

BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan ini menganalisis pengaruh kualitas program acara terhadap loyalitas pemirsa stasiun televisi lokal Bandung TV di Komplek Margahayu Permai, Kabupaten Bandung. Adapun variabel-variabel yang menjadi objek penelitian adalah kualitas program acara sebagai variabel bebas, dan loyalitas pemirsa sebagai variabel terikat.

Variabel bebas (*independent variable/predictor variable*) yang diteliti antara lain dimensi kualitas program acara (Variabel X) yang meliputi beberapa dimensi, yaitu: kualitas teknis, kualitas fungsional dan citra perusahaan. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable/predictor variable*) yang diteliti adalah loyalitas pemirsa (Variabel Y) yang meliputi dimensi: penontonan ulang, penontonan program acara yang berbeda, rekomendasi ke pihak lain, dan kekebalan.

Objek penelitian yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah pemirsa stasiun Bandung TV di Komplek Margahayu Permai Kabupaten Bandung.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan tingkat kejelasan dan kedalaman, penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2006:11) menerangkan

bahwa penelitian deskriptif adalah “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui gambaran dari variabel penelitian”.

Traver Travens dalam Husein Umar (2002:21) memberikan definisi yang lebih luas, dimana mereka mendefinisikan penelitian deskriptif sebagai:

Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik itu satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan aktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan-hubungan antar fenomena yang diselidiki. Melalui jenis penelitian deskriptif, selanjutnya secara terperinci dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Tanggapan pemirsa Bandung TV di Komplek Margahayu Permai terhadap kualitas program acara Bandung TV yang terdiri dari kualitas teknis, kualitas fungsional dan citra perusahaan.
2. Tanggapan pemirsa stasiun Bandung TV di Komplek Margahayu Permai terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV.

Penelitian verifikatif diterangkan oleh Suharsimi Arikunto (2004:7) sebagai berikut: “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan.”

Dalam penelitian ini akan diuji mengenai kebenaran hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini dilaksanakan melalui survei terhadap pemirsa Bandung TV di Komplek Margahayu Permai, Kabupaten Bandung untuk mengetahui pengaruh kualitas program acara yang terdiri dari kualitas teknis,

kualitas fungsional dan citra perusahaan terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV di Komplek Margahayu Permai, Kabupaten Bandung.

3.2.1.2 Metode Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *explanatory survey*. Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:7), yang dimaksud dengan metode *survey* adalah:

Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

A. Aker et. al. (2004:755) berpendapat bahwa metode survey adalah “*A method of data collection, such as a telephone or personal interview, a mail survey, or any combination there of.*” Artinya: Metode pengumpulan data yang diambil melalui telepon atau wawancara, survei melalui surat atau kombinasi di antaranya.

Malholtra (2004:755) memberikan definisi metode survei sebagai berikut:

Metode survei adalah kuisisioner terstruktur yang diberikan pada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Dalam penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Menurut Zikmund (2003:123) metode survei adalah “*Experience survey is an explanatory research technique in which individuals who are knowledgeable about particular research problem are questioned.*” Artinya: Survei pengalaman

merupakan teknik yang bersifat menjelaskan dari setiap individu yang mengetahui seputar permasalahan penelitian yang ditanyakan.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun yakni di mulai dari bulan April 2007 sampai dengan bulan Februari 2008, maka pendekatan yang digunakan adalah *cross sectional method*. Menurut Uma Sekaran (2006:315), penelitian *cross-sectional* adalah “Penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali (yang dilakukan selama periode hari, minggu, atau bulan untuk menjawab pertanyaan penelitian.)”

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian yang diteliti selanjutnya dijelaskan secara diperinci sebagai berikut:

1. Variabel kualitas program acara (X) yang terdiri dari dimensi: kualitas teknis (X_1), kualitas fungsional (X_2), dan citra perusahaan (X_3), disebut sebagai variabel bebas.
2. Variabel loyalitas pemirsa (Y) yang terdiri dari dimensi: penontonan ulang (Y_1), penontonan program acara yang berbeda (Y_2), perekomendasiian kepada pihak lain (Y_3), dan kekebalan (Y_4) disebut variabel terikat karena loyalitas dipengaruhi kualitas jasa.

Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN

Kategori Variabel	Sumber Literatur	Indikator	Skala	No. Item	
Kualitas Program Acara (Kualitas Jasa) (X)	Suatu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Leweiss dan Boom (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2007: 121)			5	
Kualitas teknis (X1)	Komponen yang berkaitan dengan kualitas <i>output</i> (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Gronroos (Fandy Tjiptono, 2004: 60)				
Kualitas audio visual		Kejelasan gambar Bandung TV yang diterima	Tingkat kejelasan gambar Bandung TV yang diterima	Ordinal	A.1.1.1
		Kejelasan suara Bandung TV yang diterima	Tingkat kejelasan suara Bandung TV	Ordinal	A.1.1.2
Setting / dekorasi Studio		Daya tarik setting / dekorasi studio Bandung TV	Tingkat daya tarik setting / dekorasi studio Bandung TV	Ordinal	A.1.2.1
		Kesesuaian antara setting studio dengan konsep / tema acara	Tingkat kesesuaian antara setting studio dengan konsep / tema acara	Ordinal	A.1.2.2
Kualitas fungsional (X2)	Komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa Gronroos (Fandy Tjiptono, 2004: 60)				
Pembawa acara		Daya tarik penampilan pembawa acara Bandung TV	Tingkat daya tarik penampilan pembawa acara Bandung TV	Ordinal	A.2.1.1
		Daya tarik gaya bicara pembawa acara Bandung TV	Tingkat daya tarik gaya bicara pembawa acara Bandung TV	Ordinal	A.2.1.2
		Daya tarik pembawa acara dalam membawakan acara Bandung TV	Tingkat daya tarik pembawa acara dalam membawakan acara Bandung TV	Ordinal	A.2.1.3

Program acara		Daya tarik konsep acara-acara baru Bandung TV	Tingkat daya tarik konsep acara-acara baru Bandung TV	Ordinal	A.2.2.1
		Daya tarik nama acara Bandung TV	Tingkat daya tarik nama acara Bandung TV	Ordinal	A.2.2.2
		Kemudahan memahami pesan / informasi acara Bandung TV	Tingkat kemudahan memahami pesan / informasi acara Bandung TV	Ordinal	A.2.2.3
Citra perusahaan (X3)	Yaitu reputasi, citra umum dan daya tarik khusus jasa Gronroos (Fandy Tjiptono, 2004: 60)				
Identitas perusahaan		Daya tarik logo Bandung TV.	Tingkat daya tarik logo Bandung TV.	Ordinal	A.3.1.1
		Daya tarik motto Bandung TV.	Tingkat daya tarik motto Bandung TV.	Ordinal	A.3.1.2
Reputasi		Kepercayaan pemirsa terhadap tayangan acara Bandung TV	Tingkat kepercayaan pemirsa terhadap tayangan acara Bandung TV	Ordinal	A.3.2.1
		Kemampuan Bandung TV dalam merespon keinginan pemirsa	Tingkat kemampuan Bandung TV dalam merespon keinginan pemirsa	Ordinal	A.3.2.2
Loyalitas (Y)	Pola pembelian yang teratur dalam waktu yang lama yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambil keputusan. Griffin (2005: 24)				
Penontonan ulang (Y₁)	Pemirsa menonton program acara secara teratur Griffin (2005: 31)	Keinginan untuk menonton program acara Bandung TV	Tingkat keinginan pemirsa untuk menonton acara yang sama di stasiun Bandung TV	Ordinal	B.1.1
		Frekuensi menonton acara Bandung TV secara teratur	Tingkat frekuensi menonton acara Bandung TV secara teratur	Ordinal	B.1.2
		Frekuensi menonton program acara Bandung TV	Tingkat frekuensi menonton acara yang sama di stasiun Bandung TV	Ordinal	B.1.3
Penontonan acara yang berbeda (Y₂)	Pemirsa secara teratur menonton program acara diluar acara yang biasanya Griffin (2005: 31)	Keinginan untuk menonton acara yang berbeda di Bandung TV	Tingkat keinginan untuk menonton acara lainnya di stasiun Bandung TV.	Ordinal	B.2.1
		Frekuensi menonton program acara yang berbeda di Bandung TV	Tingkat frekuensi menonton program acara yang berbeda di stasiun Bandung TV	Ordinal	B.2.2

Perekomendasi kepada pihak lain (Y₃)	Pemirsa secara teratur menyarankan atau merekomendasikan orang lain untuk menonton Griffin (2005: 31)	Perekomendasi acara Bandung TV kepada pihak lain	Tingkat frekuensi perekomendasi acara Bandung TV kepada pihak lain	Ordinal	B.3.1
		Perekomendasi acara Bandung TV dari orang lain	Tingkat rekomendasi acara Bandung TV dari pihak lain	Ordinal	B.3.2
Kekebalan (Y₄)	Pemirsa sudah kebal atau tidak lagi tertarik dengan stasiun televisi lain Griffin (2005: 31)	Kepuasan menonton acara Bandung TV	Tingkat kepuasan menonton acara Bandung TV	Ordinal	B.4.1
		Keinginan untuk tetap menonton acara Bandung TV	Tingkat keinginan untuk tetap menonton acara Bandung TV	Ordinal	B.4.2

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Asep Hermawan (2006:168) yang dimaksud dengan data primer adalah:

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atas tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi.

Menurut Uma Sekaran (2006:60), "Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi."

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pemirsa stasiun televisi lokal Bandung TV di Komplek Margahayu Permai Kabupaten Bandung.

Data sekunder menurut Asep Hermawan (2006:168) adalah “Struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain.”

Uma Sekaran (2006:60) mengemukakan pengertian data sekunder bahwa “Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada.”

Menurut Jonathan Sarwono (2005:37) ada dua jenis data sekunder, yaitu data internal dan data eksternal. Yang termasuk data internal adalah data yang berasal dari dalam perusahaan, sedangkan data eksternal dapat berupa data yang dipublikasikan secara umum dan yang diperdagangkan.

Data sekunder diperoleh dengan cara mengumpulkan hasil penelitian dari pihak lain, diantaranya data perusahaan, *website*, jurnal ilmiah, artikel-artikel surat kabar dan majalah, serta sumber lainnya yang relevan.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang selanjutnya diterangkan pada Tabel 3.2

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
				T1	T2	T3
1	Data Jenis Perusahaan dan Nama Stasiun Televisi di Indonesia	Sekunder	www.wikipedia.net	√	√	
2	Data Televisi Lokal di Bandung	Sekunder	KPID Jabar	√	√	
3	<i>Audience Share</i> Televisi Lokal Bandung (Kuartal Pertama Tahun 2007)	Sekunder	www.agbnielsen.com	√	√	
4	<i>Rating</i> dan <i>Audience Share</i> Stasiun Televisi Lokal dan Nasional (Periode Minggu ke-4 Oktober 2007)	Sekunder	Bandung TV	√	√	
5	<i>Audience Share</i> Program Acara Bandung TV	Sekunder	Cakram Fokus, edisi Januari 2007	√	√	

No	Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
6	Frekuensi Perpindahan Channel Stasiun TV Lokal di Komplek Margahayu Permai	Primer	Pemirsa Bandung TV		√	
7	Tanggapan Pemirsa Bandung TV Terhadap <i>Technical Quality</i> Bandung TV	Primer	Pemirsa Bandung TV	√		√
8	Tanggapan Pemirsa Bandung TV Terhadap <i>Functional Quality</i> Bandung TV	Primer	Pemirsa Bandung TV	√		√
9	Tanggapan Pemirsa Bandung TV Terhadap <i>Corporate Image</i> Bandung TV	Primer	Pemirsa Bandung TV	√		√
10	Tanggapan Pemirsa Bandung TV Terhadap Loyalitas Pemirsa Bandung TV	Primer	Pemirsa Bandung TV		√	√

Keterangan:

- T1= Mendeskripsikan tanggapan pemirsa mengenai kualitas program acara yang terdiri dari: *technical quality*, *functional quality*, dan *corporate image* pada stasiun Bandung TV.
- T.2= Mendeskripsikan tingkat loyalitas pemirsa yang terdiri dari: *repetition*, *purchase across product line and service*, *refers to other*, dan *immunity* pada stasiun Bandung TV.
- T.3= Menjelaskan seberapa besar kualitas program acara yang terdiri dari: *technical quality*, *functional quality*, dan *corporate image* mempengaruhi loyalitas pemirsa pemirsa stasiun Bandung TV di Komplek Margahayu Permai, Kabupaten Bandung.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Penentuan populasi merupakan langkah yang penting dalam pelaksanaan penelitian untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Sugiyono (2006:90) menjelaskan bahwa populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan”

Definisi yang lebih luas mengenai populasi disampaikan oleh Ulber Silalahi (2006:147), sebagai berikut:

Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen di mana penyidik tertarik. Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit yang darinya sampel dipilih. Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa, atau laporan yang semuanya memiliki ciri dan harus didefinisikan secara spesifik dan tidak secara mendua.

Menurut Uma Sekaran (2006:121) "Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi".

Dalam mengumpulkan dan menganalisa suatu data menentukan populasi merupakan langkah yang penting. "Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda-benda atau yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki objek/subjek itu." (Uma Sekaran, 2006:121)

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran, yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi, apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah warga Komplek Margahayu Permai Kabupaten Bandung, yang terdiri dari 4 RW. Pemilihan Komplek Margahayu Permai sebagai populasi sasaran dalam penelitian ini dikarenakan karakteristik warga Komplek Margahayu Permai mempunyai kemiripan dengan karakteristik khalayak sasaran Bandung TV seperti kesamaan dalam kategori status sosial warga yang beragam

dari mulai golongan A-E, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan dan lainnya. Data mengenai populasi warga Komplek Margahayu Permai tersaji pada data Tabel 3.3 berikut:

TABEL 3.3
POPULASI WARGA KOMPLEK MARGAHAYU PERMAI

RW	Jumlah RT	Jumlah KK	Jumlah penduduk		
			Pria	Wanita	
RW 7	RT 01	39	88	79	
	RT 02	36	85	98	
	RT 03	33	87	98	
	RT 04	35	94	80	
	RT 05	35	79	90	
	RT 06	45	104	118	
	RT 07	20	112	180	
TOTAL		243	649	743	
RW 08	RT 01	24	54	71	
	RT 02	27	65	70	
	RT 03	29	63	74	
	RT 04	35	67	75	
	RT 05	23	51	59	
	RT 06	19	49	31	
TOTAL		157	349	380	
RW 09	RT 01	36	81	85	
	RT 02	36	82	85	
	RT 03	51	111	107	
	RT 04	26	70	57	
RW	Jumlah RT	Jumlah KK	Jumlah penduduk		
	RT 05	25	63	64	
	RT 06	33	75	79	
	RT 07	30	69	76	
	RT 08	49	102	104	
	RT 09	23	59	57	
	RT 10	22	59	65	
	TOTAL		331	771	779
	RW 10	RT 01	39	89	81
		RT 02	51	132	134
RT 03		40	102	93	
TOTAL		130	323	308	
TOTAL KESELURUHAN		861	2092	2210	

Sumber: Kelurahan Mekar Rahayu (2007)

Penentuan populasi dalam penelitian ini dibatasi melalui pelaksanaan pra penelitian terhadap warga Komplek Margahayu Permai. Populasi yang akan diteliti adalah para warga yang memenuhi batasan/kriteria yang telah ditetapkan pada saat pra penelitian yaitu warga minimal berumur 15 tahun, dan merupakan pemirsa Bandung TV. Pembatasan umur minimal 15 tahun didasari pertimbangan bahwa anak yang berumur 15 tahun sudah mengetahui dengan jelas mengenai program tayangan yang akan ditontonnya, dan sudah dapat dijadikan sampel yang dapat dipercaya. Berdasarkan hasil pelaksanaan pra penelitian diperoleh populasi sebanyak 532 orang.

TABEL 3.4
JUMLAH PEMIRSA BANDUNG TV
DI KOMPLEK MARGAYU PERMAI
(Yang berusia > 15 tahun)

Jumlah RW	Jumlah RT	Jumlah Penduduk	Jumlah Warga yang Menonton Bandung TV
4	26	4302	532

Sumber: Pra Penelitian (2007)

3.2.4.2 Sampel

Karena ukurannya yang sangat besar dan dikarenakan berbagai keterbatasan, seperti faktor keterbatasan biaya, waktu dan tenaga, maka tidak mungkin semua populasi di dalam sebuah penelitian diteliti. Oleh karena itu penelitian dilakukan dengan cara mengambil sampel dari objek populasi yang ditentukan. Asep Hermawan (2006:145) menerangkan bahwa:

Sampel merupakan suatu bagian (*subset*) dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel

peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.

Sementara itu Sugiyono (2006:91) menerangkan bahwa yang dimaksud dengan sampel adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi disebut sampel”.

Sampel penelitian yang merupakan bagian dari populasi harus diambil secara representatif (mewakili) karena kesimpulannya akan diberlakukan untuk keseluruhan populasi. Seperti yang diungkapkan oleh Masri Singarimbun (1995:149):

Bahwa tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi, karena di samping memakan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian populasi kita mengharapkan hasil yang didapat akan dapat menggambarkan hasil populasi yang bersangkutan.

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:131), yang dimaksud dengan sampel adalah “Sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu sebagian dari warga Komplek Margahayu Permai Komplek Margahayu Permai Kabupaten Bandung.

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti salah satunya adalah dengan cara menggunakan rumus Slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidak telitian. Karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan maka penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

Taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 5%, menurut Sugiyono (2006:86), alasan pengambilan taraf kesalahan 5% adalah dikarenakan:

Semakin besar jumlah sampel mendekati populasi maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya semakin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka semakin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan secara umum). Semakin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan, dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan, maka akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian yaitu sebagian dari warga Komplek Margahayu Permai, Kabupaten Bandung dengan jumlah 100 orang. Ukuran sampel ini diperoleh berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2003:141) yaitu sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolelir.

Untuk mendapatkan populasi (N), maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rata-rata yaitu sebagai berikut:

$$\text{Rata-rata Jumlah Penduduk per RT} = \frac{\text{Jumlah penduduk komplek (yang menonton Bandung TV)}}{\text{Jumlah RW}}$$

$$\text{Rata-rata Jumlah Penduduk per RW} = \frac{\text{Rata-rata jumlah penduduk per RW}}{\text{Jumlah RT}}$$

$N = (\text{rata-rata jumlah penduduk per RT} \times \text{Usia diatas 15 tahun (\%)} \times \text{Jumlah Penduduk})$

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah populasi (N), yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata jumlah penduduk per RW} &= \frac{532}{4} \\ &= 133 \text{ Orang} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata jumlah penduduk per RT} &= \frac{133}{26} \\ &= 5 \text{ Orang} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} N &= (5 \times 80\%) \times 532 \\ &= 2128 \end{aligned}$$

$$n = \frac{2128}{1 + 2128 \times 0,5^2}$$

$$n = 99,953 \sim 100$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteleti adalah berjumlah 100 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. (Uma Sekaran, 2006:123)

Menurut Ulber Silalahi (2006:236) yang dimaksud dengan penarikan sampel adalah:

Pemilihan sampel atau penarikan sampel (*sampling*) dapat diartikan sebagai proses memilih sejumlah unit atau elemen atau subjek dari dan yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dengannya dapat dibuat

generalisasi atau inferensi tentang karakteristik dari satu populasi yang diwakili.

Penelitian ini menggunakan teknik sampel wilayah (*cluster random sampling*). Menentukan sampel daerah menurut Harun Al Rasyid (1994:99) dapat dilakukan melalui langkah-langkah:

1. Populasi dibagi-bagi ke dalam (N) buah *cluster* atau satuan sampling primer (SSP).
2. Berdasarkan N buah SSP dipilih sebanyak n buah SSP melalui sample random sampling, pemilihan ini disebut pemilihan tingkat pertama.
3. Didalam SSP berisi satuan sampling yang lebih kecil yaitu Satuan Sampling Sekunder (SSS), dari masing-masing SSP yang sudah terpilih paling sedikit harus dipilih dua SSS. Pemilihan SSS ini disebut pemilihan kedua.

Berdasarkan hasil penghitungan maka diperoleh data proporsi penyebaran angket sebagai berikut:

TABEL 3.5
PROPORSI PENYEBARAN SAMPEL

RW	Jumlah Penduduk yang Menonton Bandung TV	Perhitungan Sampel	Jumlah Sampel
7	186	$186/532 \times 100$	35
8	88	$88/532 \times 100$	17
9	162	$162/532 \times 100$	30
10	96	$96/532 \times 100$	18
Total			100

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2007)

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat diartikan sebagai cara yang dilakukan dalam penelitian agar dapat memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat

dilakukan dengan cara kombinasi secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Studi kepustakaan, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, antara lain mengenai dimensi kualitas program acara yang meliputi: *technical quality*, *functional quality* dan *corporate image* serta loyalitas pemirsa.
2. Studi lapangan, yang terdiri dari :
 - a. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan pihak-pihak terkait seperti stasiun televisi Bandung TV, serta Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat (KPID Jabar) untuk memperoleh gambaran mengenai kualitas acara stasiun Bandung TV.
 - b. Angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket berisi pertanyaan tertutup mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, penilaian responden, serta persepsi responden terhadap dimensi kualitas program acara yang meliputi *technical quality*, *functional quality*, *corporate image* serta loyalitas pemirsa.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat disajikan dalam Tabel 3.6 berikut ini.

TABEL 3.6
TEKNIK PENGUMPULAN DATA DAN TUJUAN PENELITIAN

No	Data	Sumber Data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
			T1	T2	T3
1	Angket/kuesioner	Pemrsa Bandung TV di Komplek Margahayu Permai	√	√	√
2	Wawancara	KPID Jabar dan Bandung TV	√	√	√
3	Studi Literatur	Kualitas Jasa dan Loyalitas	√	√	-

Sumber: Pengolahan Data (2007)

Keterangan:

- T1= Mendeskripsikan tanggapan pemirsa mengenai kualitas program acara yang terdiri dari: kualitas teknsi, kualitas fungsional, dan citra perusahaan pada stasiun Bandung TV.
- T.2= Mendeskripsikan tingkat loyalitas pemirsa yang terdiri dari: penontonan ulang, penontonan program acara yang berbeda, perekomendasiian kepada pihak lain, dan kekebalan di stasiun Bandung TV.
- T.3= Menjelaskan seberapa besar kualitas program acara yang terdiri dari: yang terdiri dari: kualitas teknsi, kualitas fungsional, dan citra perusahaan mempengaruhi loyalitas pemirsa pemirsa stasiun Bandung TV di Komplek Margahayu Permai, Kabupaten Bandung.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Ralibilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting. Hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu, benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2004:145), yang dimaksud dengan validitas adalah "Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah."

Instrumen yang sah memiliki validitas yang tinggi. Untuk memperoleh instrumen yang valid harus diperhatikan langkah-langkah dalam menyusun instrumen, yaitu memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator, setelah itu memasukkannya ke dalam butir-butir pertanyaan. Apabila langkah tersebut dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas yang logis. Dikatakan logis karena validitas ini diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga menurut logika akan dicapai suatu tingkat validitas yang dikehendaki.

Peneliti juga perlu menguji validitas instrumen yang sudah disusun melalui pengalaman. Dengan mengujinya melalui pengalaman maka akan diketahui tingkat validitas empiris atau validitas berdasarkan pengalaman. Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas

Untuk menguji validitas dapat menggunakan *product moment* atau *pearson (Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation)*, yaitu:

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

(Suharsimi Arikunto, 2004:146)

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, dua variabel yang dikorelasikan
 X = Skor untuk pernyataan yang dipilih
 Y = Skor total
 n = Jumlah responden

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel di bawah ini.

TABEL 3.7
KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,200	Sangat rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2004:245)

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 tolok ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n - 2$$

(Suharsimi Arikunto, 2004:157)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.
2. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 30 kasus dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$), maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* komputer SPSS.11.5 menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.8 berikut.

TABEL 3.8
HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Kualitas Teknis	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Gambar Bandung TV	0.7194	0.374	Valid
2	Kualitas Suara Bandung TV	0.6676	0.374	Valid
3	Setting / dekorasi studio Bandung TV	0.7509	0.374	Valid
4	Kesesuaian setting / dekorasi studio dengan konsep / tema acara	0.6759	0.374	Valid
No	Kualitas Fungsional	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
5	Penampilan pembawa acara Bandung TV	0.6709	0.374	Valid
6	Gaya bicara pembawa acara Bandung TV	0.0436	0.374	Di Drop
7	Cara pembawa acara membawakan acara	0.6648	0.374	Valid
8	Konsep acara Bandung TV	0.7328	0.374	Valid
9	Nama-nama acara Bandung TV	0.5892	0.374	Valid
10	Kemudahan memahami pesan dalam program acara	0.2845	0.374	Di Drop
11	Tingkat kepercayaan pemirsa terhadap tayangan acara Bandung TV	0.6420	0.374	Valid
No	Citra Perusahaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
12	Tingkat kemampuan Bandung TV dalam merespon keinginan pemirsa	0.5706	0.374	Valid
13	Logo Bandung TV	0.4965	0.374	Valid
14	Motto Bandung TV	0.5608	0.374	Valid
No	Loyalitas Pemirsa	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
15	Keinginan menonton acara Bandung TV	0.6352	0.374	Valid
16	Anda teratur menonton acara Bandung TV	0.0054	0.374	Di Drop
17	Frekuensi menonton acara Bandung TV	0.6341	0.374	Valid
18	Keinginan menonton acara yang berbeda Bandung TV	0.6501	0.374	Valid

No	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
19	Frekuensi anda menonton acara yang berbeda di Bandung TV	0.2498	0.374	Di Drop
20	Frekuensi orang lain merekomendasikan Bandung TV kepada anda	0.6027	0.374	Valid
21	Frekuensi anda merekomendasikan Bandung TV ke orang lain	0.4186	0.374	Valid
22	Kepuasan akan tayangan program Bandung TV	0.5471	0.374	Valid
23	Keinginan untuk tetap menonton acara Bandung TV	0.4540	0.374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2007)

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, untuk pengukuran validitas kualitas teknis menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar bila dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0.374.

Pengukuran kualitas teknis menunjukkan nilai tertinggi adalah sebesar 0.7509 yang berada pada item pertanyaan daya tarik *setting/dekorasi* studio, dan terendah adalah 0.6676 pada item pertanyaan kualitas suara Bandung TV.

Pengukuran validitas kualitas fungsional menunjukkan skor tertinggi yaitu sebesar 0.7328 berada pada item pertanyaan daya tarik konsep acara Bandung TV, dan terendah yaitu sebesar 0.5892 pada item pertanyaan daya tarik nama program acara Bandung TV. Pada pengukuran validitas kualitas fungsional ini tidak semua item pertanyaan valid, terdapat dua item pertanyaan yang tidak valid yaitu item pertanyaan daya tarik gaya bicara pembawa acara dengan nilai sebesar 0.0436, dan item pertanyaan tingkat kemudahan memahami pesan acara Bandung TV dengan nilai sebesar 0.2845, karena nilai-nilainya berada di bawah r_{tabel} yang bernilai 0.374 maka untuk menjaga validitas item-item yang lain maka item pertanyaan yang tidak valid tersebut didrop atau dihapus.

Nilai tertinggi pada pengukuran validitas citra perusahaan ada pada item pertanyaan tingkat kepercayaan pemirsa pada tayangan Bandung TV dengan nilai sebesar 0.6420 dan nilai terendah adalah 0.4965 berada pada item pertanyaan daya tarik logo Bandung TV.

Nilai tertinggi pada pengukuran loyalitas pemirsa, yaitu sebesar 0.6501 berada pada item pertanyaan keinginan menonton program acara yang berbeda di Bandung TV, dan skor terendah yaitu 0.4186 ada pada item pertanyaan frekuensi orang lain merekomendasikan program Bandung TV. Pada pengukuran inipun terdapat item yang tidak valid, yaitu item pertanyaan tingkat keteraturan menonton acara Bandung TV sebesar 0.0054 dan frekuensi menonton acara yang berbeda di Bandung TV sebesar 0.2498 dan untuk menjaga validitas item-item yang lain maka item pertanyaan yang tidak valid tersebut di drop atau dihapus.

3.2.6.2 Pengujian Realibilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi, 2004:145).

Jika suatu instrumen dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen, yaitu rumus *Cronbach Alpha*. Pemilihan rumus *Cronbach Alpha* ini, dikarenakan *alpha* adalah sebuah model konsistensi internal yang berdasarkan korelasi rata-rata inter-item (Tutorial SPSS 11.5). Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right)$$

(Husein Umar, 2002 :146)

Keterangan :

- r_{11} = Rentabilitas Instrumen
 K = Banyaknya butir pertanyaan
 σ_i^2 = Varian Total
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varian Butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara menilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

(Husein Umar, 2002 :147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $< r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang bernilai 0,374. Agar lebih terperinci dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL 3.9
UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kualitas Teknis	0.7966	0.374	Reliabel
2.	Kualitas Fungsional	0.7369	0.374	Reliabel
3.	Citra Perusahaan	0.6594	0.374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2007)

Tabel di atas menunjukkan variabel yang memiliki nilai tertinggi adalah kualitas teknis dengan nilai r_{hitung} sebesar 0.7966, sedangkan variabel yang memiliki nilai terendah adalah citra perusahaan dengan nilai sebesar 0.6594.

3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.2.7.1 Rancangan Analisis Data

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil kuesioner/survei lapangan harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Adapun data yang diperoleh diolah dengan kriteria sebagai berikut:

1. Setiap variabel yang dinilai oleh pemirsa Bandung TV di Komplek Margahayu Permai, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban (*Likert's Summated*), dimana setiap *option* terdiri dari lima kriteria sebagai berikut:

TABEL 3.10
INTERPRETASI ALTERNATIF JAWABAN

Alternatif Jawaban	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiyono (2006:87)

2. Pembobotan setiap jawaban menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
3. Setiap peringkat jawaban mencerminkan penilaian pemirsa Bandung TV terhadap pelaksanaan dimensi kualitas program acara yang meliputi kualitas teknis, kualitas fungsional, dan citra perusahaan yang dilaksanakan oleh Bandung TV.
4. Total skor = total variabel x skor jawaban

$$\text{Score Variable} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Are Below Upper Limit}) - (\text{Are Below Lower Limit})}$$
5. Tingkat kepentingan yang berkaitan dengan preferensi dan tuntutan pemirsa akan pelaksanaan dimensi kualitas program acara yang kualitas teknis, kualitas fungsional, dan citra perusahaan diambil berdasarkan frekuensi jawaban responden.

Keperluan analisis yang lebih khusus dalam menunjang pengujian hipotesis penelitian ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu: persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian.
2. Persiapan, yaitu mengumpulkan dan memeriksa kelengkapan lembar kuesioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian.
3. Melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai yang sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan, menjumlahkan skor pada setiap item, serta menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian. Nilai yang

diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel bebas dan variabel terikat yang diasumsikan berhubungan linear.

4. Hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas program acara yang meliputi kualitas teknis, kualitas fungsional, dan citra perusahaan dilakukan melalui pengolahan data dengan menganalisis loyalitas pemirsa Bandung TV di Komplek Margahayu Permai Kabupaten Bandung terhadap setiap butir kuesioner.

Penelitian ini menggunakan dua jenis pendekatan analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Dengan menggunakan kombinasi metode deskriptif dan verifikatif, diharapkan dapat diperoleh generalisasi yang lebih komprehensif, sehingga permasalahan yang diteliti menjadi jelas, dan akan lebih memudahkan untuk merumuskan solusi yang tepat.

Pengolahan data yang bersifat kuantitatif dibantu dengan program *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 11,5 dan *software microsoft excel*, yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel, gambar, dan grafik yang dijadikan dasar untuk menganalisis secara kualitatif maupun kuantitatif, sehingga diperoleh deskripsi yang jelas mengenai tanggapan pemirsa Bandung TV di Komplek Margahayu Permai terhadap dimensi kualitas program acara yang meliputi kualitas teknis, kualitas fungsional, dan citra perusahaan yang dilaksanakan oleh stasiun Bandung TV, serta gambaran mengenai loyalitas pemirsa Bandung TV di Komplek Margahayu Permai, Kabupaten Bandung.

3.2.7.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif, bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya (Sugiyono, 2006:144). Melalui analisis deskriptif, maka dapat diketahui:

1. Tanggapan pemirsa terhadap kualitas program acara stasiun televisi lokal Bandung TV.
2. Tanggapan pemirsa terhadap loyalitas menonton program acara stasiun televisi lokal Bandung TV.

3.2.7.2 Rancangan Pengujian Hipotesis

3.2.7.2.1 Pengujian Hipotesis Menggunakan *Path Analysis*

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Pemilihan metode analisis jalur ini dikarenakan *path analysis* (analisis jalur) adalah analisis yang merupakan bagian dari analisis regresi yang digunakan untuk menganalisis hubungan kausal antar variabel-variabel dimana variabel-variabel bebas mempengaruhi variabel tergantung, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui satu atau lebih variabel perantara” (Jonthan Sarwono, 2006:147)

Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval, untuk itu karena penelitian ini menggunakan data ordinal maka terlebih dahulu harus ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Setelah ditransformasi data tersebut dapat diolah menggunakan metode analisis jalur. Jadi penganalisan data dilakukan melalui dua tahap, akan tetapi sebelum melakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu melakukan analisis *cross tabs* untuk melihat keterkaitan antara karakteristik responden, pengalaman dan variabel penelitian.

A. *Method Of Successive Interval (MSI)*

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (Harun Al Rasyid,1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban

4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

B. Path Analysis

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh kualitas program acara (X) yang terdiri dari kualitas teknis (X₁), kualitas fungsional (X₂) dan citra perusahaan (X₃) terhadap loyalitas pemirsa (Y) stasiun televisi Bandung TV adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*). Dalam hal ini analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh Variabel independen (X₁, X₂, X₃) terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung. (Nirwana SK Sitepu, 1994:15-30).

Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur maka sekurang-kurangnya data yang diperoleh adalah data interval, untuk itu karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval.

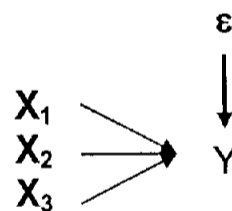


Data penelitian yang sudah berbentuk interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel *independent*-nya dengan variabel *dependent* dari semua sampel penelitian

Adapun untuk pengolahan data dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS 11.5, menurut Kusnendi (2004: 26) adalah:

- 1) Transformasikan data mentah menjadi data dalam skor Z. Untuk itu pilih menu *Analyze*. Pilih *Descriptive Statistik*. Klik *Descriptive*. Blok semua variabel, klik >. Klik Ok. Klik save untuk menyimpan data.
- 2) Untuk memperoleh semua nilai PA, prosedurnya adalah dari menu utama *Analyze*, pilih *Regression*, klik *Linier*. Pengisian kotak *Dependent*, klik variabel endogen, yaitu Zscore (Y) (z_y) dan klik >. Pengisian kotak *Independent*, blok semua variabel eksogen dan klik >. *Method*, pilih *Backward*. Kemudian dari kotak *Statistik*, klik *Descriptive*.

Setelah data penelitian berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut.



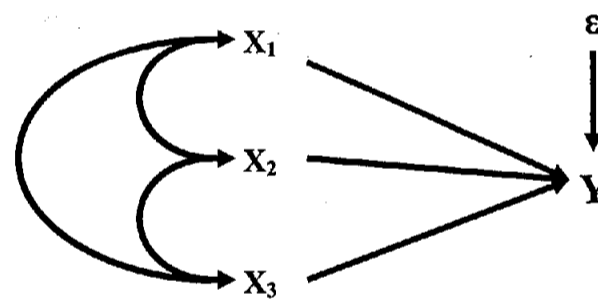
GAMBAR 3.1
STRUKTUR KAUSAL ANTARA
 X_1 , X_2 , X_3 DAN Y

Keterangan :

X1	= Kualitas teknis
X2	= Kualitas fungsional
X3	= Citra perusahaan
Y	= Loyalitas Pemirsa
ϵ	= Epsilon (variabel lain)
—————→	= Hubungan kausalitas

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa kualitas teknis (X_1), kualitas fungsional (X_2), dan citra perusahaan (X_3), berpengaruh terhadap loyalitas pemirsa. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara variabel kualitas teknis (X_1), kualitas fungsional (X_2), dan citra perusahaan (X_3) dengan Y, yaitu ϵ (variabel lain), namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X_1 , X_2 , X_3 dan Y diuji melalui analisis jalur dengan sub hipotesis utama berbunyi terdapat pengaruh yang positif antara kualitas teknis, kualitas fungsional, dan citra perusahaan terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV. Untuk lebih jelas lagi dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut.



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR STRUKTUR HIPOTESIS UTAMA

1. Menghitung matriks korelasi antara variabel bebas

$$\mathbf{R}_1 = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 \end{matrix} \\ \begin{pmatrix} 1 & r_{X_2 X_1} & r_{X_3 X_1} \\ & 1 & r_{X_3 X_2} \\ & & 1 \end{pmatrix} \end{matrix}$$

2. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$\mathbf{R}_1^{-1} = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 \end{matrix} \\ \begin{pmatrix} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{pmatrix} \end{matrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus sebagai berikut:

$$\begin{matrix} \begin{pmatrix} P_{YX_1} \\ P_{YX_2} \\ P_{YX_3} \end{pmatrix} \end{matrix} \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 \end{matrix} \\ \begin{pmatrix} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} \\ & & C_{3.3} \end{pmatrix} \end{matrix} \begin{matrix} \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \end{pmatrix} \end{matrix}$$

3. Hitung $R^2 Y (X_1, X_2, X_3)$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total

X_1, X_2, X_3 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2 Y (X_1, X_2, X_3) = [P_{YX_1}, P_{YX_2}, P_{YX_3}] \begin{pmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \\ r_{YX_3} \end{pmatrix}$$

4. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh (X₁) terhadap (Y)

$$\text{Pengaruh langsung} = r_{YX_1} \cdot r_{YX_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_2\text{)} = r_{YX_1} \cdot r_{X_1X_2} \cdot r_{YX_2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_3\text{)} = \frac{r_{YX_1} \cdot r_{X_1X_3} \cdot r_{YX_3}}{\quad} +$$

$$\text{Pengaruh total (X}_1\text{) terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

Pengaruh (X₂) terhadap (Y)

$$\text{Pengaruh langsung} = r_{YX_2} \cdot r_{YX_2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_1\text{)} = r_{YX_2} \cdot r_{X_2X_1} \cdot r_{YX_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_3\text{)} = \frac{r_{YX_2} \cdot r_{X_2X_3} \cdot r_{YX_3}}{\quad} +$$

$$\text{Pengaruh total (X}_2\text{) terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

Pengaruh (X₃) terhadap (Y)

$$\text{Pengaruh langsung} = r_{YX_3} \cdot r_{YX_3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_1\text{)} = r_{YX_3} \cdot r_{X_3X_1} \cdot r_{YX_1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_2\text{)} = \frac{r_{YX_3} \cdot r_{X_3X_2} \cdot r_{YX_2}}{\quad} +$$

$$\text{Pengaruh total (X}_3\text{) terhadap Y} = \dots\dots\dots$$

5. Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3)}}$$

6. Keputusan penerimaan atau penolakan H_0

Rumusan hipotesis operasional:

$$H_0 : PYX_1 = PYX_2 = PYX_3 = 0$$

H_i : sekurang-kurangnya ada sebuah $PYX_i \neq 0, i = 1, 2, \text{ dan } 3$

7. Statistik uji yang digunakan adalah

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{k \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}$$

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi F Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq$

F_{tabel} , maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian

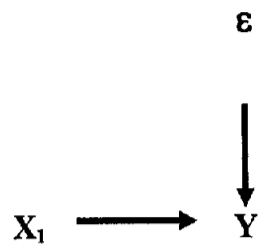
secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \sqrt{\frac{P_{YX_i} - P_{YX_i}}{(1 - R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_3)}) (C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}} \\ (n-k-1)$$

t mengikuti distribusi t-student dengan derajat kebebasan $n-k-1$.

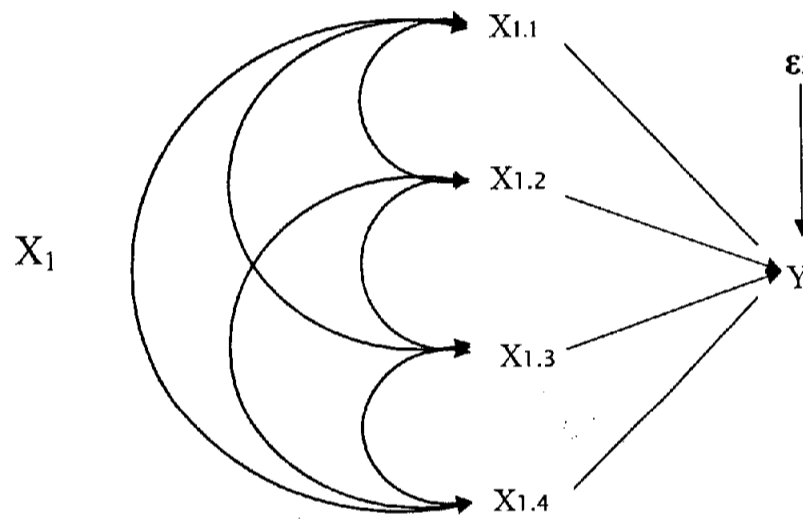
Struktur hubungan antara X_1 dan Y diuji melalui analisis jalur dengan sub hipotesis 1 berbunyi terdapat pengaruh yang positif antara kualitas teknis yang terdiri dari peningkatan kualitas audio visual, dan perubahan *setting*/dekorasi studio terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menggambar struktur hipotesis.



GAMBAR 3.3
STRUKTUR HIPOTESIS 1

- b. Selanjutnya struktur sub hipotesis 1 di atas diterjemahkan ke dalam diagram sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel bebas terhadap variabel terikat. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.3 di halaman berikut ini.



GAMBAR 3.4
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS 1

c. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} \\ 1 & r_{X_{1,2}X_{1,1}} & r_{X_{1,3}X_{1,1}} & r_{X_{1,4}X_{1,1}} \\ & 1 & r_{X_{1,3}X_{1,2}} & r_{X_{1,4}X_{1,2}} \\ & & 1 & r_{X_{1,4}X_{1,3}} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

d. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} \\ C_{1,1} & C_{1,2} & C_{1,3} & C_{1,4} \\ & C_{2,2} & C_{2,3} & C_{2,4} \\ & & C_{3,3} & C_{3,4} \\ & & & C_{4,4} \end{pmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} P_{YX1} \\ P_{YX2} \\ P_{YX3} \\ P_{YX4} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_{1,1} & X_{1,2} & X_{1,3} & X_{1,4} \\ C_{1,1} & C_{1,2} & C_{1,3} & C_{1,4} \\ & C_{1,2} & C_{1,3} & C_{1,4} \\ & & C_{1,3} & C_{1,4} \\ & & & C_{1,4} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX.1} \\ r_{YX.2} \\ r_{YX.3} \\ r_{YX.4} \end{pmatrix}$$

c. Hitung R^2Y ($X_{1,1}$, $X_{1,2}$, $X_{1,3}$, dan $X_{1,4}$) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total $X_{1,1}$, $X_{1,2}$, $X_{1,3}$, dan $X_{1,4}$ terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_{1.1}, \dots, X_{1.4}) = [P_{YX1.1} \dots P_{YX1.4}] \begin{bmatrix} r_{YX1.1} \\ \dots \\ r_{YX1.4} \end{bmatrix}$$

- f. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X.1 terhadap Y

Pengaruh (X_{1.1}) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $P_{YX1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.2}) = $P_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot P_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.3}) = $P_{YX1} \cdot r_{X1X3} \cdot P_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.4}) = $P_{YX1} \cdot r_{X1X4} \cdot P_{YX4} +$

Pengaruh total (X_{1.1}) terhadap Y =

Pengaruh (X_{1.2}) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $P_{YX2} \cdot P_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.1}) = $P_{YX2} \cdot r_{X2X1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.3}) = $P_{YX2} \cdot r_{X2X3} \cdot P_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.4}) = $P_{YX2} \cdot r_{X2X4} \cdot P_{YX4} +$

Pengaruh total (X_{1.2}) terhadap Y =

Pengaruh (X_{1.3}) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $P_{YX3} \cdot P_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.1}) = $P_{YX3} \cdot r_{X3X1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.2}) = $P_{YX3} \cdot r_{X3X2} \cdot P_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{1.4}) = $P_{YX3} \cdot r_{X3X4} \cdot P_{YX4} +$

Pengaruh total (X_{1.3}) terhadap Y =

Pengaruh (X_{1,4}) terhadap (Y)

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX4} \cdot P_{YX4} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{1,1}\text{)} &= P_{YX4} \cdot r_{X4X1} \cdot P_{YX1} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{1,2}\text{)} &= P_{YX4} \cdot r_{X4X2} \cdot P_{YX2} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{1,3}\text{)} &= \frac{P_{YX3} \cdot r_{X4X3} \cdot P_{YX3}}{P_{YX3}} + \\
 \text{Pengaruh total (X}_{1,4}\text{) terhadap Y} &= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

g. Menghitung variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_{1,1}, X_{1,2}, \dots, X_{1,4})}}$$

h. Keputusan penerimaan atau penolakan Ho

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: P_{YX1,1} = P_{YX1,2} = P_{YX1,3} = P_{YX1,4} = 0$$

Hi: sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2, 3$, dan 4

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i})}$$

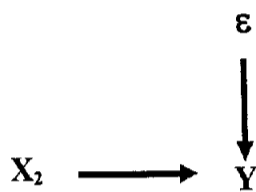
Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila Fhitung \geq Ftabel, maka Ho ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_4)})(C_{ii} + C_{jj} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan n-k-1.

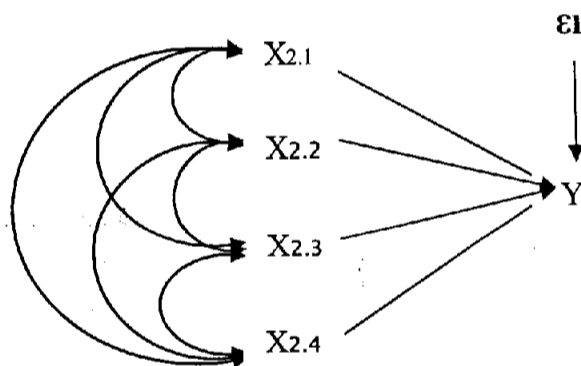
Struktur hubungan antara X_2 dan Y diuji melalui analisis jalur dengan sub hipotesis 2 berbunyi terdapat pengaruh yang positif antara kualitas fungsional yang terdiri atas pembawa acara, dan program acara baru terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menggambar struktur hipotesis.



GAMBAR 3.5
STRUKTUR HIPOTESIS 2

- b. Selanjutnya struktur sub hipotesis 2 di atas diterjemahkan ke dalam diagram sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel bebas terhadap variabel terikat. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.5 berikut.



GAMBAR 3.6
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS 2

c. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{pmatrix} X_{2.1} & X_{2.2} & X_{2.3} & X_{2.4} \\ 1 & r_{X_{2.2}X_{2.1}} & r_{X_{2.3}X_{2.1}} & r_{X_{2.4}X_{2.1}} \\ & 1 & r_{X_{2.3}X_{2.2}} & r_{X_{2.4}X_{2.2}} \\ & & 1 & r_{X_{2.4}X_{2.3}} \\ & & & 1 \end{pmatrix}$$

d. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{pmatrix} X_{2.1} & X_{2.2} & X_{2.3} & X_{2.4} \\ C_{2.1} & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & & C_{2.4} \end{pmatrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} P_{YX1} \\ P_{YX2} \\ P_{YX3} \\ P_{YX4} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 \\ C_{2.1} & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & C_{2.3} & C_{2.4} \\ & & & C_{2.4} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{YX1} \\ r_{YX2} \\ r_{YX3} \\ r_{YX4} \end{pmatrix}$$

e. Hitung R^2_Y ($X_{2.1}$, $X_{2.2}$, $X_{2.3}$, dan $X_{2.4}$) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total $X_{2.1}$, $X_{2.2}$, $X_{2.3}$, dan $X_{2.4}$ terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2 Y (X_{2.1}, \dots, X_{2.4}) = [P_{YX2.1} \dots P_{YX2.4}] \begin{bmatrix} r_{YX2.1} \\ \dots \\ r_{YX2.4} \end{bmatrix}$$

- f. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X.2 terhadap Y

Pengaruh (X_{2.1}) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $P_{YX1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2.1}) = $P_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot P_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2.3}) = $P_{YX1} \cdot r_{X1X3} \cdot P_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2.4}) = $P_{YX1} \cdot r_{X1X4} \cdot P_{YX4} +$

Pengaruh total (X_{2.1}) terhadap Y =

Pengaruh (X_{2.2}) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $P_{YX2} \cdot P_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2.1}) = $P_{YX2} \cdot r_{X2X1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2.3}) = $P_{YX2} \cdot r_{X2X3} \cdot P_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2.4}) = $P_{YX2} \cdot r_{X2X4} \cdot P_{YX4} +$

Pengaruh total (X_{2.2}) terhadap Y =

Pengaruh (X_{2.3}) terhadap (Y)

Pengaruh langsung = $P_{YX3} \cdot P_{YX3}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2.1}) = $P_{YX3} \cdot r_{X3X1} \cdot P_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2.2}) = $P_{YX3} \cdot r_{X3X2} \cdot P_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui (X_{2.4}) = $P_{YX3} \cdot r_{X3X4} \cdot P_{YX4} +$

Pengaruh total (X_{2.3}) terhadap Y =

Pengaruh (X_{2,4}) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX4} \cdot P_{YX4} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{2,1}\text{)} &= P_{YX4} \cdot r_{X4X1} \cdot P_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{2,2}\text{)} &= P_{YX4} \cdot r_{X4X2} \cdot P_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{2,3}\text{)} &= \underline{P_{YX3} \cdot r_{X4X3} \cdot P_{YX3}} + \\ \text{Pengaruh total (X}_{2,4}\text{) terhadap Y} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

g. Menghitung variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_{2.1}, X_{2.2}, \dots, X_{2.4})}}$$

h. Keputusan penerimaan atau penolakan Ho

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: P_{YX1} = P_{YX2} = P_{YX3} = P_{YX4} = 0$$

H_i: sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{YX_i} \neq 0$, $i = 1, 2, 3$, dan 4

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{YX_i} P_{YX_i})}$$

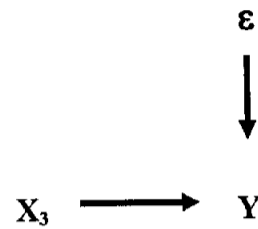
Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka Ho ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X_{2.1}, X_{2.2}, \dots, X_{2.4})})(C_{ii} + C_{jj} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan n-k-1.

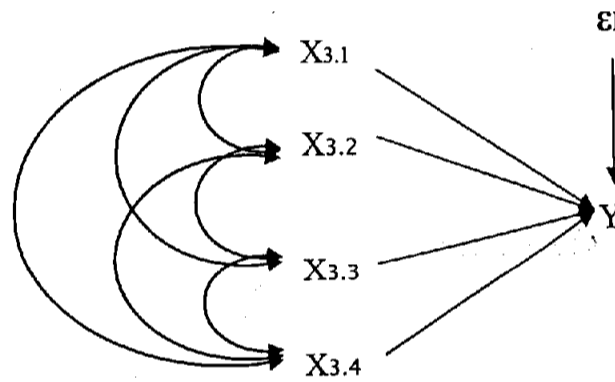
Struktur hubungan antara X_3 dan Y diuji melalui analisis jalur dengan sub hipotesis 3 berbunyi terdapat pengaruh yang positif antara citra perusahaan yang terdiri dari identitas perusahaan dan reputasi terhadap keputusan loyalitas pemirsa. Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menggambar struktur hipotesis.



GAMBAR 3.7
STRUKTUR HIPOTESIS 3

- b. Selanjutnya struktur sub hipotesis 3 di atas diterjemahkan ke dalam diagram sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel bebas terhadap variabel terikat. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.7 berikut.



GAMBAR 3.8
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS 3

- i. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{matrix} & X_{3,1} & X_{3,2} & X_{3,3} & X_{3,4} \\ \begin{pmatrix} 1 & r_{X_{3,2}X_{3,1}} & r_{X_{3,3}X_{3,1}} & r_{X_{3,4}X_{3,1}} \\ & 1 & r_{X_{3,3}X_{3,2}} & r_{X_{3,4}X_{3,2}} \\ & & 1 & r_{X_{3,4}X_{3,3}} \\ & & & 1 \end{pmatrix} \end{matrix}$$

j. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{matrix} & X_{3,1} & X_{3,2} & X_{3,3} & X_{3,4} \\ \begin{pmatrix} C_{3,1} & C_{3,2} & C_{3,3} & C_{3,4} \\ & C_{3,2} & C_{3,3} & C_{3,4} \\ & & C_{3,3} & C_{3,4} \\ & & & C_{3,4} \end{pmatrix} \end{matrix}$$

Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} P_{YX1} \\ P_{YX2} \\ P_{YX3} \\ P_{YX4} \end{pmatrix} = \begin{matrix} & X_{3,1} & X_{3,2} & X_{3,3} & X_{3,4} \\ \begin{pmatrix} C_{3,1} & C_{3,2} & C_{3,3} & C_{3,4} \\ & C_{3,2} & C_{3,3} & C_{3,4} \\ & & C_{3,3} & C_{3,4} \\ & & & C_{3,4} \end{pmatrix} \end{matrix} \begin{pmatrix} r_{YX1} \\ r_{YX2} \\ r_{YX3} \\ r_{YX4} \end{pmatrix}$$

k. Hitung R^2Y ($X_{3,1}$, $X_{3,2}$, $X_{3,3}$, dan $X_{3,4}$) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total $X_{3,1}$, $X_{3,2}$, $X_{3,3}$, dan $X_{3,4}$ terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2Y (X_{3.1}, \dots, X_{3.4}) = [P_{YX3.1} \dots P_{YX3.4}] \begin{bmatrix} r_{YX3.1} \\ \dots \\ r_{YX3.4} \end{bmatrix}$$

1. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel

Pengaruh X.3 terhadap Y

Pengaruh (X_{3.1}) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX1} \cdot P_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3.2}\text{)} &= P_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot P_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3.3}\text{)} &= P_{YX1} \cdot r_{X1X3} \cdot P_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3.4}\text{)} &= \underline{P_{YX1} \cdot r_{X1X4} \cdot P_{YX4} +} \\ \text{Pengaruh total (X}_{3.1}\text{) terhadap Y} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X_{3.2}) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX2} \cdot P_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3.1}\text{)} &= P_{YX2} \cdot r_{X2X1} \cdot P_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3.3}\text{)} &= P_{YX2} \cdot r_{X2X3} \cdot P_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3.4}\text{)} &= \underline{P_{YX2} \cdot r_{X2X4} \cdot P_{YX4} +} \\ \text{Pengaruh total (X}_{3.2}\text{) terhadap Y} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X_{3.3}) terhadap (Y)

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX3} \cdot P_{YX3} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3.1}\text{)} &= P_{YX3} \cdot r_{X3X1} \cdot P_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3.2}\text{)} &= P_{YX3} \cdot r_{X3X2} \cdot P_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3.4}\text{)} &= \underline{P_{YX3} \cdot r_{X3X4} \cdot P_{YX4} +} \\ \text{Pengaruh total (X}_{3.3}\text{) terhadap Y} &= \dots\dots\dots \end{aligned}$$

Pengaruh (X_{3,4}) terhadap (Y)

$$\begin{aligned}
\text{Pengaruh langsung} &= P_{YX4} \cdot P_{YX4} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3,1}\text{)} &= P_{YX4} \cdot r_{X4X1} \cdot P_{YX1} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3,2}\text{)} &= P_{YX4} \cdot r_{X4X2} \cdot P_{YX2} \\
\text{Pengaruh tidak langsung melalui (X}_{3,3}\text{)} &= \underline{P_{YX3} \cdot r_{X4X3} \cdot P_{YX3}} + \\
\text{Pengaruh total (X}_{3,4}\text{) terhadap Y} &= \dots\dots\dots
\end{aligned}$$

m. Menghitung variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1, X2, \dots, X4)}}$$

n. Keputusan penerimaan atau penolakan Ho

Rumusan Hipotesis operasional:

$$H_0: P_{YX1} = P_{YX2} = P_{YX3} = P_{YX4} = 0$$

H_i: sekurang-kurangnya ada sebuah $P_{PYXi} \neq 0$, $i = 1, 2, 3$, dan 4

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{YXi} P_{YXi})}$$

Hasil Fhitung dibandingkan dengan tabel distribusi F-Snedecor, apabila Fhitung \geq Ftabel, maka Ho ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan adalah:

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1, X2, \dots, X4)})(C_{ii} + C_{jj} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t-Student dengan derajat kebebasan n-k-1.

3.2.7.4 Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2006:188) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,5 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas program acara terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara antara kualitas program acara terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV.

Kriteria penerimaan atau penolakan sub hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas teknis yang meliputi peningkatan kualitas audio visual, dan perubahan setting studio terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kualitas teknis yang meliputi peningkatan kualitas audio visual, dan perubahan setting studio terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV.

2. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas fungsional yang meliputi pembawa acara, dan penambahan program acara baru terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV.
- $H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara kualitas fungsional yang meliputi pembawa acara, dan penambahan program acara baru terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV.
3. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara citra perusahaan yang meliputi identitas perusahaan dan reputasi terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV.
4. $H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh antara citra perusahaan yang meliputi identitas perusahaan dan reputasi terhadap loyalitas pemirsa stasiun Bandung TV.

Selanjutnya untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel kualitas teknis (X_1), kualitas fungsional (X_2), dan citra perusahaan (X_3), dan loyalitas pemirsa (Y), digunakan klasifikasi koefisien korelasi pada tabel di berikut ini.

TABEL 3.11
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN DETERMINASI

Interval Koefisien	tingkat 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

Sumber: Sugiyono (2006:214)

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2006:188) adalah :

- 3) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- 4) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.