

BAB III

METODE PENELITIAN

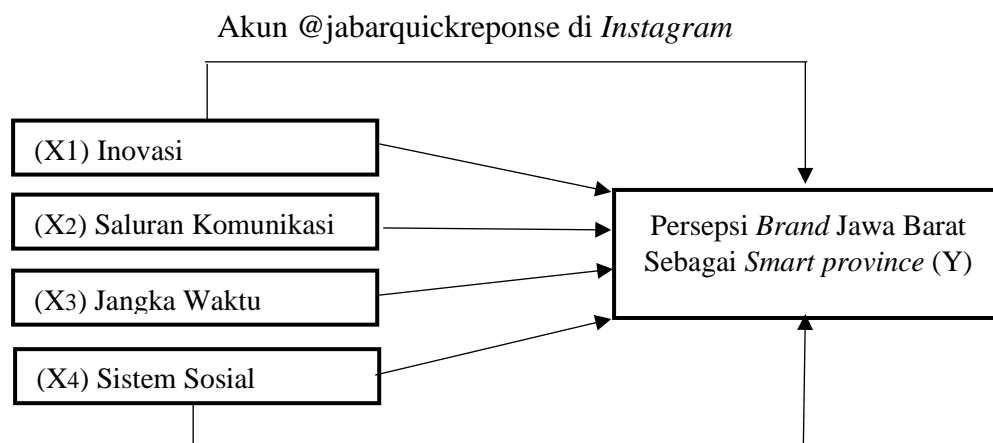
3.1. Desain Penelitian

Berdasarkan pendekatannya penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yaitu penelitian dengan analisis data yang bersifat statistik lapangan dengan cara menyebarkan angket atau kuisioner pada responden yang telah ditentukan. Sugiyono (2010, hlm. 7) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode yang sering dipasangkan dengan metode tradisional, merupakan metode *scientific*, *positivistik* dan metode *discovery*. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Berdasarkan tingkat ekplanasi (penjelasannya) penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional (hubungan) yaitu penelitian yang bertujuan untuk menemukan apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih serta seberapa besar korelasi yang terjadi diantara variabel yang diteliti. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel independen (X) yaitu difusi inovasi difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di *Instagram*, dengan variabel dependen (Y) yaitu persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*. Variabel penelitian :

- a. Independen Variabel (X) dalam penelitian ini adalah difusi inovasi akun Jabar *Quick Response* di *Instagram* yang terdiri dari empat variabel independen, diantaranya:
 - Variabel X1 (Inovasi) terdiri dari lima indikator, diantaranya:
Relative advantage (keuntungan relatif), *compatibility* (kesesuaian), *complexity* (kerumitan), *triability* (kemungkinan dicoba), *observability* (kemungkinan diamati)
 - Variabel X2 (Saluran komunikasi) terdiri dari dua indikator, diantaranya:
Media sosial dan saluran kelompok

- Variabel X3 (Jangka waktu) terdiri dari empat indikator, diantaranya: Pengetahuan, persuasi, keputusan, penegasan
 - Variabel X4 (Sistem sosial) terdiri dari empat indikator, diantaranya: Struktur sosial, norma sistem, peran pemimpin, dana gen perubahan
- b. Dependen Variabel (Y) dalam penelitian ini adalah persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*
- c. Korelasi antara variabel X (Difusi inovasi akun Jabar *Quick Response* di *Instagram*) dengan variabel Y (Persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*)



Gambar 3.1

Gambar Hubungan Antar Variabel

Sumber : Hasil olahan data peneliti (2019)

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengikut (*followers*) akun @jabarquickresponse di *Instagram* berjumlah 140.000 pengikut terhitung pada tanggal 25 Juni 2019. Populasi tersebut dapat dikatakan tepat, sebab pengikut akun @jabarquickresponse setidaknya mengetahui bagaimana perkembangan program Jabar *Quick Response* sebagai salah satu langkah terwujudnya *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*.



237 **140RB** **96**
 Postingan Pengikut Mengikuti

Jabar quick Response
 Minat
 Helping West Java people one at a time.
 Hotline aduan: 08111357777
 Website aduan : jabarqr.id
 Lihat Terjemahan
 kitabisa.com/jabarbangunjembatan

Gambar 3.2 **Keterangan akun @jabarquickresponse**

Sumber: Akun *Instagram* @jabarquickresponse

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010, hlm. 81). Jumlah keseluruhan pengikut pada akun *Instagram* Jabar *Quick Response* adalah 140.000 *followers*. (Berdasarkan data pada akun *Instagram* @jabarquickresponse terhitung pada 25 Juni 2019). Penentuan jumlah populasi penelitian denn di tentukan oleh rumus Isaac & Michael sebagai berikut:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot PQ}$$

$$S = \frac{2,706 \times 140.000 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 \times (140.000 - 1) + 2,706 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$\frac{94.710}{349,99 + 0,6765}$$

$$\frac{94.710}{350,66} = 270$$

Keterangan :

S = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

$\lambda^2 = \text{Chi Kuadrat}$, dengan $dk = 1 = 2,706$ (Tarf kesalahan 10%)

$d = 0,05$

$P = Q = 0,5$

Rumus Isaac and Michael digunakan bagi penelitian dengan jumlah populasi 10 sampai 1.000.000 penelitian ini menggunakan taraf kesalahan 10%. Dari hasil perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 270 responden yang merupakan pengikut akun @jabarquickresponse di *Instagram*.

3.2.3 Teknik Sampling

Pada teknik jumlah sampel peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* yakni menurut Ardial (2015, hlm. 346) dalam pengambilan sampel non-probabilitas semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel dalam penelitian.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana sampel ditentukan berdasarkan pada pertimbangan yang telah ditentukan oleh peneliti. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini, responden dibatasi dengan syarat berikut ini:

1. Responden berusia antara 20-40 tahun
2. Akun tidak dalam mode *private* (dapat diakses)

Metode penyebaran kuesioner dalam penelitian ini yaitu secara *online* melalui pengiriman link kuesioner dengan cara mengirim pesan (*direct message*) melalui media sosial *Instagram*.

3. Responden merupakan pengikut (*followers*) aktif akun @jabarquickresponse di *Instagram*

Peneliti menetapkan pengikut aktif akun @jabarquickresponse ditentukan berdasarkan responden pernah melakukan interaksi dengan akun @jabarquickresponse diantaranya:

- Responden pernah memberi tanda suka (*like*) pada postingan foto/video akun @jabarquickresponse di *Instagram*.
- Atau responden pernah menyampaikan pesan melalui kolom komentar pada akun @jabarquickresponse di *Instagram*.

3.3. Instrumen Penelitian

3.3.1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi daftar pertanyaan dalam bentuk tulisan kepada responden untuk dijawab. Menurut Sugiyono (2010, hlm. 142) Kuesioner merupakan teknik penumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Kuesioner akan dibagikan secara langsung kepada responden atau melalui pengisian secara *online* dengan mengirim *link* kuesioner melalui DM (*Direct Message*) di *Instagram*. Kuesioner yang diberikan bersifat tertutup, dengan begitu responden hanya dapat memilih jawaban yang telah ditentukan oleh peneliti. Tujuannya adalah supaya data yang dihasilkan dapat akurat.

3.3.2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu mencari data penunjang penelitian yang bersumber dari buku diantaranya seperti teori komunikasi, persepsi, komunikasi pembangunan. Sumber data dalam penelitian ini juga didapatkan dari jurnal yang berhubungan dengan bahasan penelitian. Selain itu studi kepustakaan lainnya yaitu literatur penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk mendukung hasil penelitian di lapangan. Ardial (2015, hlm. 448) menjelaskan bahwa teknik membuat skala tidak lain merupakan teknik mengurutkan sesuatu dalam suatu kontinum untuk mengkuantitatifkan data dari pengukuran suatu variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala interval dengan model *Likert*.

Dalam skala *Likert* skala yang digunakan memiliki nilai atau bobot positif dan negatif yaitu dengan rentang skala 5-1. Sugiyono (2010, hlm. 93) menyatakan bahwa penggunaan skala pengukuran dengan skala *Likert*

bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang individu atau kelompok terhadap fenomena sosial.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Pilihan Jawaban	Nilai
Sangat Setuju/Selalu/Sangat Positif	5
Setuju/Sering/Positif	4
Ragu-ragu/Kadang-kadang/Netral/Tidak Tahu	3
Tidak Setuju/Negatif	2
Sangat Tidak Setuju/Negatif	1

Sumber : Sugiyono (2010, hlm. 81)

3.5 Definisi Operasional

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Difusi Inovasi Difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di *Instagram* Terhadap *Brand* Jawa Barat Sebagai *Smart province*. Menurut Sugiyono (2010, hlm. 145) operasional variabel dilakukan untuk menjelaskan prosedur yang memungkinkan untuk mengukur suatu konsep dalam penelitian. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen (Variabel X) dan variabel dependen (Y). variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab timbulnya variabel dependen (Y) yang merupakan variabel terikat memiliki nilai yang diduga berasal dari pengaruh variabel (X).

Berikut adalah penjabaran variabel (X) dan variabel (Y) dalam penelitian ini, diantaranya:

Variabel Independen (X)

Asumsi proses difusi inovasi, Rogers (1983) (dalam Effendi, 2003, hlm. 284)

(X1) Inovasi, indikator:

- *Relative advantage*
- *Compatibility*
- *Complexity*

(X2) Saluran Komunikasi, indikator:

- Media sosial
- Saluran kelompok

- *Triability*
- *Observability*

(X3) Jangka waktu, indikator: **(X4) Sistem sosial, indikator:**

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Persuasi - Keputusan - Penegasan | <ul style="list-style-type: none"> - Struktur sosial - Norma sistem - Peran pemimpin - Agen perubahan |
|---|---|

Variabel Dependen (Y)

Proses terjadinya persepsi, (Wood, 2013, hlm. 26)

- Seleksi, indikator: Keinginan, ketertarikan, motivasi
- Organisasi, indikator: Pengetahuan, pengalaman
- Interpretasi, indikator: Makna, ekspresi

Selanjutnya operasional variabel disajikan dengan dilengkapi pertanyaan pada masing-masing variabel beserta indikatornya. Dimana pertanyaan tersebut kemudian akan dijawab oleh responden penelitian ini. Adapun daftar pertanyaan dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2
Operasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Pertanyaan
Variabel X: Difusi inovasi Akun Jabar Quick Response di Instagram (Effendi, 2003, hlm. 284)	Inovasi (X1)	<i>Relative advantage</i> - Keuntungan	1. Apakah akun @jabarquickresponse memberi keuntungan bagi anda?

- Nyaman dalam penggunaan	2. Apakah anda nyaman melihat foto atau video dalam akun @jabarquickresponse?
- Prestise	3. Menurut anda apakah akun @jabarquickresponse memiliki ciri khas yang membedakan dengan layanan publik lainnya?
- Bekerja lebih cepat	4. Menurut anda apakah Jabar <i>Quick Response</i> dapat bekerja lebih cepat dalam menangani masalah sosial di Jawa Barat? 5. Apakah kecepatan akun @jabarquickresponse dalam menanggapi aduan dapat menunjukkan <i>brand</i> Jawa Barat sebagai <i>smart province</i> ?
Bekerja lebih mudah	6. Apakah akun @jabarquickresponse memudahkan anda dalam menyampaikan aduan?
<i>Compatibility</i>	
- Kesesuaian dengan cara orang melakukan sesuatu saat ini	7. Menurut anda apakah layanan publik melalui akun @jabarquickresponse sudah sesuai dengan gaya komunikasi saat ini?

- Kesesuaian dengan keyakinan pengadopsi	8. Apakah anda yakin akun @jabarquickresponse dapat menjad salah satu solusi dalam mengatasi masalah sosial di Jawa Barat?
Complexity - Mudah dipelajari	9. Menurut anda apakah cara menyampaikan aduan pada akun @jabarquickresponse mudah dipelajari?
- Mudah untuk dipahami	10. Menurut anda apakah informasi dalam akun @jabarquickresponse mudah dipahami?
- Mudah untuk digunakan	11. Apakah program Jabar <i>Quick Response</i> di <i>Instagram</i> mudah digunakan?
- Fleksibel	12. Menurut anda apakah akun @jabarquickresponse menggunakan bahasa yang mudah dimengerti?
Triability - Dapat dicoba	13. Menurut anda apakah program Jabar <i>Quick Response</i> cocok diterapkan di Jawa Barat?
- Mudah untuk mencari cara menggunakan	14. Apakah cara untuk menyampaikan aduan pada akun @jabarquickresponse mudah dicari?

	Observability	
	- Kemudahan untuk mengkomunikasikan pada orang lain	15. Menurut anda apakah informasi dalam akun @jabarquickresponse mudah untuk dibagikan pada orang lain?
	- Kemudahan untuk mengobservasi	16. Menurut anda apakah informasi dalam akun @jabarquickresponse mudah diamati?
	- Orang lain dapat merasakan <i>benefitnya</i>	17. Menurut anda apakah akun @jabarquickresponse dapat memberi manfaat bagi masyarakat Jawa Barat?
Saluran komunikasi (X2)	Media sosial	<p>18. Apakah anda setuju cara penyampaian aduan masyarakat dilakukan di <i>Instagram</i>?</p> <p>19. Menurut anda apakah penyampaian aduan di <i>Instagram</i> dapat mendorong masyarakat menggunakan layanan publik?</p> <p>20. Menurut anda apakah perubahan layanan publik dengan menggunakan akun <i>Instagram</i> dapat menunjukkan <i>brand</i> Jawa Barat sebagai <i>smart province</i>?</p>

		21. Menurut anda apakah penyampaian aduan melalui akun <i>Instagram</i> dapat berjalan efektif?
	Saluran Kelompok	22. Menurut anda apakah sosialisasi mengenai Jabar <i>Quick Response</i> perlu dilakukan? 23. Menurut anda apakah sosialisasi yang dilakukan Jabar <i>Quick Response</i> memuaskan?
Jangka waktu (X3)	Pengetahuan	24. Apakah anda mengetahui tujuan program Jabar <i>Quick Response</i> ? 25. Berdasarkan pengetahuan anda tentang Jabar <i>Quick Response</i> , apakah anda setuju pada pernyataan “ <i>brand</i> Jawa Barat sebagai <i>smart province</i> ”?
	Persuasi	26. Apakah orang terdekat anda mengajak anda untuk mengikuti akun @jabarquickresponse? 27. Apakah konten dalam akun @jabarquickresponse mempengaruhi anda untuk mengikuti akun tersebut?

		<p>Keputusan</p> <p>28. Apakah anda tertarik menyampaikan aduan pada akun @jabarquickresponse?</p> <p>29. Apakah anda setuju pada pernyataan “Saya menerima inovasi layanan publik melalui <i>Jabar Quick Response</i>?”</p>
		<p>Penegasan</p> <p>30. Apakah anda mendukung program <i>Jabar Quick Response</i>?</p> <p>31. Apakah akun @jabarquickresponse telah mengubah penilaian anda tentang layanan publik menjadi lebih efektif?</p>
	Sistem Sosial (X4)	<p>Struktur Sosial</p> <p>32. Menurut anda apakah faktor pendidikan masyarakat dapat mempengaruhi keberhasilan <i>Jabar Quick Response</i>?</p> <p>33. Menurut anda apakah status sosial masyarakat Jawa Barat dapat mempengaruhi proses penerimaan <i>Jabar Quick Response</i>?</p> <p>34. Menurut anda apakah <i>Jabar Quick Response</i> dapat disesuaikan dengan lingkungan</p>

			masyarakat Jawa Barat?
		Norma Sistem	35. Menurut anda apakah akun @jabarquickresponse sesuai dengan nilai masyarakat Jawa Barat?
		Peran Pemimpin	36. Apakah peran pemimpin mempengaruhi anda untuk mengikuti akun @jabarquickresponse? 37. Menurut anda apakah peran pemimpin dapat mempengaruhi keberhasilan Jabar <i>Quick Response</i> ? 38. Menurut anda apakah peran pemimpin dapat mengubah <i>brand</i> Jawa Barat sebagai <i>smart province</i> ?
		Agen Perubahan	39. Dari postingan foto/video dalam akun @jabarquickresponse apakah anda menilai petugas Jabar <i>Quick Response</i> bekerja dengan baik?
Variabel Y: Persepsi Brand Jawa Barat Sebagai Smart	Seleksi	Keinginan	1. Apakah anda menilai bahwa akun @jabarquickresponse relevan (sesuai) dengan kebutuhan masyarakat Jawa Barat?

<p><i>province</i> (Wood, 2013, hlm 26)</p>			<p>2. Apakah anda mengikuti akun @jabarquickresponse karena menilai bahwa program tersebut penting?</p> <p>3. Apakah anda mengikuti akun @jabarquickresposen karena menilai bahwa akun tersebut menarik untuk diikuti?</p> <p>4. Apakah alasan anda mengikuti akun @jabarquickresponse adalah untuk mengetahui kinerja program tersebut?</p> <p>5. Apakah anda mengikuti akun @jabarquickresponse untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap program tersebut?</p>
		<p>Ketertarikan</p>	<p>6. Apakah anda meluangkan waktu untuk memahami informasi dalam akun @jabarquickresponse?</p> <p>7. Apakah anda membagikan informasi mengenai program <i>Jabar Quick Response</i> kepada orang lain?</p>

		<p>Motivasi</p>	<p>8. Apakah anda mengikuti akun @jabarquickresponse karena rasa simpati terhadap masalah sosial di Jawa Barat?</p> <p>9. Apakah anda mengikuti akun @jabarquickresponse untuk memenuhi kebutuhan informasi anda?</p> <p>10. Apakah anda mengikuti akun @jabarquickresponse untuk ikut berperan dalam menyampaikan masalah sosial di Jawa Barat?</p> <p>11. Apakah anda mengikuti akun @jabarquickresponse sebagai bentuk dukungan anda terhadap program pemerintah?</p>
	<p>Organisasi</p>	<p>Pengetahuan</p>	<p>12. Apakah anda mengetahui istilah <i>brand</i>?</p> <p>13. Apakah anda mengetahui istilah <i>smart province</i>?</p> <p>14. Menurut anda apakah saat ini Jawa Barat dapat dikatakan sebagai <i>smart province</i>?</p>

		15. Menurut anda apakah <i>smart province</i> berarti menggunakan media sosial sebagai sarana layanan publik?
	Pengalaman	16. Bagaimana pendapat anda apakah anda setuju bahwa Jabar <i>Quick Response</i> cepat dalam menangani masalah sosial di Jawa Barat? 17. Menurut anda apakah Jabar <i>Quick Response</i> merupakan salah satu wujud Jawa Barat sebagai <i>smart province</i> ? 18. Menurut anda apakah program Jabar <i>Quick Response</i> dapat mendorong <i>brand</i> Jawa Barat sebagai <i>smart province</i> ?
Interpretasi	Ekspresi	19. Apakah anda sering memberikan like (tanda suka) pada foto/vidео yang diunggah oleh akun @jabarquickresponse? 20. Apakah anda sering memberi komentar mengenai foto/video yang diunggah oleh akun @jabarquickresponse

		21. Apakah foto/video yang diunggah oleh akun @jabarquickresponse memicu anda untuk menyampaikan aduan?
	Makna	22. Apakah anda mendukung Jawa Barat berupaya menjadi <i>smart province</i> ? 23. Menurut anda apakah makna dalam akun @jabarquickresponse menunjukkan <i>brand</i> Jawa Barat sebagai <i>smart province</i> ?

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan mengukur sesuatu. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu instrumen, artinya bahwa instrumen yang dipakai benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Adapun menurut Ardial (2015, hlm. 409) tujuan penggunaan rumus tersebut adalah untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan kuat atau tidaknya hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya, dengan rumus 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}	= Korelasi Product Moment
n	= Banyaknya Populasi
$\sum X$	= Jumlah Pengamatan variabel X
$\sum Y$	= Jumlah Pengamatan variabel Y
$\sum XY$	= Jumlah total dari pengamatan terhadap variabel X dan Y
$\sum X^2$	= Jumlah Nilai Kudrat dari Pengamatan variabel X
$\sum Y^2$	= Jumlah Nilai Kudrat dari Pengamatan variabel Y

Selanjutnya data dihitung dengan Uji-t dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan : t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien hasil r_{hitung}

n = Jumlah responden

Distribusi tabel t untuk $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan ($dk=n-2$). Menurut Ardial (2015: 467) dalam memberikan interpretasi pada koefisien korelasi. Keputusan pengujian validasi penelitian ditentukan dengan syarat sebagai berikut:

1. Data dinyatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$
2. Data dinyatakan tidak valid jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ yaitu $50-2$, sehingga diperoleh besar nilai r tabel 0,278. Berikut adalah rekapitulasi hasil pengujian validitas penelitian, yang terdapat dalam data tabel 3.3 hasil uji coba validitas variabel X dan data tabel 3.4 hasil uji coba variabel Y dibawah ini:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel (X) Difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di
Instagram

No Item Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	0,278	0,565	VALID
2	0,278	0,634	VALID
3	0,278	0,485	VALID
4	0,278	0,665	VALID
5	0,278	0,579	VALID
6	0,278	0,289	VALID
7	0,278	0,332	VALID
8	0,278	0,284	VALID
9	0,278	0,390	VALID
10	0,278	0,314	VALID
11	0,278	0,362	VALID
12	0,278	0,279	VALID
13	0,278	0,507	VALID
14	0,278	0,479	VALID
15	0,278	0,477	VALID
16	0,278	0,499	VALID
17	0,278	0,509	VALID
18	0,278	0,529	VALID
19	0,278	0,490	VALID
20	0,278	0,642	VALID
21	0,278	0,296	VALID
22	0,278	0,597	VALID
23	0,278	0,317	VALID
24	0,278	0,444	VALID
25	0,278	0,406	VALID
26	0,278	0,504	VALID
27	0,278	0,622	VALID
28	0,278	0,321	VALID
29	0,278	0,428	VALID
30	0,278	0,649	VALID
31	0,278	0,350	VALID
32	0,278	0,665	VALID
33	0,278	0,642	VALID
34	0,278	0,664	VALID

Nindy Nurani Julsinda, 2019

**PENGARUH DIFUSI INOVASI AKUN JABAR QUICK RESPONSE DI INSTAGRAM TERHADAP PERSEPSI
 BRAND JAWA BARAT SEBAGAI SMART PROVINCE**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

35	0,278	0,737	VALID
36	0,278	0,621	VALID
37	0,278	0,422	VALID
38	0,278	0,585	VALID
39	0,278	0,731	VALID

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti (2019)

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Persepsi *Brand* Jawa Barat Sebagai *Smart province*

No Item Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	0,278	0,408	VALID
2	0,278	0,472	VALID
3	0,278	0,394	VALID
4	0,278	0,599	VALID
5	0,278	0,287	VALID
6	0,278	0,670	VALID
7	0,278	0,458	VALID
8	0,278	0,543	VALID
9	0,278	0,625	VALID
10	0,278	0,539	VALID
11	0,278	0,535	VALID
12	0,278	0,704	VALID
13	0,278	0,702	VALID
14	0,278	0,589	VALID
15	0,278	0,507	VALID
16	0,278	0,345	VALID
17	0,278	0,538	VALID
18	0,278	0,293	VALID
19	0,278	0,521	VALID
20	0,278	0,669	VALID
21	0,278	0,465	VALID
22	0,278	0,486	VALID
23	0,278	0,579	VALID

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti (2019)

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reabilitas konsumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2010, hlm. 130). Rumus yang digunakan dalam menguji reabilitas instrument penelitian yaitu dengan menggunakan Koefisien Alfa Cronbach sebagai berikut:

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

Keterangan :

α = Reabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah variansi skor butir

σ_t^2 = Variansi total

Berikut adalah penentuan tingkat reliabilitas berdasarkan rumus *alpha cronbach* dengan skala 0-1 diantaranya:

Tabel 3.5
Pengukuran Tingkat Reliabilitas

<i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
0.0 – 0.20	Kurang reliabel
0.201 – 0.40	Agak reliabel
0.401 – 0.60	Cukup reliabel
0.601 -0.80	Reliabel
0.801 – 1.00	Sangat reliabel

Sumber: Hair et al. (2010, hlm. 125)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, berikut merupakan hasil rekapitulasi hasil uji reliabilitas data penelitian pada variabel X1 (Inovasi), variabel X2 (Saluran Komunikasi), variabel

X3 (Jangka Waktu), variabel X4 (Sistem Sosial) dan variabel Y (Proses Persepsi) dengan uraian sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Inovasi)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,784	17

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti (2019)

Berdasarkan data pada tabel 3.6 perolehan besar nilai koefisien *Alpha Cornbach* yaitu 0,784. Kemudian merujuk pada tabel pengukuran tingkat reliabilitas pada tabel 3.5 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada pertanyaan variabel X1 (Inovasi) termasuk dalam tingkat reliabel.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Saluran Kmunikasi)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,810	6

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti (2019)

Berdasarkan data pada tabel 3.7 dapat lihat perolehan besar nilai koefisien *Alpha Cornbach* yaitu 0,810. Kemudian merujuk pada tabel pengukuran tingkat reliabilitas pada tabel 3.5 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada pertanyaan variabel X2 (Saluran Komunikasi) termasuk dalam tingkat sangat reliabel.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3 (Jangka Waktu)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,851	8

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti (2019)

Berdasarkan data pada tabel 3.8 dapat lihat perolehan besar nilai koefisien *Alpha Cornbach* yaitu 0,851. Kemudian merujuk pada tabel pengukuran tingkat reliabilitas pada tabel 3.5 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada pertanyaan variabel X3 (Jangka Waktu) termasuk dalam tingkat sangat reliabel.

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X4 (Sistem Sosial)

Reliability Statistics	
<u>Cronbach's Alpha</u>	<u>N of Items</u>
0,793	8

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti (2019)

Berdasarkan data pada tabel 3.9 dapat lihat perolehan besar nilai koefisien *Alpha Cornbach* yaitu 0,793. Kemudian merujuk pada tabel pengukuran tingkat reliabilitas pada tabel 3.5 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada pertanyaan variabel X4 (Sistem Sosial) termasuk dalam tingkat reliabel.

Tabel 3.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Proses Persepsi)

Reliability Statistics	
<u>Cronbach's Alpha</u>	<u>N of Items</u>
0,832	23

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti (2019)

Berdasarkan data pada tabel 3.10 dapat lihat perolehan besar nilai koefisien *Alpha Cornbach* yaitu 0,832. Kemudian merujuk pada tabel pengukuran tingkat reliabilitas pada tabel 3.5 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pada pertanyaan variabel Y (Proses Persepsi) termasuk dalam tingkat sangat reliabel.

3.7 Prosedur Penelitian

Penelitian ini telah melakukan beberapa prosedur penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Merumuskan masalah
2. Melakukan studi kepustakaan
3. Merumuskan hipotesis penelitian
4. Menentukan desain penelitian
5. Mengumpulkan data
6. Mengolah dan menyajikan data
7. Menganalisis data
8. Membuat kesimpulan dan rekomendasi

Berdasarkan prosedur penelitian tersebut, peneliti membuat hipotesis penelitian yang merupakan dugaan sementara penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀: Tidak ada pengaruh difusi inovasi difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di *Instagram* terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*

H₁: Ada pengaruh difusi inovasi difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di *Instagram* terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*

3.8 Pengujian Hipotesis

3.8.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas Sebuah penelitian membutuhkan uji normalitas data yang merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametris. Statistik parametris memerlukan terpenuhi banyak asumsi, asumsi yang utama adalah data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal (Sugiyono, 2010, hlm. 172). Uji normalitas bertujuan untuk memastikan data tersebut berdistribusi normal. Pengujian normalitas dianggap penting karena data penelitian yang berdistribusi normal atau

mendekati normal, maka dipastikan data yang dihasilkan dianggap telah mewakili populasi.

3.8.2 Uji Korelasi

Ketika data telah terkumpul maka langkah selanjutnya yaitu menghitung dengan menggunakan analisis korelasi bertujuan untuk menentukan ada atau tidaknya hubungan dan apabila ada, dihitung berapa keeratan hubungan serta mengukur berarti atau tidaknya hubungan tersebut (Arikunto, 2013, hlm. 313). Uji korelasi dalam penelitian ini menggunakan rumus *product moment*, diantaranya:

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

Keterangan :

r_{xy} : Korelasi *pearson's product moment*

N : Jumlah populasi

ΣX : Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY : Jumlah skor dalam distribusi y

ΣX^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi x

ΣY^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

Σxy : Jumlah perkalian butir X dan Y

3.8.3 Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan rumus yang digunakan pada penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel bebas. Adapun rumus persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + b_3X_{3i} + b_4X_{4i} + e$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_{1i} + \beta_2X_{2i} + \beta_3X_{3i} + \beta_4X_{4i} + e$$

Keterangan:

- Y = Persepsi
- β_0 = Konstanta regresi
- β_i = Konstanta regresi X
- X_{1i} = Inovasi
- X_{2i} = Saluran komunikasi
- X_{3i} = Jangka waktu
- X_{4i} = Sistem sosial
- e = Standar

3.8.4 Uji Stimultan (Uji F)

Tujuan pengujian hipotesis yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang jelas antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). berikut adalah langkah pengujian hipotesis dalam uji F, menggunakan formula sebagai berikut:

Merumuskan hipotesis

H₀: Tidak ada pengaruh difusi inovasi difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di *Instagram* terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*

H₁: Ada pengaruh difusi inovasi difusi inovasi Akun Jabar *Quick Response* di *Instagram* terhadap persepsi *brand* Jawa Barat sebagai *smart province*

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

$$H_1 : \text{Minimal ada sebuah } b \neq 0$$

$$F = \frac{RJK_{\text{Reg}}}{RJK_{\text{Res}}}$$

3.8.5 Koefisien Determinasi

Menggunakan rumus Koefisien Determinan, yaitu uji koefisien determinasi ini bertujuan untuk mencari tahu seberapa besar kontribusi variabel X terhadap variabel Y. Pada pengujian koefisien determinasi dapat dilakukan dengan syarat, variabel X dan variabel Y harus signifikan, jika tidak maka tidak dapat diuji koefisien determinasinya. Koefisien determinasi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinan

r^2 = Nilai koefisien korelasi