR$$

$$\text{Rendah} = SR \times JB \times JR$$

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

JB = Jumlah bulir

JR = Jumlah responden

1. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus:

$$R = \frac{\text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}}{5}$$

2. Selanjutnya menentukan daerah kontinum tinggi, sedang, dan rendah dengan cara menambahkan selisih *R* dari mulai kontinum tinggi sampai rendah.

- Menentukan garis kontinum dan menentukan daerah letak skor untuk variable X dan Y.

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi

### Gambar 3.1

#### Garis Kontinum Variabel X dan Y

#### 3.7.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variable. Melalui analisis ini dapat diketahui pengaruh antara satu variable dengan variable lainnya. Sehingga dapat diketahui pengaruh *country image* terhadap minat beli. Karena penelitian ini hanya meneliti dua variable maka teknik analisa yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi linier sederhana.

Langkah analisis verifikatif dengan cara mengubah data ordinal menjadi interval dengan menggunakan *Method od Successive Interval (MSI)*. Mengingat data variable yang digunakan dalam penelitian seluruhnya adalah skala ordinal, sementara pengolahan data dengan penerapan statistic parametric mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval. Dengan demikian semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasikan menjadi skala interval. Berikut merupakan tahap-tahap dalam teknik analisis data verifikatif.

##### 3.7.2.1 Pengujian Persyaratan Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data digunakan adalah dengan menggunakan uji persyaratan regresi. Adapun syaratnya adalah uji normalitas data. Seperti menurut Arikunto (2010, hlm 278) menyebutkan bahwa dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai signifikasi yang ditetapkan.

##### 3.7.2.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearsonian Coefficient Correlation* atau sering juga disebut dengan *The Product Moment Coefficient Correlation* (koefisien korelasi produk momen). Rumusnya adalah:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2010:213})$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

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

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



N = Banyaknya responden

Korelasi produk momen dilambangkan dengan  $r$  dengan ketentuan nilai  $r$  tidak lebih dari harga  $(-1 < r < 1)$ , apabila  $r = -1$  artinya korelasi negative sempurna;  $r = 0$  tidak ada korelasi;  $r = 1$  berarti koefisien korelasinya sangat kuat dan positif. Untuk mendapatkan penjelasan terhadap koefisien korelasi yang diteliti, maka dapat berpedoman kepada table berikut:

**Tabel 3..8**

**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat rendah / Sangat lemah
0,200 – 0,399	Rendah / Lemah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi / Kuat
0,800 – 1,000	Sangat tinggi / Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2014:183)

**3.7.2.3 Analisis Regresi Linier Sederhana**

Teknik analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana variable dependen (Y) minat beli dapat diprediksikan melalui variable independen (X) *country image* atau prediktor secara individual. Maksud dari teknik analisis ini juga dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunya variable independen, atau untuk meningkatkan keadaan variable dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variable independen ataupun sebaliknya. Menurut Sugiyono (2014, hlm 270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variable independen dengan satu variable dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

- Y = Subjek dalam variable dependen yang diprediksikan
- a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
- b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variable dependen yang didasarkan pada variable independen. Bila b(+) maka naik, dan (-) maka menjadi penurunan.
- X = Subjek pada variable independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

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

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus :

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

X dikatakan mempengaruhi Y jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan di Y. artinya anaiik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun dan dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya. Untuk menghitung besarnya pengaruh variable X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

$r^2$  = koefisien korelasi

### 3.7.2.4 Rancangan Uji Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan dapat dipercaya antara *country image* sebagai variable independen dan *purchase intention* sebagai variable dependen yang pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari hipotesis yang telah dirumuskan. Untuk menguji signifikansi korelasi antara variable X dan variable Y dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ( $t_{student}$ ). Rumus dari distribusi student adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2014, hlm 184})$$

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi dari uji

n = banyaknya sampel

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

- Jika  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya koefisien regresi signifikan. Maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *country image* dengan *purchase intention* film lokal pada penggemar film di forum Kaskus.
- Jika  $t_{hitung} \leq$  nilai  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya koefisien regresi tidak signifikan. Maka tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *country image* dengan *purchase intention* film lokal pada penggemar film di forum Kaskus.

Mochammad Iqba, 2017

***Pengaruh Country Image Terhadap Purchase Intention Film Lokal di Bioskop***

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)