KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

BAB III

METODE PENELITIAN

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

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang akan diteliti adalah serbuk jeli Nutrijell. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli/mengonsumsi produk serbuk jeli Nutrijell di Jakarta Timur.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:125), desain penelitian didefinisikan sebagai: "*Research design is the plan and structure of investigation so conceived as to obtain answers to research questions. The plan is the overall scheme or program of the research. It includes an outline of what the ivestigator will do from writing hypotheses and their operational implications to the final analysis of the data."* Atau dapat dijelaskan, desain penelitian adalah rencana dan struktur dari sebuah penyelidikan yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Rencana ini adalah skema keseluruhan atau program dari penelitian tersebut. Termasuk di dalamnya adalah garis besar tentang apa yang akan dilakukan oleh peneliti mulai dari penulisan hipotesis, sampai dengan dampak operasionalnya kepada analisis akhir dari data. Cooper dan Schindler, selanjutnya mengklasifikasikan penelitian ke dalam beberapa kategori: (Cooper dan Schindler, 2014:126-128)

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.

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

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan derajat kristalisasi pertanyaan penelitian, sebuah penelitian dibagi menjadi 2, yaitu penelitian exploratif (*exploratory study*), dan penelitian formal (*formal study*). Penelitian eksploratif adalah penelitian yang cenderung mengarah kepada struktur penelitian yang longgar, dan tujuan utamanya adalah menemukan tugas tugas penelitian di masa depan (*discovering future research tasks.*) Sedangkan, penelitian formal adalah penelitian yang bermula dari adanya hipotesis atau pertanyaan penelitian, dan mencakup prosedur dan sumber data yang spesifik. Tujuan penelitian formal adalah menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Maka, berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat formal, karena terdapat hipotesis, dan tujuannya adalah menjawab pertanyaan penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian di bagi menjadi 2, yaitu Observasi (*Monitoring*), dan Komunikasi (*Communication*). Dalam penelitian yang menggunakan metode monitoring, peneliti memeriksa aktivitas sebuah subjek, atau sifat dari sebuah materi, tanpa mengharapkan adanya respon dari siapapun. Sedangkan, dalam penelitian yang menggunakan metode komunikasi, si peneliti bertanya pada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka secara personal maupun impersonal. Data yang diperoleh, antara lain bisa berasal dari: percakapan di telefon, instrument penelitian yang dikirim melalui e-mail, atau disebarkan melalui media digital lainnya, dan cara-cara lainnya.

Maka berdasarkan penjelasan di atas, maka metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi, karena dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarkan secara online via *Google Forms.* Peneliti mengharapkan adanya respon dari responden atas kuesioner yang telah disebarkan tersebut.

3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Berdasarkan pengendalian variabel oleh peneliti, penelitian di bagi menjadi 2, yaitu *experiment,* dan *ex post facto design*. *Experiment* adalah ketika peneliti mampu mengontrol, atau memanipulasi variabel yang ada dalam penelitian. Sedangkan, *Ex Post Facto Design* adalah ketika peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel, dalam arti mampu memanipulasi mereka. Peneliti hanya bisa melaporkan apa yang telah, dan sedang terjadi. Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat *Ex Post Facto Design* karena peneliti hanya melaporkan dan memaparkan apa yang terjadi, dan tidak mampu memanipulasi variabel penelitian.

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuannya, sebuah penelitian di bagi menjadi 3 jenis, yaitu *reporting, descriptive,* dan *causal.* Penelitian *reporting* menyediakan sejumlah data, seringkali merombak kembali data untuk mendapatkan pengertian yang lebih dalam atau untuk menciptakan statistik untuk perbandingan. Penelitian *descriptive* adalah penelitian yang bertujuan untuk menjawab 5W+1H. Penelitian *causal* selanjutnya di bagi lagi menjadi 2 bagian, yaitu *causal-explanatory,* dan *causal-predictive*.

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

Causal-explanatory adalah penelitian yang berfokus pada mempelajari kenapa, sebuah variabel menghasilkan perubahan pada variabel lainnya. *Causal-predictive* adalah penelitian yang berusaha memprediksi dampak pada sebuah variabel, dengan memanipulasi satu variabel lainnya dan membuat variabel yang lain konstan. Maka, berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini tergolong dalam penelitian Deskriptif-Causal-Explanatory. Karena, dalam penelitian ini, peneliti menjawab pertanyaan 5W+1H yang telah dijabarkan dalam batasan masalah, (yang selanjutnya akan dibahas dalam analisis deskriptif), serta menjelaskan hubungan antara variabel bebas (X_1 dan X_2) dengan variabel terikat (Y)

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktunya, penelitian di bagi menjadi 2, yaitu *Cross-sectional*, dan *Longitudinal.* Penelitian *cross-sectional* adalah penelitian yang dilaksanakan sekali, dan mewakili potret dari satu titik waktu. Sedangkan, penelitian *longitudinal* adalah penelitian yang dilakukan berulang ulang dalam jangkan waktu yang panjang. Penelitian ini adalah penelitian yang tergolong dalam *cross-sectional* karena hanya dilakukan sekali dan mewakili satu titik/periode waktu yang singkat, sebagaimana yang telah dijabarkan dalam bagian periode penelitian pada bab 1.

6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan, sebuah penelitian terbagi menjadi 2, yaitu *Statistical study,* dan *Case study*. *Statistical study* dirancang untuk melihat luas, dibanding kedalaman.

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

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan karakteristik sebuah populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik yang dimiliki sampel. Hipotesis diuji secara kuantitatif. Generalisasi tentang penemuan disajikan berdasarkan keterwakilan dari sampel dan validitas dari rancangan. Sedangkan, *Case study* adalah penelitian yang lebih menitikberatkan pada analisa kontekstual yang menyeluruh dari kejadian atau kondisi yang lebih sedikit, dan keterkaitan mereka. Penelitian ini tergolong dalam *Statistical study* karena hipotesis yang telah dibuat pada bab 2, selanjutnya akan diuji validitasnya pada bab 4, menggunakan alat alat analisa yang akan dijabarkan di bawah ini.

7. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan ruang lingkupnya, penelitian dibagi menjadi 3, yaitu *field condition, laboratory condition dan simulation. Field condition* adalah penelitian yang dilakukan pada kondisi lingkungan yang sesungguhnya, sedangkan *laboratory condition* adalah penelitian yang dilakukan pada lingkungan yang dipentaskan, atau dimanipulasi. *Simulation* adalah mengulang inti dari sebuah sistem atau proses. Penelitian ini tergolong dalam *field condition* karena dilakukan pada kondisi lapangan yang sesungguhnya (dengan menyebarkan kuesioner pada responden.)

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

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

C. Variabel Penelitian

Tujuan operasional dalam penelitian pada dasarnya untuk memberikan pemahaman dan pengukuran terhadap konsep yang akan diteliti. Definisi operasional akan selalu menjadi definisi yang digunakan untuk mengembangkan hubungan hubungan yang terdapat dalam hipotesis dan teori.

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan adalah *brand image*, *brand trust*, dan *brand loyalty*.

D. Operasionalisasi dan Pengukuran Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, maka diperoleh beberapa variable, yaitu, *brand image*, *brand trust*, dan *brand loyalty* serbuk jeli Nutrijell di Jakarta Timur, dimana pengukuran akan dilakukan menggunakan skala likert, yaitu skala yang dapat dikalkulasi dan satu interval dengan lainnya memiliki jarak yang sama, dalam penelitian ini skalanya adalah 1 sampai 5.

Dimensi variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

© 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

1. Variabel bebas 1 (X_1), yaitu *brand image*, dengan dimensi dan indikator yang terdiri atas:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel *Brand Image*

Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala
Brand Identity	Logo	1.) Logo merek Nutrijell mudah dikenali.	Interval
	Kemasan	2.) Kemasan serbuk jeli Nutrijell menarik perhatian (*eye-catching*)	
Brand Personality	*Creative*	1.) Saya merasa merek Nutrijell adalah merek yang kreatif.	Interval
	Wholesome	2.) Saya merasa merek Nutrijell adalah merek yang sehat.	
	Friendly	3.) Saya merasa merek Nutrijell adalah merek yang ramah dan bersahabat.	
Brand Association	*Recurring and consistent activities* (Slogan)	1.) Slogan "Kaya Serat, Kaya Manfaat" identik dengan merek Nutrijell.	Interval
		2.) Slogan "Kenyal, Sehat, Nikmat" identik dengan merek Nutrijell.	

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

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel *Brand Image* (Lanjutan)

Brand Behavior and Attitude	*Consistent between promise and reality* (Konsisten antara janji dan kenyataan)	1.) Saya merasa, produk serbuk jeli Nutrijell, apa yang "diiklankan"/"dijanjikan" sesuai dengan kenyataan. (baik itu iklan di TV, media media lain, maupun sekedar instruksi/resep yang terdapat pada kemasan)	Interval
	Concern for the environment and the wider community (Kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas)	2.) Nutrijell adalah merek yang peduli pada lingkungan.	
Brand Competence and Benefit	*Functional Benefit*	1.) Jeli Nutrijell mengenyangkan ketika dikonsumsi	Interval
		2.) Jeli Nutrijell membantu memenuhi kebutuhan serat saya	
	Emotional Benefit	3.) Mengkonsumsi Nutrijell membuat saya merasa bahagia	

Sumber: Wijaya, B. S. (2013) dan Aaker (1997)

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

2. Variabel bebas 2 (X_2), yaitu *brand trust*, dengan dimensi dan indikator yang terdiri atas:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel *Brand Trust*

Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala
Viability	Kepuasan	1. Saya merasa puas dengan kinerja produk serbuk jeli Nutrijell.	Interval
	Nilai (value)	2. Saya merasa harga serbuk jeli Nutrijell sesuai dengan kualitasnya.	
Intentionality	Security	1. Saya merasa merek Nutrijell adalah merek yang aman.	Interval
	Trust	2. Saya mempercayai merek Nutrijell.	

Sumber: Ika dan Kustini (2011)

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

3. Variabel terikat (Y), yaitu *brand loyalty*, dengan dimensi dan indikator terdiri atas:

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel *Brand Loyalty*

Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala
Attitudinal Loyalty	*Cognitive Loyalty*	1. Saya merasa merek Nutrijell adalah merek yang baik.	Interval
		2. Saya merasa merek Nutrijell lebih baik dari merek produk pesaingnya.	
	Affective Loyalty	3. Saya suka dengan merek Nutrijell	
		4. Saya senang dengan merek Nutrijell	
	Conative Loyalty (Behavorial Intent)	5. Di masa depan, apabila saya mau membeli serbuk jeli/agar agar, saya berniat untuk kembali membeli merek Nutrijell	
Behavorial Loyalty	*Action Loyalty*	1. Saya pernah membeli/mengkonsumsi produk serbuk jeli Nutrijell dalam setidaknya 3 bulan terakhir.	Interval
		2. Saya bersedia merekomendasikan merek Nutrijell kepada teman teman, keluarga, dan kerabat saya.	

Sumber: Schiffman dan Wisenblit (2015), Shandi dan Rahardjo (2011).

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

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

E. Teknik Pengambilan Sampel

1. Penentuan Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli dan atau mengkonsumsi produk serbuk jeli Nutrijell di Jakarta Timur.

2. Penentuan Sampel

Menurut Cooper dan Schindler (2014:349), teknik sampling di bagi menjadi 2, yaitu *probability sampling*, dan *non-probability sampling*. Dalam *probability sampling,* setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas *(nonprobability sampling),* dimana tidak setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. *Nonprobability sampling* kemudian di bagi lagi menjadi 3, yaitu *convenience sampling, purposive sampling,* dan *snowball sampling.* Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling. Purposive sampling* dibagi lagi menjadi 2, yaitu: *judgement sampling & quota sampling.*

Judgment sampling adalah ketika peneliti memilih anggota sampel yang memenuhi beberapa kriteria. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *judgement sampling* dengan kriteria sampel adalah mereka yang "pernah membeli/mengkonsumsi produk serbuk jeli Nutrijell."

© 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

Untuk ukuran sampel sendiri, Hair, et al. (2014:100) menyatakan:

"*As a general rule, the minimum is to have at least five times as many observations as the number of variables to be analyzed, and the more acceptable sample size would have a 10:1 ratio.*"

Sehingga, untuk penelitian ini, jumlah responden yang digunakan adalah 5x jumlah butir pertanyaan pada kuesioner, yaitu 23x5 = 115 orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Ada 2 jenis data berdasarkan cara memperolehnya, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Cooper dan Schindler (2014:663), data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mengatasi masalah yang dihadapi. Data sekunder adalah data yang merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh pihak lain dan digunakan untuk tujuan yang berbeda dari yang datanya sedang ditinjau. Contoh data sekunder antara lain: laporan keuangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden. Teknik pengumpulan data ada 2, yaitu observasi dan komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi, yaitu dengan cara memberikan kuesioner secara elektronik (melalui *Google Forms*) kepada konsumen serbuk jeli Nutrijell di Jakarta Timur.

2. Skala yang digunakan

Menurut Cooper dan Schindler (2014:250), berdasarkan pemenuhan asumsi, skala pengukuran dibagi menjadi 4, yaitu skala nominal, ordinal, interval, dan rasio. Berdasarkan tekniknya, skala pengukuran di bagi menjadi 2, yaitu *rating scales (non-comparative scales),* dan *ranking scales (comparative scales)*.

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

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert, tergolong dalam skala interval, karena memiliki klasifikasi, urutan, dan jarak antar intervalnya sama. Skala Likert, adalah salah satu bagian dari *rating scale.* Dalam skala Likert, responden diminta untuk menyetujui atau tidak menyetujui setiap pernyataan yang ada, setiap respon yang diberikan skor numeric yang menunjukkan sikap kesukaan dan skor ini pada akhirnya akan digunakan untuk dijumlah, serta mengukur sikap responden secara keseluruhan.

G. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, selanjutnya peneliti akan melakukan pengolahan data untuk dianalisis agar dapat membuktikkan hipotesis yang telah dibuat. Alat bantu yang digunakan peneliti adalah perangkat lunak komputer SPSS 20. Adapun, alat pengolah data yang digunakan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Adapun, rumus yang digunakan adalah rumus korelasi Bivariat Pearson, rumus ini mengkorelasikan masing masing skor item dengan skor total.

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

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r_{xy}: Koefisien korelasi antara variabel x dan y

N: Jumlah responden

$\sum X$: jumlah skor butir soal

$\sum Y$: jumlah skor butir soal

$\sum X^2$: jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$: jumlah skor kuadrat butir soal

Sehingga, dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

a. Jika r hitung ≤ r tabel (0.361), maka butir instrument tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

b. Jika r hitung ≥ r tabel (0.361) maka butir instrument berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)

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

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

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Cronbach Alpha dengan taraf signifikansi 5% pada kuesioner yang digunakan.

Nunnally (1994) dalam Ghozali (2016:48) menyatakan, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,70. Adapun, rumus Cronbach Alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{n}{n-1}\left(1 - \frac{\sum_{i=1}^{n} s_i^2}{s_t^2}\right)$$

dengan:

r_{11} adalah koefisien reliabilitas

n adalah banyaknya butir soal.

s_i^2 adalah varians skor soal ke-i.

s_t^2 adalah varians skor total.

Sehingga, dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah:

A. Apabila r hitung < r tabel, maka butir instrument dinyatakan tidak reliabel (tidak diterima)

B. Jika r hitung > r tabel maka butir instrument dinyatakan reliabel (diterima)

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

3. Analisis Deskriptif

Ghozali (2016:19) menyatakan, analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum, range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi). Adapun, dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Persentase (Proporsi)

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jawaban terbanyak dalam bentuk persentase dan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

p = persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

fi = jumlah responden yang menjawab satu jenis pertanyaan tertentu

$\sum fi$ = jumlah total responden

b. Rata-rata (Mean)

Rata-rata adalah ukuran pemusatan yang sering digunakan. Keuntungan menggunakan rata rata adalah angka tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran dari data yang diamati.

Rumus rata rata adalah:

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

$\bar{x}$:Rata rata hitung

∑x : Jumlah data

N : Banyaknya data

c. Rentang Skala

Rumus rentang skala adalah:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Nilai Tertinggi - Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

Penelitian ini menggunakan Skala likert yang terdiri dari 1- 5, sehingga rentang skala dalam penelitian ini adalah: (5-1)/5 = 0,8. Sehingga

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 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

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

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah metode menguji model persamaan regresi dengan tujuan mengetahui apakah model persamaan regresi linear berganda tersebut layak dipakai atas variabel variabel yang digunakan dalam penelitian, dan bebas dari gejala heterokedastistas, multikolinearitas, dan autokorelasi. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini ada 3, yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedasitas. Uji Autokorelasi tidak digunakan dalam penelitian ini karena data bersifat *cross-sectional.*

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah residual yang mempunyai distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji Kolmogorov-Sminov. Kriteria untuk menentukkan apakah residual berdistribusi normal adalah sebagai berikut:

(1) Jika probabilitas <0.05 berarti data residual berdistribusi tidak normal.

(2) Jika probabilitas >0.05 berarti data residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria untuk bebas multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0.10 atau nilai VIF < 10.

(1) Jika nilai *tolerance* > 0.10 atau VIF <10, maka tidak terdapat multikolinearitas.

(2) Jika nilai *tolerance* <0.10 atau VIF >10, maka terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedatisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

(1) Jika probabilitas >0.05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

(2) Jika probabilitas <0.05, maka terjadi heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Berganda

Ghozali (2016:94) menyatakan, analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

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

Variabel dependen diasumsikan random/stokastik yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun, persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$\hat{y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

$\hat{y}$ = Variabel *Brand Loyalty*

b_0 = Konstanta

b_1 & b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel *Brand Image*

X_2 = Variabel *Brand Trust*

a. Uji F

Menurut Ghozali (2016:96), uji F digunakan untuk mengukur signifikansi secara simultan/bersama-sama terhadap variabel Y apakah model regresi penelitian layak atau tidak.

H_0 : $b_1 = b_2 = 0$

H_a : $b_1 \neq b_2 \neq 0$

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

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

(1) Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0.05$)

(2) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian

(3) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian

b. Uji Parsial/ Uji t

Menurut Ghozali (2016:97), uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

1. $H_0 : b_1 = 0$

   $H_a : b_1 \neq 0$

2. $H_0 : b_2 = 0$

   $H_a : b_2 \neq 0$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

(1) Taraf signifikansi / Sig. t ($\alpha = 0.05$)

(2) Jika nilai Sig. t < 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

(3) Jika nilai Sig. t > 0.05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

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

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

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