



BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN



Hak cipta © milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.1 Objek Penelitian

Pada penelitian yang digunakan dalam penelitian Citra Merek, Promosi dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Motor Yamaha NMAX di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Dengan objek penelitian 100 orang konsumen motor Yamaha NMAX di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Penelitian dilakukan terhadap 100 orang yang telah membeli motor Yamaha NMAX di wilayah Kelapa Gading.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan secara primer. Pengumpulan data secara primer diperoleh melalui angket/kuisisioner kepada konsumen Yamaha NMAX di wilayah Kelapa Gading, Jakarta utara.

3.3 Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang diteliti, terdapat empat variable dalam penelitian yang akan digunakan sebagai bahan analisis, yaitu citra merek, promosi, harga, dan loyalitas pelanggan yang dioperasionalkan sebagai berikut:

3.3.1 Variabel Dependent

Variabel Dependent (Variabel Terikat) adalah variable yang dipengaruhi, akibat dari adanya variable bebas. Dikatakan sebagai variable terikat karena variable terikat dipengaruhi oleh variable independent (variable bebas) Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty). Variabel terikat dilambangkan dengan huruf (Y)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.1 Variabel Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty)

No	Dimensi	Indikator	Skala
1	Melakukan Pembelian Berulang *sekarang	a. Melakukan pembelian ulang motor Yamaha.	Interval
2	Pembelian antar lini produk dan jasa *sekarang	a. Ingin selalu membeli produk baru Yamaha. b. Selalu mengikuti perkembangan produk baru Yamaha.	Interval
3	Mereferensikan kepada orang lain *sekarang	a. Memberi informasi kepada orang lain produk motor Yamaha NAMX. b. Memberi rekomendasi kepada pihak lain untuk membeli motor Yamaha NMAX.	Interval
4	Menunjukkan Kekebalan terhadap tarikan pesaing.	a. Merupakan pilihan pertama dalam memilih merek motor. b. Percaya bahwa Yamaha NMAX merupakan motor yang terbaik di kelasnya.	Interval

 Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.3.2 Variabel Independent

Variabel Independen (Variabel Bebas) adalah variable yang mempengaruhi atau sebab perubahan imbulnya variable terikat(dependen). Dapat dikatakan variable bebas karena dapat mempengaruhi variable lainnya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Citra Merek (Brand Image), Promosi (promotion), dan Harga (Price).

Tabel 3.2 Variabel Citra Merek (Brand Image)

No	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Product Attributes (Atribut Produk)	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk yang ditawarkan memiliki teknologi yang unggul. b. Produk yang ditawarkan memiliki design yang menarik. 	interval
2.	Customer Benefits(Mandaat yang dirasakan konsumen)	<ul style="list-style-type: none"> a. Motor Yamaha NMAX memberikan kenyamanan dan keamanan kepada konsumen. b. Memiliki perasaan mudah untuk mencari suku cadang dan service motor Yamaha NMAX. 	interval
3.	Brand Personality (Kepribadian merek) (sekarang)	<ul style="list-style-type: none"> a. kesungguhan merek untuk memenuhikebutuhan konsumen. b. Memiliki ciri khas di setiap produk nya. 	interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3.3 Variabel Promosi (Promotion)

No	Dimensi	Indikator	Skala
1	Periklanan (Advertising) (sekarang)	a. Tema iklan yang disampaikan dapat menarik perhatian konsumen. b. Iklan yang di tampilkan dimedia massa cukup sering.	interval
2	Promosi Penjualan (Sales Promotion) (sekarang)	a. Menampilkan bahasa promosi yang ditampilakan menarik. b. Yamaha NMAX menyediakan alat atau barang promosi dan souvenir yang menarik.	interval
3	Penjualan Perorangan (Personal Selling)	a. Marketing sudah memiliki kemampuan untuk menjelaskan produk kepada konsumen. b. Maerketing yang menjelaskan dapat dipercaya.	interval
4	Hubungan Masyarakat (Public Relations) (sekarang)	a. Menjaga hubungan baik dengan konsumen. b. Memberikan Informasi rutin kepada konsumen.	interval
5	Pemasaran Langsung (Direct Marketing)	a. Mudah menemukan website motor Yamaha NMAX. b. Attitude marketing dalam menangani dan menjawab pertanyaan konsumen.	interval

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.4 Variabel Harga (Price)

No	Dimensi	Indikator	Skala
1	Daftar Harga (List Price)	a. Daftar harga penjualan yang ditampilkan jelas. b. Kelengkapan informasi harga yang lengkap.	interval
2	Periode Pembayaran (Payment Periode)	a. Waktu pembayaran yang diberikan sesuai dengan pilihan konsumen. b. Angsuran yang dibayarkan tiap bulan nya sama.	interval
3	Syarat Kredit (Credit Term)	a. Proses nya cepat. b. Syarat kredit nya mudah	interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Jenis data yang dikumpulkan berupa data yang bersifat kuantitatif, dalam mengumpulkan data penulis menyebarkan kuesioner di Wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penentuan populasi dan sampling.

3.4.1 Penentuan Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 102.426 penduduk yang tinggal di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara.



3.4.2 Sampling

Teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sample berdasarkan kriteria dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2012:2016). Dengan menggunakan *purposive sampling*, diharapkan kriteria sample yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang dilakukan dan mampu menjelaskan keadaan sebenarnya tentang objek yang diteliti. Maka, dalam penelitian ini kuesioner yang dibagikan kepada 100 konsumen yang telah membeli motor Yamaha NMAX.

Dalam mengukur skala Likert, diperlukan Rentang Skala. Rentang Skala berguna untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variable. Rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

RS = rentang skala penilaian

m = nilai tertinggi

n = nilai terendah

b = jumlah kelas

Jadi karena nilai tertinggi =5 dan terendah =1, interval yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

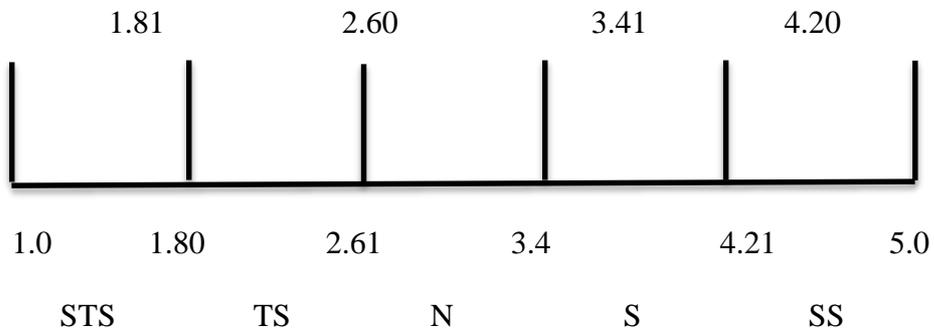
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dengan menggunakan interval tersebut di atas, maka dapat dibentuk

kelas interval sebagai berikut:



Gambar 3.1 Skala Likert

Keterangan :

- 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,81 – 2,60 = Sangat Setuju (ST)
- 2,61 – 3,40 = Netral (N)
- 3,41 – 4,20 = Setuju (S)
- 4,20 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Teknik Pengumpulan Data, Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek penelitian. Data primer dari penelitian ini adalah observasi dan kuisisioner

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.5.2 Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Kriyantono, 2006). Data sekunder dari penelitian ini adalah studi pustaka dan data-data perusahaan PT XYZ.

3.5.3 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan jenis skala pengukuran data, data kuantitatif dikelompokkan menjadi empat jenis data yaitu, data nominal, data ordinal, data interval dan juga data rasio.

Berikut penjelasan dari 4 jenis data, yaitu: (Kriyantono, 2006)

1. Data Nominal

Data yang pasti, hanya mempunyai satu nilai tertentu saja. Misalnya, usia, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, sudah berapa lama mengenal produk, mengapa tertarik menggunakan produk.

2. Data Ordinal

Data ordinal adalah data yang menunjukkan tingkatan atau urutan tertentu. Penentuan urutan ini tidak memperhitungkan jarak antara tingkatan.

3. Data Interval

Data interval adalah data yang mengandung tingkatan atau urutan atau jenjang di mana berdasarkan interval (jarak) yang sama.

4. Data Rasio

Data ini mempunyai nilai nol absolut atau mutlak (*fixed zero point*) sebenarnya semua sifat pada data interval terdapat juga dalam data

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

rasio, dengan ditambah adanya nilai nol mutlak ini sebagai awal permulaan. Contoh: berat badan mempunyai nilai nol, yaitu tidak mempunyai berat sama sekali.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Biasanya disebut dengan angket (Kriyantono, 2006).

Dalam penelitian ini kuisisioner akan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang terhadap sesuatu objek sikap.

Tabel 3.5 Pengukuran Variabel

Nilai	Jawaban Nilai
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Ragu-ragu
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: (Kriyantono, 2006)

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2009:59) “validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur”. Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang mempunyai skala pengukuran ordinal minimal serta pilihan jawaban lebih dari dua pilihan, perhitungan korelasi antara pernyataan





kesatuan dengan skor total digunakan alat uji korelasi pearson (*product moment coefisien of correlation*) dengan rumus:

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

Keterangan :

r	= Koefisien validitas item yang dicari
X	= Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
Y	= Skor total
n	= Banyaknya responden
$\sum Y$	= Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X$	= Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum XY$	= Jumlah hasil kali variabel x dan y

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut :

1. Item pertanyaan atau pernyataan responden yang diteliti dikatakan valid apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$
2. Item pertanyaan atau pernyataan responden yang diteliti dikatakan tidak valid apabila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$

3.7.2 Uji reabilitas

Uji reabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indicator-indikator dari suatu variable. Uji reabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relative konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Inikator pernyataan dinyatakan reliable apabila nilai dari Cronbach's Alpha $> 0,7$.



Dengan rumus :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma^2_{XL}}{\sigma^2_x} \right)$$

Keterangan :

α	: Cronbach's Coefficient Alpha atau reliabilitas instrumen
k	: Jumlah pecahan atau banyak butir pernyataan
$\sum \sigma^2_{XL}$: Total dari varian masing-masing pecahan
σ^2_x	: Varian dari total sekarang

3.8 Analisis Deskriptif

Analisa drskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variable dalam sample (Simamora,2004:231)

3.8.1 Presentase

Analisis presentase digunakan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pertanyaan mengenai jenis kelamin, usia, jurusan yang diambil dan pemakaian layanan dalam seminggu. Analisis profil dilakukan dengan menghitung presentase dengan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan :

P : Persentase dari responden yang dimiliki kategori tertentu.

fi : Banyaknya responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu.

$\sum fi$: Jumlah total responden

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3.8.2 Rata-rata Hitung (mean)

Untuk mengetahui atribut utama yang membuat konsumen berminat untuk menggunakan produk motor Yamaha NMAX, digunakan perhitungan nilai rata-rata (*mean score*). Cara mengitung skor yaitu dengan mengaitkan frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan :

X = Rata-rata hitung

Xi = Nilai sampel ke-i

N = Jumlah respnden

3.9 Analisis Perngaruh – pengaruh

3.9.1 Uji Korelasi Berganda

Uji Korelasi Berganda merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara variable terikat/terpengaruh (variable Y) dengan 2 atau lebih variable bebas atau variable pengaruh (X1,X2,X3,..Xn). Melalui Uji Korelasi Berganda maka dapat diketahu adanya kekuatan hubungan antar variable tersebut.

Rumus yang digunakan untuk menghitung Koefisien Korelasi linier Berganda adalah sebagai berikt:

$$r_{yx1x2} = \sqrt{\frac{r^2_{x1y} + r^2_{x2y} - 2r_{x1y}r_{x2y}r_{x1x2}}{1 - r^2_{x1x2}}}$$



Di mana:

R_{yx1x2} : Korelasi antara X1 dan X2 bersama-sama dengan Y

r_{yx1} : Korelasi product moment Y dengan X1

r_{xy2} :Korelasi product moment Y dengan X2

r_{x1x2} : Korelasi product moment X1 dengan X2

3.9.2 Uji Anova (Uji F)

Uji keberartian model menunjukkan apakah semua variable independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen/terikat.

Rumus yang digunakan untuk Uji Anova (Uji F) adalah sebagai berikut

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

Keterangan:

R^2 = koefisien regresi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak digunakan (Uji Anova untuk melihat kecocokan model). Dalam analisisnya, hipotesis statistic yang digunakan adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

H_a : Tidak semua $\beta_1 = 0$

Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut :

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > table maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.
- 2) Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.9.3 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua variable independen atau lebih (X) dengan variable dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variable independen dengan variable dependen apakah positif atau negative.

Rumus regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y_i = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots b_n$$

Keterangan :

Y_i : Variabel dependen (nilai yang diprediksi)

X_i : Variabel independen

a : Konstanta (nilai Y' apabila $X=0$)

b : Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.