KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas objek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

A. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah *Richeese Factory* yang berlokasi di Jalan Kelapa Gading Boulevard. Sedangkan subjek penelitian ini adalah pelanggan yang pernah mengonsumsi *Richeese Factory* di Kelapa Gading.

B. Desain Penelitian

Menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2017), desain penelitian adalah perencanaan berdasarkan aktivitas, waktu, dan pertanyaan penelitian serta petunjuk utuk memlih informasi dan kerangka kerja unutk menjelaskan hubungan antara variabel. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode jenis penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif menurut Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler (2017), penelitian kuantitatif adalah untuk mengukur sesuatu dengan tepat dan digunakan untuk mengukur perilaku pelanggan, pengetahuan, opini, maupun sikap.

Ada 7 klasifikasi desain penelitian yaitu :

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian yang dipilih adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi komunikasi yaitu peneliti memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respons mereka berdasarkan makna personal maupun umum.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Peneliti menggunakan desain *ex post facto* (*ex post facto design*) yaitu peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi dan apa yang sedang terjadi. Peneliti yang menggunakan desain penelitian ini tidak memengaruhi variabel yang diteliti sehingga tidak ada bias.

4. Tujuan Studi

Studi yang digunakan adalah studi deskriptive (*descriptive*). Fokus penelitian ini adalah untuk menemukan siapa, apa, dimana, kapan, atau berapa banyak.

5. Dimensi Waktu

Peneliti menggunakan studi *cross-sectional* yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Peneliti menggunakan studi statistik yang didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Peneliti menggunakan lingkungan aktual/kondisi lapangan (*field conditions*) dalam melakukan penelitiannya.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat 3 jenis variabel yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Bebas

   Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini meliputi:

   - Citra merek (X1)
   - Promosi (X2)

2. Variabel Terikat

   Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berikut ini adalah definisi operasional yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel Citra merek

Variabel	Dimensi	Skala
Citra Merek	Pengenalan (Recognition) yaitu Tingkat dikenalnya sebuah merek oleh pelanggan.	**Interval**
	Reputasi (Reputation) yaitu tingkat reputasi atau status yang cukup tinggi bagi sebuah merek karena memiliki *track record* yang baik.	**Interval**
	Daya Tarik (Affinity) yaitu hubungan emosional yang timbul antara sebuah merek dengan konsumennya.	**Interval**
	Kesetiaan (Loyalty) yaitu seberapa besar tingkat kesetiaan pelanggan terhadap merek tersebut.	**Interval**

Sumber : Rangkuti dalam jurnal irwan (2017)

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel Promosi

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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Variabel	Dimensi	Skala
Promosi	Komunikasi dalam promosi yaitu standar penilaian baik buruknya suatu pesan yang disampaikan kepada pasar dalam promosi	**Interval**
	Media Promosi yaitu sarana yang dipakai oleh perusahaan untuk membuat sebuah kegiatan promosi	**Interval**
	Waktu Promosi yaitu Lama waktunya yang digunakan pada saat promosi berlangsung	**Interval**
	Frekuensi Promosi yaitu banyaknya jumlah iklan yang ditawarkan dalam waktu tertentu	**Interval**

Sumber : Kotler dalam Rizqillah (2020)

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Dimensi	Skala
Kepuasan Pelanggan	Setia	**Interval**
	Membeli produk yang ditawarkan	**Interval**
	Merekomendasikan produk	**Interval**
	Bersedia membayar lebih	**Interval**
	Memberi masukan	**Interval**

Sumber : Kotler (2015)

D. Teknik Pengambilan Sampel

1. Sampel : Pelanggan Richeese Factory yang berada di

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

wilayah Kelapa Gading.

2. Daerah Penelitian : Jakarta Utara.

3. Ukuran Sampel : 100 pelanggan.

4. Teknik Sampling : *Non Probability* dengan *judgement sampling*

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi. Komunikasi yang dilakukan dengan cara kuesioner secara elektronik. Pengukuran pada kuesioner menggunakan skala likert 1-5.

Tabel 3.4

Pengukuran Variabel

Posisi Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

F. Teknik Analisis Data

© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Adapun analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak ingin diukur. Menurut Imam Ghozali (2016:47), uji reliablitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indkator dari variabel atau konstruk.

2. Analisis Deskriptif

Menuurut Imam Ghozali (2016:19), analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi). Berikut pengukurannya :

a. Skor Rata-rata

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus rata-rata hitung populasi adalah:

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^{n} \frac{Xi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = Rata-rata hitung

Xi = Data

n = Jumlah data

b. Rentang Skala

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Rumus yang digunakan adalah :

$$Range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

m : Rata-rata nilai tertinggi

p : Rata-rata nilai terendah

b : Jumlah kelas/ banyaknya kategori

Tabel 3.5

Rentang Skala

Rentang Nilai	Jawaban
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3.41 – 4.20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Analisis Regresi Ganda

Variabel model regresi linier ganda yang akan digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \in$$

dimana, X1 = Citra merek Y = Kepuasan Pelanggan

X2 = Promosi $\in$ = Variabel Gangguan

a. Uji Asumsi Klasik

Sebelum data tersebut dianalisis, model regresi berganda di atas harus memenuhi syarat asumsi klasik sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2016:154) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penggangu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji sttatistik.

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2016:134) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

H_0 : terjadi heteroskedastisitas

H_a : tidak terjadi heteroskedastisitas.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2016:103) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas.
2. VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

b. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah model regresi tersebut dapat digunakan/tidak. Dari tabel ANOVA akan diperoleh nilai F hitung dan signifikansi F. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

H_a : Paling sedikit ada satu $\beta_i \# 0$ $\quad i = 1,2$

c. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Uji t digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yang disusun. Dengan program SPSS akan diperoleh nilai t hitung dan juga *probability value* (Sig.). Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$

$H_a : \beta_i > 0$ $\quad i = 1,2$