

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah salah satu yang dijadikan fokus penelitian, secara umum menggambarkan sasaran penelitian secara komperhensif (Satibi, 2012, hlm. 38). Objek penelitian dalam penelitian ini adalah variabel X yaitu Pengaruh Tayangan Video *YouTube Beauty vlogger* yang memiliki komponen X1 frekuensi, X2 durasi dan X3 atensi terhadap variabel Y yaitu kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah.

Subjek penelitian merupakan orang-orang yang memenuhi persyaratan, yang berperan dan juga memiliki pengetahuan luas tentang apa yang akan diteliti. (Lexy J, 2005, hlm. 199). Subjek penelitian adalah *subscribers channel YouTube* Nanda Arsyinta yang sering menonton tayangan video *YouTube* Nanda Arsyinta.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional digunakan pada penelitian ini, untuk menguji teori dengan cara menguji hubungan antar variabel. Variabel tersebut diukur menggunakan instrument penelitian lalu selanjutnya data yang sudah ada dapat diolah menggunakan statistik (Creswell, 2014, hlm. 32)

Dasar dari penelitian kuantitatif mendahulukan kebebasan data, kemudian data dari hasil penelitian merupakan gambaran semua populasi. Penelitian kuantitatif bersifat objektif dan analisis data menggunakan uji statistic. Penelitian kuantitatif juga menjelaskan tentang persoalan yang hasilnya nanti akan disamakan (Kriyantono, 2009, hlm. 47)

Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai instrument pengumpulan data untuk menguji pengaruh antara tayangan *YouTube beauty vlogger* terhadap kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah. Penelitian yang menggunakan metode

korelasional ini untuk mendeskripsikan dan menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel (Creswell, 2014, hlm. 41). Maka, penelitian ini akan membuktikan apakah ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y dapat diteliti dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

3.3 Desain Penelitian

Untuk melaksanakan sebuah penelitian, rancangan dibangunnya sebuah penelitian sangat penting. Desain penelitian ini akan menggunakan metode korelasional, menggunakan statistik untuk mendeskripsikan dan menguji pengaruh antar variabel (Creswell, 2014, hlm. 41).

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan, peneliti menggunakan metode korelasional dengan tujuan untuk pengukuran jumlah variabel yang berhubungan dan menetapkan kategori tinggi rendahnya pengaruh antar variabel atau tidak ada pengaruh dari pengujian tersebut (Abidin, 2015, hlm. 29)

3.3.1 Populasi dan Sampel

3.3.1.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan individu yang mempunyai ciri khas sama (Creswell, 2012, hlm. 142). Populasi juga menjadi hal terpenting, dari hasil penelitian tersebut akan digeneralisasikan (Fraenkel, dkk, 2012, hlm. 92). Populasi terbagi menjadi dua kelompok yaitu populasi target (*target population*) dan target yang dapat dijangkau (*accessible population*) (Fraenkel, dkk. 2003, hlm. 167). Populasi target merupakan populasi aktual untuk menggeneralisasi hasil penelitian.

Populasi pada penelitian ini adalah *subscribers channel YouTube* Nanda Arsyinta dimana mereka memang sudah mengetahui mengenai tayangan kecantikan Nanda Arsyinta. *Subscribers channel YouTube* Nanda Arsyinta yang berjumlah 1.440.000 juta *subscribers* per tanggal 25 Februari 2020.

3.3.1.2 Sampel

Sampel merupakan anak turunan dari populasi target yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami (Creswell, 2012, hlm. 142). Setelah sampel didapat,

dari situ peneliti akan mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian (Fraenkel, 2012, hlm. 91). Hasil penelitian dapat digeneralisasi pada populasi target ketika sampel dipertimbangkan supaya bisa mewakili populasi. Teknik yang akan digunakan peneliti adalah *purposive sampling*, teknik pengambilan sampel berdasarkan pengetahuan ciri khas populasi dan tujuan dari penelitian itu sendiri (Fraenkel, 2012, hlm. 100).

Maka dari itu, berdasarkan penjelasan di atas peneliti telah menetapkan beberapa syarat untuk responden, yaitu:

1. Pernah menonton tayangan video Nanda Arsyinta di *YouTube*
2. Berlangganan pada *channel YouTube* Nanda Arsyinta
3. Berjenis kelamin perempuan
4. Berusia 17-25 tahun

Setelah mengkategorikan responden, selanjutnya peneliti menetapkan sampel berdasarkan populasi untuk mengetahui jumlahnya dengan menggunakan rumus Slovin (Krisyantono, 2006, hlm. 162). Pada penelitian ini rumus yang digunakan adalah rumus Slovin dengan taraf kepercayaan 5 persen karena jumlah populasinya cukup besar. Sampel dihitung dengan rumus Slovin sebagai berikut:

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Persentase tingkat kesalahan

$$n = \frac{N}{(1+N(e)^2)}$$

$$n = \frac{1.440.000}{(1+1.440.000(0.05)^2)}$$

$$n = \frac{1.440.000}{1.440.001(0.0025)} = 400$$

Sesuai hasil perhitungan pada rumus Slovin, sampel random untuk penelitian ini adalah 400.

3.3.2 Operasional Variabel

Penjelasan diatas membuahakan hasil bahwa penelitian mengenai teori harus diuraikan kembali, supaya mengetahui bagian mana yang akan dideskripsikan ke dalam operasional variabel. Tahap ini dalam penelitian kuantitatif mempunyai fungsi untuk menghubungkan antara pola pikir umum ke khusus atau sebaliknya. Kemudian lewat operasional variabel ini, hipotesis yang ada dirubah menjadi data (Kusnendi, 2008, hlm. 93). Penelitian ini membahas variabel tingkat tayangan video *YouTube* sebagai variabel bebas lalu kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah sebagai variabel terikat.

1. Independen variabel (X) dalam hal ini adalah pengaruh terpaan tayangan video *YouTube beauty vlogger*. Terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi dan atensi (Rakhmat, 2004, hlm. 66), berikut penjelasannya:
 - a. Frekuensi penggunaan media diukur dari seberapa sering seseorang menggunakan media tersebut.
 - b. Durasi menghitung berapa lama seseorang menggunakan media tersebut.
 - c. Atensi merupakan proses yang terjadi ketika khalayak menonton sebuah tayangan tertentu.
2. Dependen variabel (Y) dalam hal ini adalah kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah, terdiri dari:
 - a. Kebutuhan kognitif, merupakan kebutuhan untuk menambah informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang.
 - b. Kebutuhan afektif, kebutuhan ini berkaitan dengan hal-hal yang menyenangkan.
 - c. Kebutuhan integrasi personal, kebutuhan yang berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individu.
 - d. Kebutuhan integrasi sosial, kebutuhan ini berhubungan dengan keluarga, teman dan orang lain.

Untuk mengukur sikap, pendapat dan juga persepsi seseorang mengenai fenomena sosial bisa menggunakan skala likert (Darmawan, 2013, hlm. 169). Skala likert menunjukkan hubungan satu data dengan data yang lain mempunyai mutu yang sama (Kriyantono, 2009, hlm. 135).

Penjelasan kedua variabel tersebut agar lebih jelas disajikan dalam tabel definisi operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 1.1

Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Variabel Independen: Tayangan Video <i>YouTube Beauty vlogger</i> (X)	Terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi dan atensi (Rakhmat, 2004, hlm. 66)		
	Frekuensi (X1)	Seringnya menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> .	1. Saya selalu menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.
	Durasi (X2)	Berapa lama menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> .	2. Saya menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta dari awal hingga akhir.

			3. Saya menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta di awal penayangan saja.
			4. Saya menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta setengah penayangan saja.
	Atensi (X3)	Fokus atau tidaknya menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> .	5. Saya tidak pernah mengganti <i>channel</i> video <i>YouTube</i> lain ketika menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.
			6. Saya memperhatikan setiap isi pesan ketika menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.
		Perasaan ketika menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> .	7. Saya merasa senang ketika menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.

			8. Saya merasa bosan ketika menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.
		Ketertarikan terhadap video <i>YouTube beauty vlogger</i> .	9. Saya tertarik terhadap isi dari video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.
		Kemudahan dalam memahami informasi dari video <i>YouTube beauty vlogger</i> .	10. Saya memahami isi pesan dari setiap video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.
		Daya Tarik terhadap video <i>YouTube beauty vlogger</i> .	11. Saya tertarik terhadap konten <i>random talk</i> ketika menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.
			12. Saya tertarik terhadap konten <i>vlog</i> ketika menonton video <i>YouTube beauty</i>

			<i>vlogger</i> Nanda Arsyinta.
			13. Saya tertarik terhadap konten <i>review</i> produk ketika menonton video <i>YouTube beauty</i> <i>vlogger</i> Nanda Arsyinta.
			14. Saya tertarik terhadap konten tutorial make up ketika menonton video <i>YouTube beauty</i> <i>vlogger</i> Nanda Arsyinta.
Variabel Dependen: Kebutuhan Informasi Kesehatan Kulit Wajah (Y)			
	Kebutuhan Kognitif	Mengetahui informasi kesehatan kulit wajah	15. Setelah menonton video <i>YouTube beauty</i> <i>vlogger</i> Nanda Arsyinta kebutuhan

			informasi saya terpenuhi.
		Memiliki pengetahuan baru mengenai informasi kesehatan kulit wajah	16. Setelah menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta saya memiliki informasi terbaru mengenai kesehatan kulit wajah.
		Memiliki pemahaman baru mengenai informasi kesehatan kulit wajah	17. Setelah menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta saya memiliki pemahaman baru mengenai kesehatan kulit wajah.
	Kebutuhan Afektif	Kepuasan memperoleh informasi kesehatan kulit wajah	18. Saya merasa puas setelah menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.
		Kepuasan dengan penyampaian informasi kesehatan kulit wajah	19. Saya merasa puas dengan penyampaian informasi setelah menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.

		Ketertarikan untuk kembali menonton video mengenai informasi kesehatan kulit wajah	20. Saya akan kembali menonton video tentang informasi kesehatan kulit wajah setelah menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta.
	Kebutuhan Integrasi Personal	Menguatkan informasi mengenai kesehatan kulit wajah	21. Setelah menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta kebutuhan saya untuk memperkuat informasi terpenuhi.
	Kebutuhan Integrasi Sosial	Memperoleh topik pembicaraan	22. Setelah menonton video <i>YouTube beauty vlogger</i> Nanda Arsyinta kebutuhan saya untuk berdiskusi dengan orang lain terpenuhi.

3.3.3 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik berdasarkan jumlah sampel yang sudah ditentukan. Data yang dikumpulkan bersumber dari data yang didapatkan dari *subscribers*, kepustakaan dan dokumentasi sebagai tambahan.

3.3.3.2 Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data pada penelitian ini dideskripsikan dibawah ini:

1. Kuisisioner

Kuisisioner adalah alat untuk mengumpulkan data berupa pernyataan yang diisi oleh responden (Hikmat, 2011, hlm. 77). Biasanya juga disebut dengan orang yang menjawab semua pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.

Peneliti akan melakukan teknik pengumpulan data dengan kuisisioner agar bisa mengetahui data yang sudah diperoleh sah atau tidak. Penelitian ini akan menyebar kuisisioner kepada *subscribers channel YouTube* Nanda Arsyinta.

2. Studi Kepustakaan

Teori harus ada di dalam sebuah penelitian guna untuk mendukung penelitian itu sendiri (Darmawan, 2013, hlm. 113). Teori-teori yang mendukung penelitian ini digunakan untuk memfokuskan masalah sampai dengan faktor pendukungnya. Hasil dari rangkuman studi kepustakaan bisa dijadikan sebagai referensi teori berupa buku, internet, jurnal dan apapun yang berkaitan dengan penelitian yang dibuat.

3. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrument penelitian yang dibuat berdasarkan variabel X yaitu pengaruh terpaan tayangan video *YouTube beauty vlogger* Nanda Arsyinta yang terdiri dari komponen X1 frekuensi, X2 durasi, X3 atensi dan variabel Y yaitu kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah.

Dalam penelitian ini menggunakan kuisioner skala pengukuran Likert 7 poin. Instrument pada skala likert 7 poin mempunyai tingkatan dari sangat positif menjadi sangat negatif. Untuk mengetahui apakah responden setuju terhadap objek yang diteliti, maka peneliti menggunakan skala likert pada penelitian ini (Indrawan dan Yaniawati, 2016, hlm. 118). Mutu pada skala likert dijelaskan pada Tabel 3.2, sebagai berikut:

Tabel 3.2

Kriteria Bobot Nilai Pernyataan

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Netral	4
Agak Setuju	5
Setuju	6
Sangat Setuju	7

3.3.4 Uji Validitas dan Realibilitas

3.3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah instrument penelitian mengukur dengan tepat atau tidak (Kusnendi, 2008, hlm. 94). Ketepatan alat ukur yang digunakan juga dilihat dari standar yang berlaku pada saat digunakan (Abdurrahmat, 2011, hlm. 121). Validitas merupakan pengujian ketetapan antara data yang sesungguhnya dan yang akan dilaporkan. Data yang valid berarti tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan dengan keadaan sesungguhnya.

Peneliti menggunakan metode korelasi item total dikoreksi (*corrected item-total correlation, r_{itd}*) untuk pengolahan data uji validitas. Untuk menggunakan koefisien korelasi item total dikoreksi jumlah item pengujian harus relative kecil atau kurang dari 30 (Kusnendi, 2008, hlm. 95). Kondisi jumlah item yang kurang dari 30 dan uji validitasnya menggunakan metode korelasi item total dikoreksi akan memperoleh hasil sebesar koefisien korelasi yang cenderung *over estimate*. Hal tersebut terjadi karena pengaruh *spurious overlap* dari kontribusi masing-masing skor item pada jumlah skor total. Untuk menghilangkan hal seperti itu, bisa memperbaiki koefisien korelasi item total dengan menilai simpangan baku (*standart deviation*) skor item dan skor total. Koefisien korelasi item total dikoreksi dijelaskan (Kusnendi, 2008, hlm. 95) sebagai berikut:

$$r_{i-itd} = \frac{r_{ix}(S_x) - s_i}{\sqrt{[(S_x)^2 + (s_i)^2 - 2r_{ix}(s_i)(S_x)]}}$$

Sumber: Kusnendi, 2008, hlm. 95

Keterangan:

r_{ix} = koefisien korelasi item total

s_i = simpangan baku skor setiap item pertanyaan

S_x = simpangan baku skor total

Besaran koefisien korelasi item total dikoreksi ditetapkan para ahli sebesar 0,25 atau 0,30 untuk menetapkan item mana yang validitasnya layak. Item pernyataan memiliki validitas internal apabila koefisien korelasi item total dikoreksi sama atau lebih besar dari 0,25 atau 0,30, yang kurang dari angka tersebut item dikatakan tidak valid. Jika item tidak valid, item tersebut tidak bisa masuk ke dalam penelitian.

Uji validitas instrument ini dilakukan pada 30 orang responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) n-2 yaitu 28, sehingga diperoleh nilai rtabel sebesar 0,3061. Dibawah ini adalah pengujian validitas

variabel terpaan tayangan *beauty vlogger* dan kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah ditunjukkan dengan tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3

Hasil Pengujian Uji Validitas Instrumen Variabel X

No Item	Corrected Item-Total Correlation	Nilai rtabel	Hasil
Item 1	0,813	0,306	VALID
Item 2	0,734	0,306	VALID
Item 3	0,388	0,306	VALID
Item 4	0,472	0,306	VALID
Item 5	0,583	0,306	VALID
Item 6	0,628	0,306	VALID
Item 7	0,656	0,306	VALID
Item 8	0,517	0,306	VALID
Item 9	0,547	0,306	VALID
Item 10	0,708	0,306	VALID
Item 11	0,776	0,306	VALID
Item 12	0,730	0,306	VALID
Item 13	0,657	0,306	VALID
Item 14	0,657	0,306	VALID

14 butir pernyataan pada tabel 3.3, nilai koefisien korelasi (r) lebih besar dari nilai kritis 0,30 maka hasil uji validitas menunjukkan item pernyataan variabel X valid dan bisa digunakan untuk analisis data.

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Uji Validitas Instrumen Variabel Y

No Item	Corrected Item-Total Correlation	Nilai rtabel	Hasil
Item 15	0,763	0,306	VALID
Item 16	0,862	0,306	VALID

Item 17	0,735	0,306	VALID
Item 18	0,872	0,306	VALID
Item 19	0,672	0,306	VALID
Item 20	0,845	0,306	VALID
Item 21	0,868	0,306	VALID
Item 22	0,839	0,306	VALID

8 butir pertanyaan pada tabel 3.4, nilai koefisien korelasi (r) lebih besar dari nilai kritis sebesar 0.30 maka hasil uji validitas menunjukkan item pernyataan variabel Y valid dan bisa digunakan untuk analisis data.

3.3.4.2 Uji Realibilitas

Instrumen dikatakan reliabel apabila sudah konsisten dalam hasil ukurannya sehingga dapat dipercaya (Trianto, 2010, hlm. 271). Ketetapan pada hasil pengukuran ini merupakan hasil yang ditunjukkan oleh realibilitas. Konsistensi yang ditetapkan pada alat pengukuran adalah ketika mengukur sesuatu berkali-kali, akan menunjukkan hasil yang sama (Noor, 2011, hlm. 131).

Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan bahwa uji realibilitas berguna untuk mengukur seberapa konsisten instrumen yang digunakan untuk mengukur objek dengan tujuan untuk menghasilkan data yang sama. Pernyataan akan diverifikasi dan ditentukan konsistensinya dengan kriteria jika $r_{\alpha} >$ dari r tabel maka pernyataan tersebut reliabel dan jika $r_{\alpha} <$ dari r tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel. Dapat juga menggunakan koefisien *alpha* Cronbach untuk mencari realibilitas dari setiap item pernyataan (Kusnendi, 2008, hlm. 97) berikut:

$$C_{\alpha} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right)$$

Keterangan:

C_{α} = realibilitas instrument

k = jumlah item

$\sum S_i^2$ = jumlah varians setiap item

S_t^2 = variansi skor total

Dilihat dari statistic *alpha* Cronbach, instrument dikatakan memiliki realibilitas yang konsisten apabila koefisien *alpha* Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,70 (Kusnendi, 2008, hlm. 96). Butir pernyataan yang dipakai akan menghasilkan data yang tetap, maka jika pernyataan tersebut kembali digunakan akan mendapatkan jawaban yang sama dengan sebelumnya. Metode *Alpha Cronbach* diukur dengan memakai skala 0 hingga 1. Hasil perhitungan uji validitas terhadap kedua variabel dan menggunakan rumus *Alpha* Cronbach, hasilnya variabel X $0,912 > 0,7$ dinyatakan reliabel, dan variabel Y $0,947 > 0,7$ dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pemaparan pengujian validitas dan reliabilitas yang sudah dijelaskan, semua butir pernyataan yang akan dipakai sudah dinyatakan *valid* dan *real* untuk dipakai sebagai alat ukur penelitian.

3.3.5 Rancangan Analisis Data

Sebuah penelitian harus mengikuti prosedur atau langkah penelitian. Adapun langkah-langkahnya pertama peneliti harus merencanakan penelitian untuk dibuatkan agenda kegiatan yang akan dilakukan, berikut beberapa rencana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti:

1. Melihat dan mencari penemuan fakta-fakta yang sedang terjadi. Mencari penemuan yang memiliki pengaruh terhadap kehidupan masyarakat sekitar.
2. Menjabarkan rumusan masalah agar melakukan penelitian tidak akan jauh dari target yang sudah dibuat.
3. Mencari penelitian terdahulu yang berhubungan dengan tema yang akan diangkat.
4. Menetapkan hipotesis dan harus diuji kembali karena belum jelas kebenarannya.
5. Menentukan akan menggunakan metode apa yang cocok dengan penelitian yang akan diteliti, dan termasuk menentukan rumus statistika yang akan digunakan untuk menganalisis data.

6. Kuisisioner dan studi kepustakaan akan dijadikan alat untuk membantu mengumpulkan data-data saat penelitian.
7. Setelah data penelitian terkumpul, selanjutnya data diolah kedalam bentuk tabel, grafik dan nilai statistika agar lebih mudah untuk dipahami dan dianalisis.
8. Setelah hasil penelitan ditemukan, peneliti membuat kesimpulan, saran dan rekomendasi untuk pembenahan di penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

3.4 Teknik Analisis Data

- **Statistika Deskriptif**

Tujuan dari analisa data deskriptif adalah untuk menjelaskan objek yang penting dalam penelitian (Darmawan, 203, hlm. 49). Analisis data dilakukan untuk menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan pada rumusan masalah. Mengingat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait pengaruh terpaan tayangan video *YouTube beauty vlogger* terhadap kebutuhan informasi kesehatan kulit wajah. Analisis data yang akan dilakukan yaitu: menentukan kriteria kategorisasi, menghitung nilai statistik deskriptif dan mendeskripsikan variabel (Kusnendi, 2017, hlm. 6).

Kriteria Kategorisasi

$X > (\mu + 1,0\sigma)$: Tinggi
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma)$: Moderat / Sedang
$X < (\mu - 1,0\sigma)$: Rendah

Keterangan:

X = Skor Empiris

μ = rata-rata teoritos = (skor min + skor maks)/2

σ = simpangan baku teoritis = (skor maks – skor min)/6

- **Distribusi Frekuensi**

Distribusi frekuensi dilakukan untuk merubah data variabel menjadi data ordinal (Kusnendi, 2017, hlm. 6), sebagai berikut:

Tabel 3.5

Kategori Variabel Distribusi Frekuensi

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Moderat	2
Rendah	1

- **Analisis Regresi Multipel (ARM)**

Analisis regresi multiple digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data dan jenis data yang terkumpul ialah data interval. Analisis tersebut adalah metode statistika multivariate dependen dan digunakan untuk menjelaskan hubungan antara beberapa variabel (IV) dengan satu variabel dependen (DV), untuk mengetahui besarnya pengaruh IV terhadap DV dan juga memprediksi nilai DV atas dasar nilai IV yang diketahui (Kusnendi, 2017, hlm. 2)

SPSS (Statistical Package for The Social Science) for windows merupakan alat bantu untuk melakukan penelitian ini dengan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Sikap Kepercayaan

β_0 : Konstanta regresi

β_1 : Koefisien regresi X

X_1 : Frekuensi

X_2 : Durasi

X_3 : Atensi
 e : Standar error

Koefisien Regresi Standardized (β)

$$\beta_k = b_k \left(\frac{SX_k}{SY} \right) \quad (\text{Keith, Timothy Z, 2015:38})$$

b_k = koefisien regresi *unstandardized* IV_k

SX_k = simpangan baku IV_k

SY = simpangan baku DV

(Kusnendi, 2017, hlm. 9).

Korelasi *Pearson's Product Moment* digunakan untuk metode analisis data agar menemukan pengaruh antar variabel yang diteliti. Alat bantu lain seperti *Ms. Excel* dan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* juga akan digunakan untuk mengolah data.

3.5 Uji Hipotesis Penelitian

3.5.1 Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Uji-t dilakukan untuk menguji hasil yang dapat digunakan untuk membuktikan kebenaran dan kesalahan pada hipotesis (Rohmana, 2010, hlm. 48). Dasar pengambilan keputusan uji-t akan dibuat berdasarkan hasil uji statistik yang didapat dan berdasarkan data sesungguhnya. Uji-t bertujuan untuk menguji nilai signifikansi tingkat variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Pengujian hipotesis melalui uji-t tingkat kesalahan yang digunakan adalah 5% atau 0,05% pada taraf signifikansi 95%. Uji-t dapat menggunakan rumus (Kusnendi, 2017, hlm. 4) sebagai berikut:

$$T_{bk} = \frac{b_k}{\sqrt{(R^2 / R_{Res}) C_{kk}}} ; db = n - k - 1$$

Kriteria keputusan untuk menolak dan menerima hipotesis adalah sebagai berikut:

Jika nilai t hitung $>$ nilai t kritis, maka H_0 ditolak atau menerima H_a artinya variabel tersebut signifikan.

Jika nilai t hitung $<$ nilai t kritis, maka H_0 diterima atau menerima H_a artinya variabel tersebut tidak signifikan.

3.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Hipotesis diuji secara keseluruhan dengan menggabungkan perhitungan variabel bebas terhadap variabel terikat untuk kemudian diketahui berapa besar pengaruh yang ditimbulkan (Kusnendi, 2017, hlm. 4). Langkah-langkah dalam uji F ini menggunakan rumus berikut:

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

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

$$F = \frac{RJK_{reg}}{RJK_{res}}$$

3.5.3 Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2

Adjusted R^2 digunakan untuk memberi penilaian pada model terbaik. R^2 bias terhadap jumlah *independent variabel* yang dimasukkan kedalam model. Setiap *independent variabel* ditambahkan kedalam model, R^2 akan meningkat walaupun *independent variabel* tidak mempengaruhi. Nilai dari Adjusted R^2 dapat meningkat atau bahkan dapat juga turun jika satu *independent variabel* kedalam model.

$$R^2 = JK_{Reg} / JK_{Tot}$$

Sedangkan Adjusted R^2 dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Adjusted } R^2 = 1 - [(JK_{Res} / DB_{Res}) / (JK_{Tot} / DB_{Tot})]$$

(Kusnendi, 2017, hlm. 3)

Dengan ketentuan:

- a. Jika R^2 dekat dengan angka 1, hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat akan semakin dekat, atau model dinilai baik.

- b. Jika R^2 jauh dengan angka 1, hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat akan tidak erat, atau model dinilai kurang baik.