

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Tempat peneliti tinggal. Data diperoleh melalui jaringan *online* dengan menyebar kuesioner digital ke beberapa media berbasis internet, yaitu (1) melalui tiga halaman grup *Facebook* bernama **drakorindofilms.com**, **drakorindo.com**, dan **Gong Yoo 공유(Gong Ji Chul)**; dan (2) melalui aplikasi pesan instan **Line**.

Lokasi responden tidak terbatas di seluruh area di Indonesia. Objek penelitian ini adalah beberapa susunan sikap yang terdiri dari sikap terhadap aktor, sikap terhadap kesesuaian aktor dengan merek, sikap terhadap karakter, dan sikap terhadap drama Korea. Penelitian akan dilakukan terhadap penonton drama Korea yang telah menonton drama yang berjudul *Goblin* dan mampu menjawab setidaknya satu produk atau merek yang diingat, yang muncul pada drama tersebut.

3.2 Metode Sampling

3.2.1 Populasi dan Sampel

Sampling diawali dengan menjabarkan target populasi terlebih dahulu. Target populasi harus didefinisikan dalam lingkup elemen, batasan geografis, dan waktu (Sekaran & Bougie; 2013). **Populasi** dalam penelitian ini adalah semua penonton drama Korea di Indonesia. Tidak terdapat data yang resmi dan pasti mengenai

jumlah populasi ini. Tidak semua anggota populasi akan menjadi responden penelitian, sehingga diperlukan pengambilan sampel.

Sampel terdiri dari beberapa anggota yang dipilih. Dengan kata lain, beberapa, namun tidak semua, elemen populasi membentuk sampel itu (Sekaran & Bougie, 2013). Gay dan Diehl (1992) dalam Hill (1998) berpendapat bahwa sampel haruslah sebesar-besarnya. Pendapat ini mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representative dan hasil penelitian dapat digeneralisir. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan persyaratan yang diajukan oleh Hair *et al.* (1998) yaitu jumlah sampel yang diambil minimal 5 kali jumlah parameter yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan 34 parameter berupa *item* pada kuesioner, sehingga jumlah sampel minimum berdasarkan pernyataan ini adalah sebesar $34 \times 5 = 140$ sampel.

3.2.2 Data dan Sumber Data

Pendekatan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini pada akhirnya menghasilkan data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka yang biasanya diperoleh melalui pertanyaan yang terstruktur (Sekaran & Bougie, 2013). Sumber yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti untuk variabel tertentu dan untuk kepentingan studi (Sekaran dan Bougie, 2013).

3.2.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk penelitian ini, penulis menggunakan metode *sampling* berupa *purposive sampling* yang dilakukan pada generasi millennial penonton drama Korea yang memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan penulis. Metode *purposive sampling* membatasi responden pada kriteria tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang diharapkan (Sekaran & Bougie; 2013).

Seperti yang dikutip oleh Balasubramanian *et al.* (2014), rentang usia kelompok yang sering menonton *movie* – dan sejenisnya – adalah antara 18 hingga 34 tahun yang sebagian besar merupakan mahasiswa aktif (Babin & Carder, 1996). Sesuai dengan pembagian generasi kohort, peneliti menetapkan responden penelitian ini adalah generasi millennial (1980-2000) yang saat ini berumur sekitar 17 hingga 36 tahun. Mereka akan diminta untuk berpartisipasi mengisi *survey online*. Sampel pada usia ini sebagian besar didominasi oleh mahasiswa dan mereka yang baru memasuki dunia kerja di atas tahun 2000 (Robbins & Judge 2007). Karena drama Korea kini dapat ditonton dari beberapa media dari TV kabel hingga internet, generasi millennial yang merupakan generasi yang tidak dapat dipisahkan dengan teknologi tentu akan menjadi subjek yang cocok untuk penelitian.

Dalam penelitiannya di Surabaya, Sari (2015) juga menyebutkan bahwa drama Korea merupakan tontonan yang saat ini disukai remaja atas motif-motif tertentu seperti (1) motif informasi yang diketahui dari motif remaja menonton drama Korea di televisi, yaitu motif untuk memuaskan rasa ingin tahu dan mendapatkan suatu informasi yang dapat dijadikan pembelajaran dalam

kehidupan sehari-hari; (2) motif identitas personal dan psikologi individu remaja Surabaya menonton drama Korea di Televisi karena ingin mendapatkan gambaran mengenai bagaimana berperilaku dan mencapai kepercayaan diri guna hidup bermasyarakat.; (3) motif integrasi dan interaksi sosial remaja Surabaya menonton drama Korea di televisi yaitu karena ingin mengetahui peran sosial apa yang bisa mereka ambil dalam masyarakat dan mempunyai bahan pembicaraan dengan teman; (4) motif hiburan remaja Surabaya menonton drama Korea di televisi yaitu motif untuk bersantai dan mendapatkan hiburan, meluapkan emosi yang kurang tersalurkan dan melupakan permasalahan yang terjadi di kehidupannya.

Responden menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai drama Korea berjudul *Goblin* yang paling tidak sudah ditonton maksimal 5 bulan lalu karena kemampuan *brand recall* seseorang akan berkurang setelah 5 bulan (Mackey *et al.* dalam Balasubramanian *et al.*, 2014). Secara spesifik, mereka diminta untuk mengingat kembali satu produk, judul drama Korea tersebut, merek yang muncul, kategori produk, karakter, dan nama aktor utama pemeran yang sekaligus berinteraksi dengan produk tersebut. Selain itu, responden akan diminta untuk menilai skala-skala untuk setiap model yang dibuat (Balasubramanian *et al.*; 2014).

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini akan menyebar kuesioner kepada responden potensial yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Berusia antara 17-36 tahun.
2. Sudah menonton drama Korea “*Goblin*” paling tidak 5 bulan lalu.

3. Mengingat paling tidak satu bentuk *product placement* yang ada di dalam drama tersebut.

Ada pun kuesioner yang digunakan memiliki rincian berikut ini.

Tabel 3.1
Rincian Kuesioner

No.	Variabel	Jumlah Pertanyaan
1	Attitude Toward the Actor (A_{actor})	15
2	Fit Between Actor and Brand ($A_{actor-b}$)	3
3	Attitude Toward Character (A_{char})	4
4	Attitude Toward the Korean Drama (A_{Kdrama})	4
5	Attitude Toward the Product Placement (A_{pp})	4
6	Attitude Toward the Brand (A_b)	4
	TOTAL	34

Sumber: Balasubramanian *et al.*, (2014)

3.3 Definisi Operasional

Dengan mengadaptasi dari penelitian yang dilakukan Balasubramanian *et al.* (2014) dan menyesuaikannya dengan teori mediasi oleh Zhao *et al.*, (2010), penelitian ini menggunakan empat variabel independen, satu variabel mediasi, dan satu variabel dependen yang dapat dijabarkan melalui Tabel 3.2 berikut ini.

Tabel 3.2
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Alat Ukur
1	<i>Attitude Toward the Actor</i> (A_{actor})	Sikap evaluatif penonton terhadap aktor yang bermain dalam drama yang sekaligus berasosiasi terhadap produk	1. Daya tarik aktor 2. Kelas aktor 3. Jelek atau tampannya aktor 4. Elegan atau tidaknya aktor	<i>Likert Scale</i> dengan lima skala interval.

		(Balasubramanian <i>et al.</i> , 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 5. <i>Sexy</i> atau tidaknya aktor 6. Pendirian aktor 7. Kejujuran aktor 8. Keandalan aktor 9. Tulusnya aktor 10. Kepercayaan terhadap aktor 11. Keahlian aktor 12. Pengalaman aktor 13. Wawasan aktor 14. Kualifikasi aktor 15. Kemampuan aktor 	
2	<i>Fit Between Actor and Brand</i> ($A_{actor-b}$)	Mengacu pada sikap penonton terhadap kesesuaian hubungan yang dimiliki karakter terhadap merek yang ditampilkan dalam drama (Balasubramanian <i>et al.</i> , 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian <i>image</i> Samsung S7 dengan <i>image</i> aktor Gong Yoo. 2. Cara aktor memperlihatkan merek di layar drama. 3. Cara aktor memperlihatkan merek dalam alur cerita 	<i>Likert Scale</i> dengan lima skala interval.
3	<i>Attitude Toward Character</i> (A_{char})	Sikap atau ketertarikan konsumen terhadap karakter (Balasubramanian <i>et al.</i> , 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diinginkan atau tidaknya karakter 2. Berkesan atau tidaknya karakter 3. Baik atau tidaknya karakter diperankan 4. Mencerminkan atau tidaknya persona aktor pada karakter 	<i>Likert Scale</i> dengan lima skala interval.
4	<i>Attitude Toward the Korean Drama</i> (A_{Kdrama})	Menunjukkan sikap istimewa yang dimiliki penonton terhadap sebuah drama (Balasubramanian <i>et al.</i> , 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Baik buruknya drama Korea 2. Ingin atau tidaknya penonton untuk menonton drama Goblin 3. Bersedia atau tidaknya penonton merekomendasikan drama tersebut 4. Menarik atau tidaknya drama Goblin 	<i>Likert Scale</i> dengan lima skala interval.

5	<i>Attitude Toward the Product Placement</i> (A_{pp})	Sikap yang menunjukkan evaluasi penonton terhadap segmen film yang terdapat <i>product placement</i> (Balasubramanian <i>et al.</i> , 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Baik atau buruknya <i>product placement</i> 2. Rasa suka atau tidak suka terhadap <i>product placement</i> 3. Mengganggu atau tidaknya <i>product placement</i> 4. Tertarik atau tidaknya penonton terhadap <i>product placement</i> 	<i>Likert Scale</i> dengan lima skala interval.
6	<i>Attitude Toward the Brand</i> (A_b)	Hasil sikap evaluatif yang menunjukkan kecenderungan sikap secara individual terhadap merek yang dilihat (Balasubramanian <i>et al.</i> , 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Baik atau buruknya merek 2. Rasa suka terhadap merek 3. Menyenangkan atau tidaknya merek 4. Baik atau buruknya kualitas merek 	<i>Likert Scale</i> dengan lima skala interval.

Sumber: Balasubramanian *et al.*, (2014)

3.4 Metode Pengukuran Data

Kuesioner yang digunakan penelitian ini menghasilkan data kuantitatif. Data deskriptif disajikan pada bagian pertama kuesioner dengan menanyakan identitas responden, pernah atau tidaknya responden menonton drama Korea berjudul Goblin, dan merek yang paling responden ingat yang dilihat ketika menonton Goblin. Uji deskriptif ini akan diukur dan disajikan dengan menggunakan tabel persentase.

Data skala interval diperoleh dari bagian ke-dua kuesioner dan diukur menggunakan skala *Likert* dengan rentang lima skala interval. Skala *Likert* merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengukur sikap responden.

Skala *Likert* merupakan skala yang dirancang untuk mengukur seberapa kuat responden setuju pada suatu pernyataan (Sekaran dan Bougie, 2013). Dengan rentang lima skala interval dalam penelitian ini, skala *Likert* yang digunakan akan diberi bobot untuk masing-masing pernyataan yaitu sebagai berikut.

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

3.5 Metode Pengujian Instrumen

Instrumen penelitian akan diuji menggunakan uji validitas dan reabilitas dengan menggunakan 36 sampel awal. Dengan uji instrumen ini penelitian diharapkan akan menghasilkan data dan informasi yang dapat dipercaya. Kedua uji ini dilakukan dengan bantuan IBM SPSS *Statistics* versi 22,0.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Sekaran dan Bougie (2013) mengungkapkan bahwa validitas adalah uji untuk mengukur seberapa baik sebuah instrumen yang dikembangkan bisa mengukur konsep yang diukurnya. Menurut Sugiyono (2010:121), instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur data yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dilakukan dengan cara

mengkorelasikan masing–masing item pernyataan dengan skor total (Sugiyono, 2012).

Uji validitas data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *correlated item-total correlation* untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 22,0 untuk menentukan signifikan atau tidaknya data dengan pengambilan keputusan sebagai berikut;

1. Jika nilai *corrected-item total correlation* (r-hitung) > r-tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner berkorelasi signifikan terhadap skor total (item dinyatakan valid).
2. Jika nilai *corrected-item total correlation* (r-hitung) < r-tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (item dinyatakan tidak valid).

Uji validitas dilakukan dengan nilai $n = 36$ dan didapatkan nilai $df = n - 2 = 36 - 2 = 34$ dan dengan begitu, R-Tabel ditemukan sebesar 0,339. Kevalidan *item* dapat ditentukan sebagai berikut.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
1	<i>Attitude toward the actor (A_{actor})</i>	V1	0,823	0,339	VALID
		V2	0,818	0,339	VALID
		V3	0,791	0,339	VALID
		V4	0,856	0,339	VALID
		V5	0,804	0,339	VALID
		V6	0,608	0,339	VALID
		V7	0,459	0,339	VALID
		V8	0,540	0,339	VALID
		V9	0,672	0,339	VALID
		V10	0,619	0,339	VALID
		V11	0,673	0,339	VALID
		V12	0,673	0,339	VALID
		V13	0,851	0,339	VALID
		V14	0,920	0,339	VALID
		V15	0,887	0,339	VALID
2	<i>Attitude toward the Korean drama (A_{Kdrama})</i>	V16	0,822	0,339	VALID
		V17	0,865	0,339	VALID
		V18	0,93	0,339	VALID
		V19	0,802	0,339	VALID
3	<i>Attitude toward the product placement (A_{pp})</i>	V20	0,894	0,339	VALID
		V21	0,892	0,339	VALID
		V22	0,700	0,339	VALID
4	<i>Attitude toward the brand (A_b)</i>	V23	0,789	0,339	VALID
		V24	0,923	0,339	VALID
		V25	0,938	0,339	VALID
		V26	0,904	0,339	VALID
5	<i>Attitude toward the actor (A_{actor})</i>	V27	0,894	0,339	VALID
		V28	0,786	0,339	VALID
		V29	0,793	0,339	VALID
		V30	0,793	0,339	VALID
6	<i>Fit between actor and brand (Fit_{actor-b})</i>	V31	0,853	0,339	VALID
		V32	0,921	0,339	VALID
		V33	0,934	0,339	VALID
		V34	0,951	0,339	VALID

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2017) – Lampiran 4a

3.5.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika hasil penelitian tersebut mendapatkan hasil yang sama jika dilakukan penelitian berulang, sehingga apabila data yang diperoleh sesuai dengan kenyataannya berapa kali pun pengambilan data yang dilakukan, hasilnya akan tetap sama (Suliyanto, 2005: 39).

Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Alat pengukur dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 dan dinyatakan tidak reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,60.

Dari hasil uji diperoleh statistik reliabilitas berikut ini.

Tabel 3.4
Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	ITEM	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	<i>Attitude toward the actor</i> (A_{actor})	V1	0,926	RELIABEL
		V2		RELIABEL
		V3		RELIABEL
		V4		RELIABEL
		V5		RELIABEL
		V6		RELIABEL
		V7		RELIABEL
		V8		RELIABEL
		V9		RELIABEL
		V10		RELIABEL
		V11		RELIABEL
		V12		RELIABEL
		V13		RELIABEL
		V14		RELIABEL
		V15		RELIABEL
2	<i>Attitude toward the Korean drama</i> (A_{Kdrama})	V16	0,877	RELIABEL
		V17		RELIABEL
		V18		RELIABEL
		V19		RELIABEL
3	<i>Attitude toward the product placement</i> (A_{pp})	V20	0,835	RELIABEL
		V21		RELIABEL
		V22		RELIABEL
		V23		RELIABEL
4	<i>Attitude toward the brand</i> (A_b)	V24	0,935	RELIABEL
		V25		RELIABEL
		V26		RELIABEL
		V27		RELIABEL
5	<i>Attitude toward the actor</i> (A_{actor})	V28	0,767	RELIABEL
		V29		RELIABEL
		V30		RELIABEL
		V31		RELIABEL
6	<i>Fit between actor and brand</i> ($Fit_{actor-b}$)	V32	0,927	RELIABEL
		V33		RELIABEL
		V34		RELIABEL

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2017) – Lampiran 4b

3.6 Metode Analisis Data

Data dianalisis dengan menggunakan uji regresi sederhana dan uji mediasi untuk membuktikan kebenaran masing-masing hipotesis.

3.6.1 Analisis Deskriptif Persentase

Analisis deskriptif merupakan prosedur statistik untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu variabel (Hasan, 2002). Analisis ini akan menghasilkan data statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah suatu statistik penyajian data melalui tabel, grafik, penghitungan modus, penghitungan rata-rata, nilai distribusi serta standar deviasi (Rangkuti, 2006). Sugiyono (2012) menjabarkan statistik deskriptif sebagai statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Persentase yang disajikan dalam statistik deskriptif diperoleh dengan rumus:

$$P = \left(\frac{F}{N} \times 100 \right)$$

Keterangan:

P = Persentase

F = Frekuensi jawaban yang dipilih responden

N = Jumlah responden

3.6.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hubungan yang dimiliki antar variabel. Variabel independen dalam regresi dilambangkan dengan X dan variabel dependen dalam regresi dilambangkan dengan Y . Dengan dua variabel tersebut, hubungan dapat diketahui dengan menggunakan model persamaan regresi linear sederhana berikut ini:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Nilai a dan b dapat dihitung dengan menggunakan persamaan berikut ini:

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

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

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). analisis ini digunakan untuk mengetahui positif atau negatifnya hubungan antara

variabel-variabel independen dan variabel dependen. Hubungan tersebut dapat diukur dengan persamaan sebagai berikut.

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Langkah-langkah yang biasa digunakan dalam analisis regresi linear adalah (1) analisis koefisien determinasi; (2) uji F; dan (3) uji t

1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam persamaan. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya, jika nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2012).

2. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2009: 88). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

a. Membuat formula hipotesis

- i. $H_0 : \beta_i = 0$ (hipotesis nihil) berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat.
- ii. $H_0 : \beta_i \neq 0$ (hipotesis alternatif) berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat.

b. Menentukan nilai F-tabel yang menggunakan level of significant sebesar 5%. Uji signifikansi secara simultan menggunakan uji F dapat dirumuskan dengan :

$$F = \frac{R^2/k}{1 - \frac{R^2}{n} - k - 1}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel

n = Jumlah data

c. Pengambilan keputusan

- i. Jika $P\text{-value} < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan dengan variabel terikat.
- ii. Jika $P\text{-value} > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti variabel bebas secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dengan variabel terikat.

3. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2006). Pengujian parsial regresi dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain itu konstan. Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. T-tabel penelitian ini diketahui dengan $df = n - k$.

Dasar pengambilan keputusan:

- i. Jika probabilitas (signifikansi) $\geq 0,05$ (α) atau $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ berarti hipotesa tidak terbukti. Artinya H_0 diterima H_a ditolak bila dilakukan uji secara parsial.
- ii. Jika probabilitas (signifikansi) $\leq 0,05$ (α) atau $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ berarti hipotesa terbukti. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, bila dilakukan uji secara parsial.

3.7 Uji Mediasi

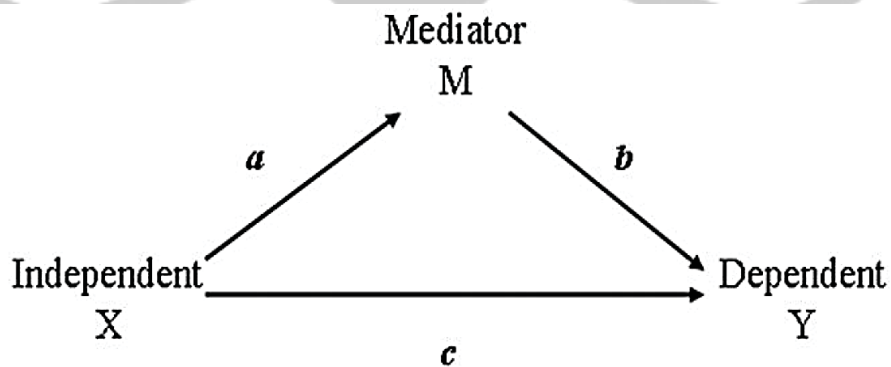
Uji mediasi akan dilakukan sesuai pernyataan Baron dan Kenny dalam Zhao *et al.* (2010) yang menuntut kriteria mediator berikut ini.

1. Variasi pada *level* variabel independen secara signifikan berpengaruh pada variasi pada mediasi (jalur a)
2. Variasi pada mediator secara signifikan berpengaruh pada variabel dependen (jalur b)
3. Ketika jalur a dan b terkontrol, hubungan signifikan antara variabel independen dan dependen sebelumnya tidak lagi signifikan, dan mediasi terkuat terjadi ketika jalur c menunjukkan angka nol (0).

Secara grafis, pernyataan Baron dan Kenny tersebut dapat diilustrasikan seperti pada Figur 3.1 berikut ini.

Gambar 3.1

Baron and Kenny's Three-Variable Nonrecursive Causal Model



Sumber: Zhao *et al.* (2010)

Jalur a, b, dan c diuji dan diestimasi dengan persamaan 1, 2, dan 3 berikut ini

$$M = i_1 + aX + e_1 \quad (1)$$

$$Y = i_2 + c'X + e_2 \quad (2)$$

$$M = i_3 + cX + e_3 \quad (3)$$

Baron dan Kenny dalam Zhao *et al.* (2010) juga merekomendasikan Sobel z-test untuk bagian yang tidak langsung (*indirect*) $a \times b$ dengan menggunakan persamaan 4 berikut ini:

$$Z = \frac{a \times b}{\sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2}} \quad (4)$$

Keterangan:

a = Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel mediasi

b = Koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel dependen

s_a = *standard error of estimation* dari pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi

s_b = *standard error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen

Baron dan Kenny (1986) menyatakan bahwa dalam menguji ada atau tidaknya mediasi dalam sebuah model regresi, terdapat empat tahap yang harus dilakukan, yang dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut ini

Tabel 3.5
Empat Langkah Analisis Mediasi

Tahap I	Lakukan analisis regresi dengan variabel independen yang memprediksi variabel dependen (jalur c)
Tahap II	Lakukan analisis regresi dengan variabel independen yang memprediksi variabel mediator (jalur a)
Tahap III	Lakukan analisis regresi dengan variabel mediator memprediksi variabel dependen (jalur b)
Tahap IV	Lakukan analisis regresi berganda dengan variabel independen dan variabel mediator secara bersamaan memprediksi variabel dependen (jalur c')

Sumber: Baron dan Kenny (1986)

Untuk menarik kesimpulan mediasi, beberapa kondisi berikut ini harus dipenuhi, yaitu:

1. Variabel independen harus terbukti mampu memengaruhi variabel dependen pada tahap I
2. Variabel independen harus mampu memengaruhi variabel mediator pada tahap II.
3. Variabel mediator harus mampu memengaruhi variabel dependen pada tahap III.

Tujuan dilakukannya tahap I hingga tahap III adalah untuk mengetahui hubungan diantara variabel-variabel tersebut. Jika ada satu atau lebih hubungan yang tidak signifikan di antara ketiga tahap tersebut, peneliti-peneliti pada umumnya akan menarik kesimpulan bahwa tidak mungkin terjadi mediasi di antara variabel-variabel tersebut. Bila diantara ketiga hubungan tersebut ditemukan signifikan, peneliti kemudian akan beralih pada tahap IV. Mediasi penuh atau mediasi sempurna ada bila independen variabel tidak memiliki pengaruh pada variabel dependen setelah variabel mediasi diikut libatkan.

Dengan demikian, Baron dan Kenny (1986) menyatakan bahwa sebuah variabel dapat dikatakan sebagai variabel mediator jika hasil keempat tahap tersebut:

1. Menghasilkan jalur c yang signifikan
2. Menghasilkan jalur a yang signifikan
3. Menghasilkan jalur b yang signifikan
4. Menghasilkan jalur c' yang tidak signifikan

Namun demikian, jika seluruh kondisi yang diberikan terpenuhi, maka pengaruh variabel independen pada variabel dependen pada tahap IV pasti lebih kecil dibandingkan dengan hubungan yang dihasilkan antara variabel independen dan variabel dependen pada tahap I. Bila ditemukan hasil analisis demikian, maka variabel mediator merupakan variabel mediator parsial atau sebagian.