

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif eksplanatori, yaitu dengan tujuan untuk memperoleh deskripsi tentang kinerja pemasaran politik, menggunakan media sosial, dan keputusan masyarakat, dan mengetahui hubungan antar-variabel melalui pengujian hipotesis dari hasil pengumpulan data di lapangan. Selanjutnya dilakukan generalisasi berdasarkan hasil pengujian terhadap sampel.

Unit analisis adalah para pemilih pada Pilkada Kota Bandar Lampung yang akan digelar pada September 2020. Pengamatan menggunakan cakupan waktu bersifat *cross-sectional*, yang berarti data yang diperoleh adalah data yang dikumpulkan dalam periode waktu tertentu atau informasi dalam kuisisioner dikumpulkan pada satu titik waktu tertentu. Berdasarkan salah satu tujuan penelitian ini yaitu mengukur tingkat pengaruh dari variabel independen (kinerja pemasaran politik menggunakan media sosial) terhadap variabel dependen (keputusan masyarakat memilih), maka pendekatan analisis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *mixed method research* dengan desain *exploratory* yang menggunakan pendekatan wawancara terstruktur dan mendalam serta *Structural Equation Model* (SEM).

Alasan pemilihan model ini adalah kemampuannya dalam mengukur konstruk secara tidak langsung, yaitu melalui indikator-indikatornya serta sekaligus menganalisis variabel indikator, variabel laten, berikut kekeliruan pengukurannya. Analisis SEM akan memberikan gambaran kejelasan hubungan dan besarnya pengaruh antar-variabel yang sangat berguna untuk mengupas secara terinci berbagai faktor yang dapat meningkatkan kinerja bauran pemasaran politik.

Munculnya *mixed methods* ini mulanya hanya mencari usaha penggabungan antara data kualitatif dengan data kuantitatif (Creswell, 2010). Penelitian ini

menggunakan teknik campuran bertahap. Creswell (2010) juga menjelaskan strategi ini merupakan strategi dimana peneliti menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Strategi ini dapat dilakukan dengan *interview* terlebih dahulu untuk mendapatkan data kuantitatif, dalam hal ini menggunakan survey, lalu diikuti dengan data kualitatif.

Menurut Creswell (2010), strategi-strategi dalam *mixed methods*, yaitu:

1. Strategi metode campuran sekuensial/bertahap (*sequential mixed methods*) merupakan strategi bagi peneliti untuk menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Strategi ini dapat dilakukan dengan *interview* terlebih dahulu untuk mendapatkan data kualitatif, lalu diikuti dengan data kuantitatif dalam hal ini menggunakan survey. Strategi ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu (Creswell, 2010).
  - a. Strategi eksplanatoris sekuensial. Dalam strategi ini tahap pertama adalah mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif kemudian diikuti oleh pengumpulan dan menganalisis data kualitatif yang dibangun berdasarkan hasil awal kuantitatif. Bobot atau prioritas ini diberikan pada data kuantitatif.
  - b. Strategi eksploratoris sekuensial. Strategi ini kebalikan dari strategi eksplanatoris sekuensial, pada tahap pertama peneliti mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif kemudian mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif pada tahap kedua yang didasarkan pada hasil dari tahap pertama. Bobot utama pada strategi ini adalah pada data kualitatif.
  - c. Strategi transformatif sekuensial. Pada strategi ini peneliti menggunakan perspektif teori untuk membentuk prosedur-prosedur tertentu dalam penelitian. Dalam model ini, peneliti boleh memilih untuk menggunakan salah satu dari dua metode dalam tahap pertama, dan bobotnya dapat diberikan pada salah satu dari keduanya atau dibagikan secara merata pada masing-masing tahap penelitian.

2. Strategi metode campuran konkuren/sewaktu waktu (*concurrent mixed methods*) merupakan penelitian yang menggabungkan antara data kuantitatif dan data kualitatif dalam satu waktu. Terdapat tiga strategi pada strategi metode campuran konkuren ini , yaitu (Creswell, 2010)
  - a. Strategi triangulasi konkuren. Dalam strategi ini, peneliti mengumpulkan data kuantitatif dan data kualitatif dalam waktu bersamaan pada tahap penelitian, kemudian membandingkan antara data kualitatif dengan data kuantitatif untuk mengetahui perbedaan atau kombinasi.
  - b. Strategi *embedded konkuren*. Strategi ini hampir sama dengan model triangulasi konkuren, karena sama-sama mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif dalam waktu yang bersamaan. Membedakannya adalah model ini memiliki metode primer yang memandu proyek dan data sekunder yang memiliki peran pendukung dalam setiap prosedur penelitian. Metode sekunder yang kurang begitu dominan/berperan (baik itu kualitatif atau kuantitatif) ditancapkan (*embedded*) ke dalam metode yang lebih dominan (kualitatif atau kuantitatif).
  - c. Strategi transformatif konkuren. Seperti model transformatif sequential yaitu dapat diterapkan dengan mengumpulkan data kualitatif dan data kuantitatif secara bersamaan serta didasarkan pada perspektif teoritis tertentu.
3. Prosedur metode campuran transformatif (*transformative mixed methods*) merupakan prosedur penelitian dimana peneliti menggunakan kacamata teoritis sebagai perspektif *overaching* yang didalamnya terdiri dari data kualitatif dan data kuantitatif. Perspektif inilah yang nantinya akan memberikan kerangka kerja untuk topik penelitian, teknik pengumpulan data, dan hasil yang diharapkan dari penelitian.

### **3.2 Desain Metode Penelitian *Mixed Method Research***

*Mixed Methods Research* adalah suatu desain penelitian yang didasari asumsi filosofis sebagaimana metoda inkuiri. *Mixed Methods Research* juga disebut

sebagai sebuah metodologi yang memberikan asumsi filosofis dalam menunjukkan arah atau memberi petunjuk cara pengumpulan data dan menganalisis data serta perpaduan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui beberapa fase proses penelitian.

Sebagai sebuah metode, *mixed method research* berfokus pada pengumpulan dan analisis serta memadukan antara data kuantitatif dan data kualitatif baik dengan *single study* (penelitian tunggal) maupun *series study* (penelitian berseri). Premis sentral yang dijadikan dasar *mixed method research* adalah menggunakan kombinasi pendekatan kualitatif untuk menemukan hasil penelitian yang lebih baik jika dibandingkan menggunakan salah satu pendekatan saja.

*Mixed method research* menghasilkan fakta yang lebih komperhensif dalam meneliti masalah penelitian, karena peneliti memiliki kebebasan untuk menggunakan semua alat pengumpul data sesuai dengan jenis data yang dibutuhkan. Sedangkan kuantitatif atau kualitatif hanya terbatas pada jenis alat pengumpul data tertentu saja. *Mixed method research* juga dapat menjawab pertanyaan penelitian yang tidak dapat dijawab oleh penelitian kuantitatif ataupun kualitatif (Creswell, 2010).

Ada dua model *explanatory design* yaitu (1) *instrument development model* dan (2) *taxonomy development model*.

1. *Instrument development model* digunakan apabila perlu mengembangkan dan mengimplementasikan instrument kuantitatif untuk memperjelas temuan kualitatif.
2. *Taxonomy development model* digunakan apabila hasil temuan pada fase kualitatif diperjelas lebih lanjut melalui kegiatan mengidentifikasi variabel-variabel penting, mengembangkan suatu taksonomi atau system klaisfikasi, megembangkan teori, dan berikutnya fase uji kuantitatif secara detail.

Hasil dari penelitian ini juga untuk mendeskripsikan atau mengkonstruksikan wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai seberapa besar Pengaruh Kinerja

Pemasaran Politik Menggunakan Media Sosial Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Calon Wali Kota Bandar Lampung 2020.

### **3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada 1 Januari 2020--31 Januari 2020. Lokasi yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan sengaja (*purposive*), yang dilakukan di 20 Kecamatan dan 126 Kelurahan di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, yang menggelar pemilihan kepala daerah pada 2020. Lokasi ini dipilih dengan berbagai pertimbangan dan alasan antara lain;

- 1) Pertimbangan tenaga, biaya dan waktu. Keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti dalam hal tenaga, biaya dan waktu menjadi salah satu pertimbangan pemilihan lokasi.
- 2) Kota Bandar Lampung akan menggelar Pilkada Langsung pada tahun 2020.
- 3) Banyaknya calon Wali Kota (diperkirakan lebih dari dua pasang) yang sudah melakukan pendaftaran sebagai calon kepala daerah di sejumlah partai politik yang ada di Kota Bandar Lampung.
- 4) Bakal calon (balon) Wali Kota Bandar Lampung sudah mulai melakukan pemasaran politik baik dengan cara political marketing maupun sosialisasi konvensional dengan mendatangi sejumlah kelompok konstituen.

### **3.4 Operasional Variabel**

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan pendekatan subjektif persepsi tentang kinerja pemasaran politik, penggunaan media sosial, dan keputusan masyarakat yang dikumpulkan dari para pemilih. Berdasarkan uraian di atas, maka pada bagian ini dirumuskan variabel, dimensi, indikator, satuan ukuran, skala ukur sebagaimana diringkaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Definsisi Variabel	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur		
<b>Kinerja Bauran Pemasaran Politik</b> adalah; suatu upaya kandidat, dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat (X1)  (Niffeneger & Sugiono (2013) dan Bukhori (1996)	<b>1. Bauran Produk Politik (X1)</b>  (Stephen, 1995)	<b>1. Image Partai (X1.1)</b>  (Sugiono, 2013)	1. Visi misi partai yang mengajukan kandidat	Skala Likert		
			2. Ideologi partai yang mengusung kandidat	Skala Likert		
			3. Track record partai yang mengusung kandidat	Skala Likert		
		<b>2. Image kandidat (X1.2)</b>  (Sugiono, 2013)	<b>3. Janji Politik (X1.2)</b>  (Sugiono, 2013)	4. Ideologi kandidat	Skala Likert	
				5. Keterlibatan kandidat dalam korupsi, kolusi, dan nepotisme (KKN)	Skala Likert	
				6. Program kerja kandidat	Skala Likert	
				7. Pemberantasan KKN	Skala Likert	
		<b>2. Bauran harga dalam pemasaran politik (X1.2)</b>  Sugiono (2013) dan Bukhori (1996)	<b>1. Harga Ekonomis (X2.1)</b>	8. Program pembangunan	Skala Likert	
				<b>2. Harga Psikologis (X2.2)</b>	1. Besarnya biaya kampanye	Skala Likert
					2. Banyaknya atribut kampanye	Skala Likert
3. Praktek politik uang	Skala Likert					
<b>3. Kenyamanan dengan latar belakang suku/etnis kandidat</b>	1. Latar belakang pendidikan kandidat		Skala Likert			
	2. Kenyamanan dengan latar belakang agama kandidat		Skala Likert			
	3. Kenyamanan dengan latar belakang suku/etnis kandidat	Skala Likert				

Definsisi Variabel	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
		3. Harga Image Kesederhanaan (X2.3)	1. Kandidat sebagai putra daerah 2. Kandidat sebagai pendatang 3. Kandidat akan membawa daerah lebih maju	Skala Likert Skala Likert Skala Likert
	3. Bauran Tempat (X1.3) (Niffeneger & Sugiono, 2013)	1. <i>Local Network</i> (X3.1) 2. <i>Canvassing</i> (X3.2) 3. <i>Leader tour</i> (X3.3)	1. Kehadiran kandidat di wilayah setempat 2. Kontribusi kandidat untuk daerah 1. Dialog kandidat dengan masyarakat 2. Penyebaran Tim Sukses dan simpatisan 1. Kunjungan kandidat ke penganut agama dan organisasi sosial	Skala Likert Skala Likert Skala Likert Skala Likert Skala Likert
	4. Bauran promosi (X1.4) (Kotler dan Keller, 2014)	1. Iklan atau ( <i>Advertising</i> ) (X4.1) 2. <i>Public Relation</i> (X4.2) 3. Event debat (X4.3) 4. <i>Direct Marketing</i> (X4.4)	1. Iklan di media cetak atau elektronik 2. Alat peraga yang disebar kandidat 3. Kampanye kandidat di fasilitas pendidikan dan rumah ibadah 1. Bakti sosial yang digelar kandidat 2. Menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dan media 1. Keikutsertaan kandidat dalam debat 1. Penggunaan media sosial oleh kandidat	Skala Likert Skala Likert Skala Likert Skala Likert Skala Likert Skala Likert

Definsisi Variabel	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
	5.. Bauran Process (X1.5)  (Mursidi (2006))	1. Kecepatan (X5.1)	1. Respon tanggap kandidat	Skala Likert
		2. Kemudahan (X5.2)	2. Proses Pelayanan dalam program kerja	Skala Likert
		3. Ketelitian (X5.3)	3. Respon kandidat menampung aspirasi masyarakat	Skala Likert
		4. Keterbukaan (X5.4)	4. Janji-janji politik	Skala Likert
	6.. Bauran <i>People</i> (X1.6)  (Kotler dan Keller, 2014)	1. Kompetensi sikap (X6.1)  Bilson (2001)	1. Sikap Spiritual kandidat	Skala Likert
			2. Gaya bicara kandidat	Skala Likert
			3. Kesopnanan kandidat	Skala Likert
			4. Komunikasi kandidat	Skala Likert
		2. Kompetensi Prilaku (X6.2)  (Kotler dan Keller, 2014)	1. Pendidikan kandidat	Skala Likert
			2. Karakter kandidat	Skala Likert
		3. Merealisasikan program kerja	Skala Likert	
	7. Bauran <i>Physical evidence</i> (X1.7)  Assauri (2010) dan (Indra Jaya, 2016)	1. <i>Physical evidence</i> (X7.1)	2. Penampilan kandidat	Skala Likert
			3. Gaya bicara	Skala Likert
			4. Kemampuan beradaptasi	Skala Likert



Definsisi Variabel	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
<p><b>Penggunaan media sosial</b> adalah; Kegiatan yang dilakukan kandidat dalam upaya mengkomunikasikan program dan personal kepada pemilih sehingga dapat mempengaruhi minat memilih melalui media social.</p> <p>(X2)</p> <p>Solis (2010)</p>	<p><b>2. Media Sosial (X2)</b></p> <p><b>Solis (2010)</b></p>	1. <i>Context/ Konteks</i> menggunakan media sosial (X2.1)	1. Penyampaian pesan kepada masyarakat	Skala Likert
			2. Penyampaian program visi misi	Skala Likert
		2. <i>Communications/ Isi informasi</i> Media Sosial (X2.2)	1. Pesan yang nyaman kepada masyarakat	Skala Likert
			2. Penggunaan bahasa yang baik	Skala Likert
		3. <i>Collaboration / Kolaborasi</i> menggunakan media sosial (X2.3)	1. Kerjasama antara kandidat dan masyarakat	Skala Likert
			2. Hubungan yang baik antara kandidat dengan masyarakat	Skala Likert
			3. Keaktifan kandidat dalam menggunakan media sosial	Skala Likert
		4. <i>Connection</i> menggunakan media sosial (X2.4)	1. Hubungan yang baik di media sosial	Skala Likert
			2. Kampanye menggunakan media sosial	Skala Likert
			Solis (2010)	
		<p><b>Keputusan pembelian</b> adalah sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk.</p> <p>(Y)</p> <p>(Kotler &amp; Amstrong, 2008)</p>	<p><b>3. Keputusan Masyarakat Memilih (Y)</b></p> <p>Firmanszah (2012)</p>	1. Kondisi Awal (Y1.1)
	2. Nilai Tradisional pemilih			Skala Likert
	3. Level pendidikan dan ekonomi			Skala Likert
2. Media Massa (Y1.2)	1. Data, informasi dan berita di media sosial			Skala Likert
	2. Ulasan/pendapat ahli			Skala Likert
	3. Permasalahan saat ini			Skala Likert
	4. Perkembangan dan tren situasi			Skala Likert

Definsisi Variabel	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
		3. Partai Politik/ Kontestan (Y1.3)	1. Catatan kinerja dan reputasi	Skala Likert
			2. Program kerja	Skala Likert
			3. Pemasaran politik	Skala Likert

Penentuan bobot yang digunakan dalam melakukan penelitian atas hasil daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah dengan menggunakan Skala Likert yaitu 5 berjenjang (5, 4, 3, 2, 1), dengan kriteria umum penelitian untuk skor jawaban adalah :

SS : Sangat Setuju = 5

S : Setuju = 4

N : Netral = 3

TS : Tidak Setuju = 2

STS : Sangat Tidak Setuju = 1

### 3.5 Sampel Penelitian

Dalam hal mendapatkan informasi menyeluruh tentang strategi calon Wali Kota Bandar Lampung, pemilihan sampel penelitian dilakukan berdasarkan tujuan penelitian yaitu dengan menggunakan *purposive sample* (sampel bertujuan). Oleh karena itu, sampel yang peneliti anggap relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu masyarakat pemilih yang sudah bisa menggunakan hak pilih, yaitu warga yang sudah berusia lebih dari 17 tahun dan atau kurang dari 17 tahun tapi sudah menikah, ditandai dengan keterangan Kartu Tanda Penduduk.

Metode sampling untuk mata pilih adalah rancangan sampel probalitas (*probability sampling design*) dengan teknik sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Tahap berikutnya adalah penentuan besaran jumlah sampel responden yang bersedia dipilih dengan menggunakan menggunakan rumus Slovin (dalam Bungin, 2013),

Rumusnya adalah: 
$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

**Dimana:**

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = persentase kelonggaran ketidaktelesitan karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir yang ditetapkan 5%.

**Tabel 3.2 Daftar Pemilih Pemilukada Kota Bandar Lampung 2020  
Berdasarkan DPT Pilpres 2019**

No.	Kecamatan	Jumlah Pemilih		
		L	P	Total
1.	Bumiwaras	18.613	17.268	35.881
2.	Enggal	8.813	7.869	16.682
3.	Kedamaian	16.505	15.653	32.158
4.	Kedaton	15.765	16.212	31.977
5.	Kemiling	22.509	22.656	45.165
6.	Labuhanratu	14.376	14.450	28.826
7.	Langkapura	11.724	11.814	23.538
8.	Panjang	21.547	20.605	42.152
9.	Rajabasa	13.509	13.428	26.937
10.	Sukabumi	19.470	18.513	37.983
11.	Sukarame	17.915	18.251	36.166
12.	Tanjungkarang Barat	17.861	17.393	35.254
13.	Tanjungkarang Pusat	15.060	14.914	29.974
14.	Tanjungkarang Timur	11.258	10.548	21.806
15.	Tanjungsenang	15.304	15.332	30.636
16.	Telukbetung Barat	11.493	9.628	21.121
17.	Telukbetung Selatan	14.007	13.653	27.660
18.	Telukbetung Timur	14.493	13.740	28.233
19.	Telukbetung Utara	15.143	14.772	29.915
20.	Wayhalim	20.339	20.426	40.765
<b>Total</b>		<b>315.704</b>	<b>307.125</b>	<b>622.829</b>

**Sumber: KPU Kota Bandar Lampung 2019**

Berdasarkan jumlah populasi mata pilih pada Pilkada Kota Bandar Lampung 2020 sebanyak 622.829 mata pilih terdiri dari 315.704 pemilih laki-laki dan 307.125 pemilih perempuan, sehingga sampel sebanyak 400 orang dengan menggunakan rumus Slovin dan tingkat kesalahan pengambilan sampel yang ditetapkan 5%.

**Tabel 3.3 Sampel Pemilih Pemilukada Kota Bandar Lampung 2020**

No.	Kecamatan	Populasi (orang)	Sampel (orang)
1.	Bumi Waras	35.881	23
2.	Enggal	16.682	11
3.	Kedamaian	32.158	21
4.	Kedaton	31.977	21
5.	Kemiling	45.165	29
6.	Labuhan Ratu	28.826	19
7.	Langkapura	23.538	15
8.	Panjang	42.152	27
9.	Rajabasa	26.937	17
10.	Sukabumi	37.983	24
11.	Sukarame	36.166	23
2.	Tanjungkarang Barat	35.254	23
13.	Tanjungkarang Pusat	29.974	19
14.	Tanjungkarang Timur	21.806	14
15.	Tanjung Senang	30.636	20
16.	Telukbetung Barat	21.121	14
17.	Telukbetung Selatan	27.660	18
18.	Telukbetung Timur	28.233	18
19.	Telukbetung Utara	29.915	19
20.	Way Halim	40.765	26
<b>Total</b>		<b>622.829</b>	<b>400</b>

Sumber: KPU Kota Bandar Lampung 2018 (diolah 2019)

### 3.6 Sumber dan Jenis Data

#### 3.6.1 Sumber Data

Arikunto (2006) menyatakan bahwa, sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh dan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi sumber data, peneliti telah menggunakan rumus 3P, yaitu:

- Person* (orang), merupakan tempat dimana peneliti bertanya mengenai variabel yang diteliti.
- Paper* (kertas), adalah tempat peneliti membaca dan mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian, seperti arsip, angka, gambar, dokumen-dokumen, simbol-simbol, dan lain sebagainya.
- Place* (tempat), yaitu tempat berlangsungnya kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

Menurut Lofland *dalam* Moleong (2007), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan yang didapat dari informan melalui wawancara, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Untuk mendapatkan data dan informasi maka informan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive* atau sengaja dimana informan telah ditetapkan sebelumnya. Informan merupakan orang-orang yang terlibat atau mengalami proses pelaksanaan dan perumusan program di lokasi penelitian.

### **3.6.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

Dalam metode pengumpulan data, Creswell (1998) menyebut empat tipe dasar dalam memperoleh data atau informasi yang masing-masing saling mendukung satu sama lain, yaitu: observasi, wawancara, dokumen, serta materi audio-visual. Empat tipe ini peneliti bagi dalam dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan sumber utama dalam penelitian yang dapat diperoleh dari hasil observasi dan wawancara, meliputi;

##### **1. Observasi**

Observasi adalah kegiatan pengamatan terhadap gejala-gejala atau objek yang diteliti untuk memperoleh data, baik secara langsung dengan terjun ke lapangan dengan melibatkan seluruh panca indera maupun tidak langsung melalui bantuan media visual atau audio-visual seperti *handycam*, teleskop, dan lain-lain (Satori & Komariah, 2009), dengan bantuan instrument-instrumen dan merekamnya demi tujuan-tujuan ilmiah (Denzin & Lincoln 2009).

Observasi bertujuan untuk mengamati subjek dan objek penelitian, sehingga peneliti dapat memahami kondisi yang sebenarnya. Pengamatan bersifat non-partisipatif, yaitu peneliti berada di luar sistem yang diamati. Peneliti menghadirkan dirinya dalam situasi dan periode tertentu untuk menemukan fakta-fakta yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam proses ini peneliti

juga melakukan analisa terhadap fakta-fakta yang ditemukan untuk mencari kesesuaian antara teori dengan fakta-fakta di lapangan.

## **2. Wawancara**

Menurut Denzin & Lincoln (2009), wawancara adalah bentuk perbincangan, seni bertanya, dan mendengar. Dalam pandangan keduanya, wawancara bukanlah sebuah perangkat netral dalam memproduksi realitas karena dipengaruhi oleh karakteristik personal seorang peneliti. Ada perbedaan pendapat mengenai sifat wawancara. Sebagian ahli mengemukakan bahwa wawancara harus dilakukan secara tatap muka, *face to face* (Satori & Komariah, 2009). Sementara sebagian ahli lain menyebut wawancara bisa dilakukan melalui telepon, juga kelompok fokus (Krueger, dkk., dalam Creswell, 1998).

Wawancara sendiri dilakukan terhadap masyarakat yang memiliki hak pilih dari sampel yang sudah ditentukan, serta beberapa pihak yang direkomendasikan. Kemudian semua data yang diperoleh dari hasil wawancara dikumpulkan, dirangkum dan dianalisis yang kemudian menjadi sebuah deskripsi tentang hasil dari penelitian.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder yang dimaksud meliputi dokumentasi dan materi audio-visual, meliputi;

#### **1. Dokumentasi**

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang (Sugiyono, 2007). Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel kalau didukung oleh dokumen-dokumen yang bersangkutan. Gottschalk sebagaimana dikutip Satori & Komariah (2009) membagi pengertian dokumentasi menjadi dua pengertian.

Pertama, sumber tertulis bagi informasi sejarah sebagai kebalikan dari kesaksian lisan, artefak, peninggalan-peninggalan terlukis, dan petilasan-

petilasan arkeologis. Kedua, surat-surat resmi dan surat-surat negara seperti surat perjanjian, undang-undang, hibah, koneksi, dan lain sebagainya. Dokumen-dokumen yang akan penyusun teliti meliputi selebaran pamflet, spanduk, baliho, surat kabar, dan lain-lain.

## 2. Audio-Visual

Termasuk dalam jenis ini antara lain: rekaman video atau film dokumenter, foto, rekaman suara, maupun objek-objek ritual (Creswell, 1998). Penyusun akan fokus pada foto-foto sosialisasi saja. Data sekunder ini meliputi seluruh informasi yang didapat dari berbagai sumber yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dalam hal ini yang berkaitan dengan strategi pemenangan yang dilakukan oleh Tim Pemenangan dalam Pemilu Kota Bandar Lampung tahun 2020.

### 3.6.1 Uji Validasi

Uji validasi dilakukan dengan mengetahui sejauh mana kuisisioner yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang harus diukur. Uji validasi bertujuan sebagai ukuran dan melihat seberapa cermat suatu alat uji yaitu kuisisioner melakukan fungsi ukurannya. Suatu alat ukur yang memiliki validasi yang tinggi akan mempunyai varian kesalahan kecil dan yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya.

Tipe validasi yang digunakan adalah validasi konstruk (validity construct) yang menentukan validasi dengan cara mengkorelasikan antara skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pertanyaan maupun 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.

Rumus korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus *product-moment* sebagai berikut;

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)][(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)]}}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  = Koefisien korelasi Pearson antar item instrumen yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan

X = Skor item instrumen yang akan digunakan

Y = Skor semua item instrumen dalam variabel tersebut

n = Jumlah responden dalam uji coba instrumen

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%.

Keputusan pengujian validitas kuesioner dengan menggunakan taraf signifikansi 5% dan derajat bebas (n-2) adalah sebagai berikut:

- 1) Item pertanyaan/ Pernyataan kuesioner penelitian dikatakan valid jika  $t_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ )
- 2) Item pertanyaan/ Pernyataan kuesioner penelitian tidak valid jika  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ).

Dimana nilai  $t_{hitung}$  adalah 
$$t_{hitung} = \frac{r_{xy} \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r_{xy}^2)}}$$

Untuk mengukur tingkat validitas dari setiap item kuisisioner digunakan *software* SPSS yang merupakan alat ukur dari penilaian. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing item pernyataan dengan total skor seluruh item pernyataan. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis *item*, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada *item* yang tidak memenuhi syarat, maka *item* tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2010) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika koefisien korelasi  $r > 0,30$  maka item tersebut dinyatakan valid,
- b. Jika koefisien korelasi  $r < 0,30$  maka item tersebut dinyatakan tidak valid.



Sehingga, apabila nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang sedang diuji lebih besar dari *r-kritis* 0,3, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksi (*construct*) yang valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner untuk variabel yang diteliti disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 3.4. Rekapitulasi Hasil Uji Validasi**

<b>Butir Pernyataan</b>	<i>thitung</i>	<i>r-tabel</i>	<b>Keterangan</b>
1	0.339	0,03	Valid
2	0.367	0,03	Valid
3	0.305	0,03	Valid
4	0.346	0,03	Valid
5	0.346	0,03	Valid
6	0.316	0,03	Valid
7	0.372	0,03	Valid
8	0.319	0,03	Valid
9	0.385	0,03	Valid
10	0.304	0,03	Valid
11	0.352	0,03	Valid
12	0.372	0,03	Valid
13	0.363	0,03	Valid
14	0.332	0,03	Valid
15	0.380	0,03	Valid
16	0.341	0,03	Valid
17	0.372	0,03	Valid
18	0.393	0,03	Valid
19	0.398	0,03	Valid
20	0.364	0,03	Valid
21	0.307	0,03	Valid
22	0.361	0,03	Valid
23	0.351	0,03	Valid
24	0.330	0,03	Valid
25	0.370	0,03	Valid
26	0.418	0,03	Valid
27	0.330	0,03	Valid
28	0.368	0,03	Valid
29	0.351	0,03	Valid
30	0.365	0,03	Valid
31	0.371	0,03	Valid

<b>Butir Pernyataan</b>	<i>thitung</i>	<i>r-tabel</i>	<b>Keterangan</b>
32	0.395	0,03	Valid
33	0.308	0,03	Valid
34	0.340	0,03	Valid
35	0.359	0,03	Valid
36	0.346	0,03	Valid
37	0.305	0,03	Valid
38	0.361	0,03	Valid
39	0.387	0,03	Valid
40	0.368	0,03	Valid
41	0.354	0,03	Valid
42	0.309	0,03	Valid
43	0.347	0,03	Valid
44	0.318	0,03	Valid
45	0.356	0,03	Valid
46	0.353	0,03	Valid
47	0.021	0,03	Tidak Valid
48	0.421	0,03	Valid
49	0.348	0,03	Valid
50	0.376	0,03	Valid
51	0.381	0,03	Valid

Pada tabel di atas terlihat bahwa terdapat satu item pernyataan yang memiliki koefisien validitas lebih kecil dari *r-tabel* 0,03 yaitu item pernyataan ke-47 dan sehingga item tersebut tidak layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian atau dengan kata lain item tersebut dikeluarkan dari model.

### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dan alat ukur yang sama. Yang dimaksud dengan reliabilitas adalah menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. Reliabel artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. (Arikunto, Suharsimi, 2002)

Untuk melakukan uji reliabilitas, dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha- Cronbach*. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap bulir angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
  - a. Memberikan nomor pada angket yang masuk.
  - b. Memberikan skor pada setiap bulir sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 skala Likert.
  - c. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor ini dikuadratkan.
  - d. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap bulir dari setiap jawaban yang diberikan responden.
  - e. Mengkuadratkan skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap bulir dan kemudian menjumlahkannya.
  
2. Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] - \left[ \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (\text{Arikunto, Suharsimi, 2002})$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya bulir soal

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varian bulir

$\sigma_t^2$  = Varian total

Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen, terlebih dahulu setiap bulir tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varian bulir ( $\sum \sigma_t^2$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Arikunto, Suharsimi, 2002})$$

2. Langkah selanjutnya adalah dengan melakukan perhitungan untuk mendapatkan varian total  $\sigma_t^2$
3. Mengkonsultasikan nilai r dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi

untuk mengetahui apakah instrumen angket yang digunakan reliabel atau tidak.

4. Atau bila nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,7, maka *construct* adalah reliabel.

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang termasuk dalam kategori *valid*. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Alpha-Cronbach*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,196 (Sugiono, 2010). Adapun hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut;

**Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner Penelitian**

Variabel	Indeks Relibialitas	Nilai Kritis	Keterangan
Kinerja Bauran Pemasaran	<b>0,851</b>	<b>0,196</b>	Reliabel
Media Sosial	<b>0,775</b>	<b>0,196</b>	Reliabel
Keputusan Masyarakat	<b>0,831</b>	<b>0,196</b>	Reliabel

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuisisioner masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0,196 hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuisisioner andal untuk mengukur variabelnya.

### 3.7 Rancangan Analisis

Berdasarkan pada yang terkumpul dari hasil penyebaran kuesioner dan pengumpulan data sekunder dilakukan dalam empat langkah, yaitu pengkodean, editing, proses data dan analisis data. Data penelitian dari penyebaran kuesioner sebagai pengukur variabel-variabel penelitian diperoleh dari skor jawaban yang memiliki pengukuran ordinal.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu analisis deskriptif terutama pada variabel yang bersifat kualitatif dan analisis verifikatif yang merupakan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Sehingga dengan menggunakan kedua metode analisis data tersebut diharapkan dapat diperoleh solusi permasalahan yang komprehensif.

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif untuk mendeskriptifkan masing-masing variabel penelitian sehingga diperoleh gambaran atau informasi mengenai persepsi para masyarakat pemilih Pemilukada terhadap kinerja strategi bauran pemasaran, penggunaan media sosial, serta keputusan memilih masyarakat.

Untuk menganalisis secara deskriptif terhadap masing-masing variabel penelitian, maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Setiap indikator yang dipersepsi oleh responden, diklasifikasikan ke dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yang menggambarkan kategori jawaban. Kategori jawaban setiap indikator diberi skor antara 1 sampai dengan 5 dengan pengertian sebagai berikut:

**Tabel 3.6. Kategori Jawaban dengan Skala Likert**

Peringkat Jawaban	Kinerja Bauran Pemasaran	Penggunaan Media Sosial	Keputusan Masyarakat Memilih
1	Sangat Rendah	Sangat Buruk	Sangat Rendah
2	Rendah	Buruk	Rendah
3	Sedang	Cukup	Sedang
4	Tinggi	Baik	Tinggi
5	Sangat Tinggi	Sangat Baik	Sangat Tinggi

2. Dihitung total skor pada setiap variabel, adalah jumlah skor dari semua indikator variabel untuk semua responden.
3. Dihitung skor setiap variabel = rata-rata dari total skor
4. Untuk menentukan interval dalam lima kategori, maka dihitung dengan menggunakan interval value (rentang interval), yaitu;

$$Interval - Value = \frac{Max\ Score - Min\ Score}{5}$$

5. Dengan menggunakan interval value, maka ditentukan kelas interval dari terendah sampai dengan tertinggi dengan menambahkan rentang interval pada setiap tingkatan kelas interval.
6. Berdasarkan uraian tahapan di atas, maka kategori nilai terhadap variabel-variabel penelitian diperlihatkan dalam tabel 3 seperti di bawah ini.

**Tabel 3.7. Kategori Skor Variabel Penelitian**

Variabel	Interval Score	Kategori
Kinerja Bauran Pemasaran	1,00-1,80	Sangat Rendah
	1,81-2,60	Rendah
	2,61-3,40	Sedang
	3,41-4,20	Tinggi
	4,21-5,00	Sangat Tinggi
Penggunaan Media Sosial	1,00-1,80	Sangat Buruk
	1,81-2,60	Buruk
	2,61-3,40	Cukup
	3,41-4,20	Baik
	4,21-5,00	Sangat Baik
Keputusan Masyarakat Memilih	1,00-1,80	Sangat Rendah
	1,81-2,60	Rendah
	2,61-3,40	Sedang
	3,41-4,20	Tinggi
	4,21-5,00	Sangat Tinggi

**Sumber: (Maleong, 2007)**

## 2. Analisis Verifikatif

Pada penelitian verifikatif, digunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling/SEM*) berbasis varian atau komponen yaitu PLS (*Partial Least Square*) untuk memverifikasi hubungan antara variabel. Pemilihan metode analisis PLS dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan kesesuaian kriteria penelitian dan prasyarat analisis yang diperlukan, antara lain:

- 1) Menurut Anderson dan Gerbing (1988), secara filosofis perbedaan antara SEM berbasis *covarian/CBSEM* (yang diwakili oleh *software* LISREL atau AMOS) dan SEM berbasis varian atau komponen (PLS) adalah apakah kita akan menggunakan model persamaan struktural untuk menguji teori atau mengembangkan teori untuk tujuan prediksi. Dalam hal ini PLS lebih sesuai digunakan untuk tujuan prediksi. Karena penelitian ini merupakan bentuk konfirmasi teori manajemen untuk tujuan memprediksi pengaruh kinerja strategi pasar dan kinerja strategi bauran pemasaran terhadap nilai masyarakat serta dampaknya terhadap keputusan memilih masyarakat, maka pemilihan metode analisis PLS dalam penelitian ini adalah sudah tepat.

- 2) PLS merupakan metode analisis yang *powerful* karena menggunakan pendekatan distribusi bebas sehingga tidak perlu mengasumsikan data berdistribusi tertentu. Keadaan ini bisa dicapai dengan asumsi bahwa pembentukan model sudah mewakili hubungan yang dapat dipertanggung jawabkan secara teoritis antara indikator dan konstruknya.
- 3) Menurut Chen (2012), teknik SEM berbasis kovarian/CBSEM (yang diwakili oleh *software* LISREL atau AMOS) tidak sesuai untuk menangani model yang kompleks. Ketika kompleksitas model meningkat di atas 40-50 indikator, maka teknik CBSEM tidak tepat untuk dipakai (Chin, 2003).

Penelitian ini menggunakan 50 indikator, sehingga pemilihan untuk menggunakan model persamaan struktural PLS dalam penelitian ini adalah sudah tepat.

Analisis data dan pemodelan persamaan struktural dengan menggunakan PLS dilakukan sebagai berikut:

#### **1. Merancang model struktural (*inner model*)**

*Inner Model* menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory*. Perancangan model struktural didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian.

#### **2. Merancang model pengukuran (*outer model*)**

*Outer Model* mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan model pengukuran ini menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten. Terdapat 2 sifat indikator pada model pengukuran:

- a. Indikator reflektif. Ciri-cirinya adalah (1) arah hubungan kausalitas dari variabel laten ke indikator, (2) antar-indikator diharapkan saling berkorelasi, (3) menghilangkan satu indikator tidak akan merubah makna dan arti variabel laten yang diukur dan (4) kesalahan pengukuran (*error*) berada pada tingkat indikator.
- b. Indikator formatif. Ciri-cirinya adalah (1) arah hubungan kausalitas dari indikator ke variabel laten, (2) antar indikator diasumsikan tidak

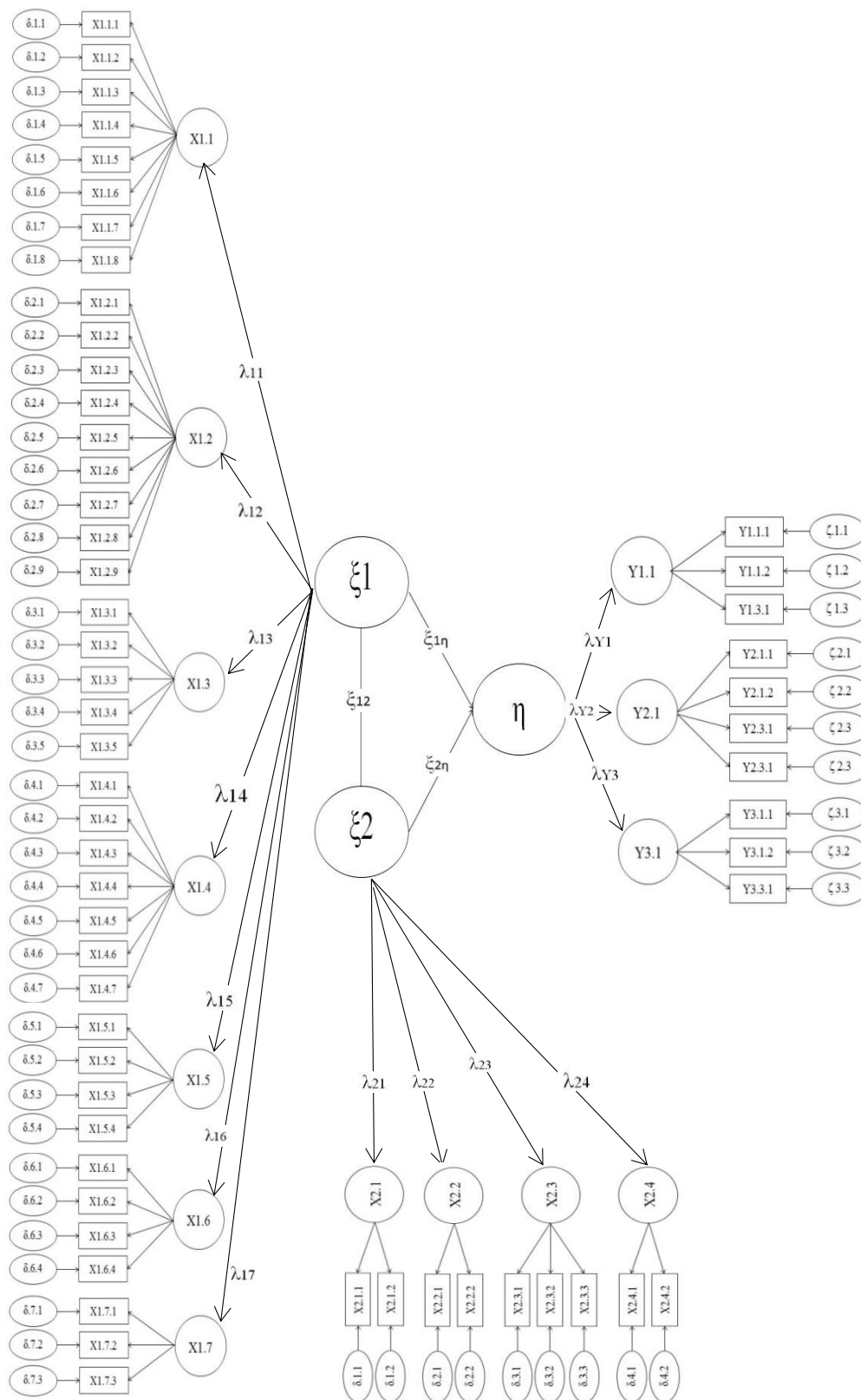
berkorelasi, (3) menghilangkan satu indikator dapat berakibat merubah makna dari variabel laten, dan (4) kesalahan pengukuran (*error*) berada pada tingkat variabel laten.

Berdasarkan operasionalisasi variabel penelitian, maka semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini tergolong bersifat reflektif.

### **3. Konstruksi Diagram Jalur**

Diagram jalur menggambarkan hubungan antar variabel laten serta dimensi dan indikatornya dalam model persamaan struktural dengan PLS. Mengacu pada operasionalisasi variabel dimana pengukuran variabel laten dilakukan melalui dimensi, maka diagram jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Second Order Partial Least Square*. Dengan demikian, diagram jalur yang menunjukkan pengaruh kinerja bauran pemasaran terhadap penggunaan media sosial serta dampaknya terhadap keputusan memilih masyarakat diperlihatkan dalam Gambar 3.8 di bawah ini;





Gambar 3.1  
Diagram Jalur Model Persamaan Struktural Penelitian

- $\xi_1$  : Variabel laten eksogen dengan Kinerja Bauran Pemasaran  
 $X_{1.1.1}-X_{1.1.7}$  : Dimensi untuk variabel laten eksogen Kinerja Bauran Pemasaran  
 $X_{1.1.1.1}-X_{1.1.1.8}$  : Indikator untuk Dimensi Bauran *Product* Politik  
 $X_{1.2.1}-X_{1.2.9}$  : Indikator untuk Dimensi Bauran *Price* dalam Pemasaran Politik  
 $X_{1.3.1}-X_{1.3.5}$  : Indikator untuk Dimensi Bauran *Distribution*  
 $X_{1.4.1}-X_{1.4.7}$  : Indikator untuk Dimensi Bauran *Promotion*  
 $X_{1.5.1}-X_{1.5.4}$  : Indikator untuk Dimensi Bauran *Place*  
 $X_{1.6.1}-X_{1.6.4}$  : Indikator untuk Dimensi Bauran *Physical Evience*  
 $X_{1.7.1}-X_{1.7.3}$  : Indikator untuk Dimensi Bauran *People/SDM*  
 $\lambda X_{1.1}-\lambda X_{1.7}$  : *Loading Factor* untuk hubungan kontruk-dimensi  
 $\lambda_1-\lambda_{32}$  : *Loading Factor* untuk hubungan dimensi dan indikator  
 $\delta_1-\delta_{32}$  : *Error* untuk indikator-indikator pada variabel laten eksogen Kinerja Bauran Pemasaran
- $\xi_2$  : Variabel laten eksogen dengan Penggunaan Media Sosial  
 $X_{2.1}-X_{2.4}$  : Dimensi untuk variabel laten eksogen Penggunaan Media Sosial  
 $X_{2.1.1}- X_{2.1.2}$  : Indikator untuk Dimensi *Context*  
 $X_{2.2.1}- X_{2.2.2}$  : Indikator untuk Dimensi *Communication*  
 $X_{2.3.1}- X_{2.3.3}$  : Indikator untuk Dimensi *Colaboration*  
 $X_{2.4.1}-X_{2.4.2}$  : Indikator untuk Dimensi *Connection*  
 $\lambda X_{2.1}-\lambda X_{2.4}$  : *Loading Factor* untuk hubungan kontruk-dimensi  
 $\lambda_{33}-\lambda_{41}$  : *Loading Factor* untuk hubungan dimensi dan indikator  
 $\delta_{33}-\delta_{41}$  : *Error* untuk indikator-indikator pada variabel laten eksogen Penggunaan Media Sosial
- $\eta$  : Variabel endogen Keputusan Masyarakat  
 $Y_{1.1.1}- Y_{1.1.3}$  : Dimensi untuk variabel laten endogen Keputusan Masyarakat  
 $Y_{1.1.1.1}-Y_{1.1.1.3}$  : Indikator untuk Dimensi Kondisi Awal  
 $Y_{1.2.1}-Y_{1.2.4}$  : Indikator untuk Dimensi Media Massa  
 $Y_{1.3.1}-Y_{1.3.3}$  : Indikator untuk Dimensi Partai Politik dan Kontestan/Kandidat  
 $\lambda Y_1-\lambda Y_3$  : *Loading Factor* untuk hubungan kontruk-dimensi  
 $\lambda_{41}-\lambda_{50}$  : *Loading Factor* untuk hubungan dimensi dan indikator  
 $\zeta_1-\zeta_{10}$  : *Error* untuk indikator-indikator pada variabel laten endogen Keputusan Masyarakat  
 $\beta$  : *Error* untuk variabel laten Keputusan Masyarakat

#### 4. Konversi diagram jalur kedalam sistem persamaan

- a. *Inner Model* (Model Struktural). Dari konstruksi model persamaan pada Gambar 3.1, dapat diturunkan persamaan untuk inner model sebagai berikut:

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \zeta_1$$

b. *Outer Model* (Model Pengukuran). Merupakan spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya sehingga mendefinisikan karakteristik konstruk dengan variabel *manifest*-nya. Dari konstruksi model persamaan pada Gambar 3.1, dapat diturunkan persamaan untuk inner model sebagai berikut;

1) Untuk variabel eksogen Kinerja Bauran Pemasaran Politik dengan indikator bersifat reflektif :

$$X_{1,1} = \lambda X_1 \xi_1 + \delta_1$$

- $X_{1,1.1} = \lambda X_{1,1} \xi_1 + \delta_1$
- $X_{1,1.2} = \lambda X_{1,1} \xi_1 + \delta_2$
- $X_{1,1.3} = \lambda X_{1,1} \xi_1 + \delta_3$
- $X_{1,1.4} = \lambda X_{1,1} \xi_1 + \delta_4$
- $X_{1,1.5} = \lambda X_{1,1} \xi_1 + \delta_5$
- $X_{1,1.6} = \lambda X_{1,1} \xi_1 + \delta_6$
- $X_{1,1.7} = \lambda X_{1,1} \xi_1 + \delta_7$
- $X_{1,1.8} = \lambda X_{1,1} \xi_1 + \delta_8$

$$X_{1,2} = \lambda X_1 \xi_1 + \delta_2$$

- $X_{1,2.1} = \lambda X_{1,2} \xi_1 + \delta_9$
- $X_{1,2.2} = \lambda X_{1,2} \xi_1 + \delta_{10}$
- $X_{1,2.3} = \lambda X_{1,2} \xi_1 + \delta_{11}$
- $X_{1,2.4} = \lambda X_{1,2} \xi_1 + \delta_{12}$
- $X_{1,2.5} = \lambda X_{1,2} \xi_1 + \delta_{13}$
- $X_{1,2.6} = \lambda X_{1,2} \xi_1 + \delta_{14}$
- $X_{1,2.7} = \lambda X_{1,2} \xi_1 + \delta_{15}$
- $X_{1,2.8} = \lambda X_{1,2} \xi_1 + \delta_{16}$
- $X_{1,2.9} = \lambda X_{1,2} \xi_1 + \delta_{17}$

$$X_{1,3} = \lambda X_1 \xi_2 + \delta_3$$

- $X_{1,3.1} = \lambda X_{1,3} \xi_1 + \delta_{18}$
- $X_{1,3.2} = \lambda X_{1,3} \xi_1 + \delta_{19}$
- $X_{1,3.3} = \lambda X_{1,3} \xi_1 + \delta_{20}$
- $X_{1,3.4} = \lambda X_{1,3} \xi_1 + \delta_{21}$
- $X_{1,3.5} = \lambda X_{1,3} \xi_1 + \delta_{22}$

$$X_{1,4} = \lambda X_1 \xi_2 + \delta_4$$

- $X_{1,4.1} = \lambda X_{1,4} \xi_1 + \delta_{23}$
- $X_{1,4.2} = \lambda X_{1,4} \xi_1 + \delta_{24}$
- $X_{1,4.3} = \lambda X_{1,4} \xi_1 + \delta_{25}$
- $X_{1,4.4} = \lambda X_{1,4} \xi_1 + \delta_{26}$
- $X_{1,4.5} = \lambda X_{1,4} \xi_1 + \delta_{27}$
- $X_{1,4.6} = \lambda X_{1,4} \xi_1 + \delta_{28}$

$$- X_{1.4.7} = \lambda X_{1.4} \xi_1 + \delta_{29}$$

$$X_{1.5} = \lambda X_1 \xi_1 + \delta_5$$

$$- X_{1.5.1} = \lambda X_{1.5} \xi_1 + \delta_{30}$$

$$- X_{1.5.2} = \lambda X_{1.5} \xi_1 + \delta_{31}$$

$$- X_{1.5.3} = \lambda X_{1.5} \xi_1 + \delta_{32}$$

$$- X_{1.5.4} = \lambda X_{1.5} \xi_1 + \delta_{33}$$

$$X_{1.6} = \lambda X_1 \xi_1 + \delta_6$$

$$- X_{1.6.1} = \lambda X_{1.6} \xi_1 + \delta_{34}$$

$$- X_{2.6.2} = \lambda X_{1.6} \xi_1 + \delta_{35}$$

$$- X_{1.6.3} = \lambda X_{1.6} \xi_1 + \delta_{36}$$

$$- X_{2.6.4} = \lambda X_{1.6} \xi_1 + \delta_{37}$$

$$X_{1.7} = \lambda X_1 \xi_1 + \delta_7$$

$$- X_{1.7.1} = \lambda X_{1.7} \xi_1 + \delta_{38}$$

$$- X_{1.7.2} = \lambda X_{1.7} \xi_1 + \delta_{39}$$

$$- X_{1.7.3} = \lambda X_{1.7} \xi_1 + \delta_{40}$$

2) Untuk variabel eksogen Penggunaan Media Sosial dengan indikator bersifat reflektif:

$$X_{2.1} = \lambda X_2 \xi_2 + \delta_8$$

$$- X_{2.1.1} = \lambda X_{2.1} \xi_2 + \delta_{41}$$

$$- X_{2.1.2} = \lambda X_{2.1} \xi_2 + \delta_{42}$$

$$X_{2.2} = \lambda X_2 \xi_2 + \delta_9$$

$$- X_{2.2.1} = \lambda X_{2.1} \xi_2 + \delta_{43}$$

$$- X_{2.2.2} = \lambda X_{2.1} \xi_2 + \delta_{44}$$

$$X_{2.3} = \lambda X_2 \xi_2 + \delta_{10}$$

$$- X_{2.3.1} = \lambda X_{2.1} \xi_2 + \delta_{45}$$

$$- X_{2.3.2} = \lambda X_{2.1} \xi_2 + \delta_{46}$$

$$X_{2.4} = \lambda X_2 \xi_2 + \delta_{11}$$

$$- X_{2.4.1} = \lambda X_{2.4} \xi_2 + \delta_{47}$$

$$- X_{2.4.2} = \lambda X_{2.4} \xi_2 + \delta_{48}$$

3) Untuk variabel endogen keputusan masyarakat indikator bersifat reflektif:

$$Y_{1.1} = \lambda Y_1 \eta_1 + \varepsilon_1$$

$$- Y_{1.1} = \lambda Y_1 \eta_1 + \varepsilon_1$$

$$- Y_{1.2} = \lambda Y_1 \eta_1 + \varepsilon_2$$

$$- Y_{1.3} = \lambda Y_1 \eta_1 + \varepsilon_3$$

$$\begin{aligned}
 & Y_{1,2} = \lambda Y_2 \eta_1 + \varepsilon_2 \\
 & - Y_{2,1} = \lambda Y_2 \eta_1 + \varepsilon_4 \\
 & - Y_{2,2} = \lambda Y_2 \eta_1 + \varepsilon_5 \\
 & - Y_{2,3} = \lambda Y_2 \eta_1 + \varepsilon_6 \\
 & - Y_{2,4} = \lambda Y_2 \eta_1 + \varepsilon_7 \\
 & Y_{1,3} = \lambda Y_3 \eta_1 + \varepsilon_3 \\
 & - Y_{3,1} = \lambda Y_3 \eta_1 + \varepsilon_8 \\
 & - Y_{3,2} = \lambda Y_3 \eta_1 + \varepsilon_9 \\
 & - Y_{3,2} = \lambda Y_3 \eta_1 + \varepsilon_{10}
 \end{aligned}$$

## 5. Estimasi Parameter

Metode pendugaan parameter (estimasi) di dalam PLS adalah metode kuadrat terkecil (*least square methods*). Proses perhitungan dilakukan dengan cara iterasi, dimana iterasi akan berhenti jika telah tercapai kondisi konvergen. Pendugaan parameter didalam PLS meliputi 3 hal, yaitu:

- a) *Weight Estimate* yang digunakan untuk menghitung data variabel laten.
- b) *Path Estimate* yang menghubungkan antar variabel laten dan estimasi *loading* antara variabel laten dengan indikatornya.

## 6. Evaluasi Kecocokan Model

Evaluasi kecocokan model dalam PLS dilakukan dengan menguji model pengukuran (*outer model*) serta model struktural (*inner model*).

Uji pada model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel laten dengan indikatornya, antara lain :

- a) *Convergent Validity*. Pengujian dilakukan dengan memperhatikan nilai *loading factor* pada hubungan variabel laten dengan indikator atau dimensinya. Nilai yang diharapkan adalah di atas 0,7.
- b) *Discriminant Validity*. Nilai ini merupakan nilai *cross-loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading factor* konstruk lainnya.

- c) *Construct Reliability*. Nilai digunakan untuk melihat kehandalan indikator dalam mengukur variabel penelitian. Jika nilai *Construct Reliability* lebih besar dari 0.7 maka indikator dinyatakan handal dalam mengukur variabel penelitian.
- d) *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 maka konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang baik.

Sedangkan uji pada model struktural (*inner model*) dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel laten yaitu kelayakan model dan signifikansi jalurnya, antara lain:

- a) *R Square* ( $R^2$ ) yaitu koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai ini menunjukkan sejauhmana kemampuan konstruk eksogen menjelaskan variasi pada konstruk endogen. Ada 3 kriteria nilai menurut Chin (1998) yaitu : 0.67 artinya tinggi, 0.33 artinya moderat dan 0.19 (lemah).
- b) *Estimated for Path Coefficient* (Estimasi Koefisien Jalur). Nilai estimasi koefisien jalur antara konstruk harus memiliki nilai yang signifikan. Signifikansi hubungan dapat diperoleh dengan prosedur *bootstrapping*. Nilai yang dihasilkan berupa nilai *t-hitung* yang kemudian dibandingkan dengan *t-tabel*. Apabila nilai *t-hitung* > *t-tabel* pada taraf signifikansi (5%) maka nilai estimasi koefisien jalur tersebut dinyatakan signifikan
- c) *Effect Size* ( $f^2$ ). Perhitungan *effect size* dilakukan untuk mengetahui perubahan nilai pada konstruk endogen. Perubahan nilai menunjukkan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Interpretasi nilai  $f^2$  yaitu 0.15; 0.22 dan 0.35 dengan variabel laten eksogen memiliki pengaruh kecil, moderat, dan besar pada level struktural.
- d) Relevansi Prediksi ( $Q^2$ ). Nilai  $Q^2$  atau juga dikenal sebagai Stone Geisser berguna untuk validasi kemampuan prediksi model. Model ini hanya cocok dilakukan pada konstruk endogen yang mempunyai indikator reflektif. Nilai relevansi prediksi diatas nol membuktikan bahwa model mempunyai prediksi relevansi sehingga mampu memprediksi konstruk eksogennya. Apabila nilai yang didapatkan 0,02 (kecil), 0,15 (sedang) dan 0,35 (besar).

e) *Goodness of Fit* (GoF).

Untuk memvalidasi model secara keseluruhan, maka digunakan *Goodness of Fit* (GoF) yang diperkenalkan oleh Tenenhaus, et al. (2004). Indeks GoF ini merupakan ukuran tunggal yang digunakan untuk mevalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural. Nilai GoF ini diperoleh dari *average communalities index* dikalikan dengan nilai  $R^2$  model. Nilai GoF terbentang antara 0-1 dengan interpretasi nilai ini adalah 0.1 (GoF kecil), 0.25 (GoF moderat), dan 0.36 (GoF besar).

### 3.8 Metode Analisa Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-analitis, suatu bentuk penelitian yang meliputi proses pengumpulan dan penyusunan data, kemudian semua data yang sudah terkumpul dan tersusun dianalisis sehingga diperoleh pengertian data yang jelas. Teknik pengolahan data dan analisa data yang digunakan penyusun berdasarkan model yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman (dalam Denzin & Lincoln, 2009) sebagai berikut:

**a. Reduksi Data**

Yaitu proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok yang disesuaikan dengan rumusan masalah yang hendak dijawab. Data kemudian disusun secara sistematis sehingga memberikan gambaran yang jelas tentang hasil penelitian.

**b. Penyajian Data**

Menyajikan data-data yang diperoleh dari lapangan dan disusun secara sistematis sehingga tersusun gambaran yang jelas dan sistematis tentang data yang dihasilkan dari penelitian yang dilakukan.

**c. Pengambilan Kesimpulan dan Verifikasi**

Proses penarikan kesimpulan merupakan kegiatan penggambaran yang utuh dari objek penelitian didasarkan pada data yang sudah diperoleh sebelumnya dengan mempertemukan pola, persamaan, relasi, tema dan hal-hal khusus yang kerap muncul, kemudian menyesuaikan dengan teori yang dipakai. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

### 3.9 Metode Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, metode pemeriksaan data yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Meleong, 2004). Satori & Komariah (2009) membagi tiga macam triangulasi, yaitu (1) triangulasi sumber, (2) triangulasi teknik, dan (3) triangulasi waktu.

Metode analisis data dalam penelitian ini digunakan dua metode untuk penelitian kualitatif digunakan tehnik *triangulasi* data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu dengan menggunakan teknik *triangulasi* data. Menurut Bungin (2013), dengan menggunakan strategi pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data, pengecekan beberapa sumber data dengan metode yang sama. *Triagulasi* data untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data. apakah informasi yang didapat dengan metode wawancara sama dengan metode observasi, begitu juga sebaliknya.