



## BAB III

### METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Objek Penelitian

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah promosi harga yang dilakukan Blitzmegaplex dengan menggunakan aplikasi KakaoTalk. Promosi harga Blitzmegaplex ini menarik untuk diteliti karena Blitzmegaplex menggunakan teknologi komunikasi yang saat ini sedang berkembang. KakaoTalk merupakan salah satu aplikasi messenger yang digunakan oleh Blitzmegaplex dalam promosi penjualan mereka.

Peneliti merasa tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh promosi penjualan tersebut terhadap loyalitas merek pada konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi konsumen adalah Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Hal ini dikarenakan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie lebih menyukai segala bentuk promosi penjualan dibandingkan dengan angkatan lainnya.

#### B. Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Kriyantono (2010:55), riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Kuantitatif tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis.

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Semua ukuran data harus objektif dengan diuji terlebih dahulu dengan prinsip reliabilitas dan validitas.

Terdapat berbagai metode riset dalam penelitian kuantitatif, di antaranya adalah metode survei, metode analisis isi, dan juga metode eksperimen. Namun, metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian kali ini adalah metode survei. Alasan penggunaan metode survei adalah karena peneliti ingin memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dirasa cukup untuk mewakili populasi tertentu. Metode survei merupakan metode riset yang menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Umumnya, dalam metode ini, pengumpulan dan analisis datanya bersifat sangat berstruktur dan mendetail melalui kuisioner (Kriyantono, 2010:59).

Menurut Bilson Simamora (2004:112), data survei tentunya adalah data primer. Dalam metode ini, sudah pasti teknik komunikasi berupa tanya-jawab (baik secara langsung maupun tidak langsung) dilakukan dengan responden. Metode survei memiliki beberapa kelebihan, diantaranya adalah (1) prosesnya dapat dilakukan secara cepat dan efisien, (2) pertanyaan yang diberikan terstruktur, sehingga hasilnya reliabel dan akurat, (3) penggunaan pertanyaan respons tetap (*fixed-response question*) yang dapat mengurangi hasil yang bervariasi. Selain itu, (4) pengkodean, analisis, dan interpretasi data relative sederhana dalam survei.

Dalam metode survei terdiri dari dua jenis, yaitu deskriptif dan eksplanatif. Perbedaan adalah dalam jenis survei deskriptif sifatnya menggambarkan atau mendeskripsikan sampel yang sedang diteliti. Survey ini berfokus pada perilaku yang sedang terjadi dan terdiri dari 1 variabel. Berbeda dengan survey deskriptif, survey



eksplanatif bertujuan untuk mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang memengaruhi terjadinya sesuatu.

Survei eksplanatif terbagi menjadi dua, yaitu: asosiatif dan komparatif. Asosiatif bermaksud untuk menjelaskan hubungan atau korelasi antar variabel, sedangkan komparatif bertujuan untuk membuat komparasi atau perbandingan antara variabel-variabel yang sejenis. Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode survey eksplanatif asosiatif sebagai metode penelitian skripsi ini. Hal ini dikarenakan penelitian ini ingin menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti, yaitu antara promosi harga Blitzmegaplex (X) dengan loyalitas merek (Y).

### C. Variabel Penelitian

Terdapat 2 (dua) buah variabel utama yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen menurut Widiyanto (2013:7), sering disebut dengan variabel terikat yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel lain itu yang disebut dengan variabel bebas atau variabel independen. Umumnya, yang menjadi inti permasalahan penelitian adalah variabel dependen. Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain.

Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yaitu Promosi Harga Blitzmegaplex dalam aplikasi KakaoTalk (X atau Variabel Independen) dan Loyalitas Merek pada Konsumen (Y atau Variabel Dependen). Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai variabel penelitian yang akan diteliti:



**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Promosi Harga "Blitzmegaplex" dalam aplikasi KakaoTalk (variabel Independen atau X)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskon 15%</li> <li>• Buy 1 get 1</li> <li>• Buy 2 Get 1 Combo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi buy 1 get 1 yang diberikan Blitzmegaplex sangat menarik</li> <li>• Promosi buy 2 get 1 combo yang diberikan Blitzmegaplex sangat cocok dengan kebiasaan orang Indonesia yang menonton sambil memakan kudapan</li> <li>• Promosi discount 15% dari Blitzmegaplex sangat menarik karena diadakan setiap harinya</li> <li>• Promosi dari Blitzmegaplex melalui KakaoTalk sangat menarik minat para pelanggan</li> </ul>

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
<p>Loyalitas Pelanggan ( variabel dependen atau Y)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Switcher</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menonton di Blitzmegaplex karena ada promosi penjualan</li> <li>• Saya memilih tempat bioskop random (acak)</li> </ul>

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 Dilindungi Undang-Undang

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

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa semua bioskop sama saja</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Habitual</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menonton di Blitzmegaplex karena sudah menjadi kebiasaan.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Satisfied</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa senang dan puas menonton di Blitzmegaplex karena berbagai film nya yang khusus.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Like the Brand</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merekomendasikan bioskop Blitzmegaplex kepada teman-teman saya</li> <li>• Saya menonton di Blitzmegaplex walaupun bioskop lainnya memiliki film lebih bagus</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Commit the Brand</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menonton di Blitzmegaplex walaupun tidak ada promosi</li> <li>• Saya tetap memilih Blitzmegaplex sebagai bioskop pilihan saya walaupun bioskop lain sedang mengadakan promosi.</li> </ul>

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2010:95), metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh periset untuk mengumpulkan data. Dalam riset kuantitatif, metode pengumpulan data yang dikenal adalah kuisioner (angket), wawancara (biasanya terstruktur), dan dokumentasi. Menurutnya, periset dapat menggunakan salah satu atau gabungan dari metode yang ada, tergantung pada masalah yang dihadapi.

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.



Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan

menggunakan teknik berikut ini:

### Angket atau Kuisisioner

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket atau kuisisioner sebagai metode dalam melakukan penelitian. Hal ini dikarenakan angket merupakan wawancara tertulis yang berupa pertanyaan-pertanyaan telah tersusun secara kronologis dari umum mengarah ke khusus, untuk diberikan kepada responden atau informan. (Subagyo, 2011: 55).

Kuisisioner merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden, maka kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien. Kuisisioner dapat diisi dengan didampingi periset maupun tidak didampingi periset. (Kriyantono, 2012:97)

Tujuan penyebarannya ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah. Pertanyaan yang akan diberikan pada kuisisioner ini adalah pertanyaan menyangkut fakta dan pendapat responden, sedangkan kuisisioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuisisioner tertutup, dimana responden diminta menjawab pertanyaan dan menjawab dengan memilih dari sejumlah alternatif. Ada beberapa jenis angket atau kuisisioner dalam penelitian, yaitu terbuka dan tertutup menurut Kriyantono (2010:97):

- a. Angket terbuka: bila pertanyaan diformulasikan sedemikian rupa sehingga responden memiliki kebebasan untuk menjawab pertanyaan tanpa adanya alternatif jawaban yang diberikan periset. Contoh: “Setujukah Anda



terhadap tayangan kekerasan di TV selama bulan Ramadhan? Berikan alasan anda!” (diambil dari Kriyantono, 2010:98).

- b. Angket tertutup: suatu angket dimana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh periset. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya, biasanya dengan memberikan tanda sebagai jawabannya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Checklist**

Dalam Simamora (2004:163), *Checklist* merupakan jenis pertanyaan terstruktur yang memungkinkan responden memilih satu atau beberapa jawaban untuk sebuah pertanyaan. Pertanyaan terstruktur adalah bentuk pertanyaan dimana alternative jawabannya sudah tersedia, sehingga responden tinggal memilih mana jawaban yang paling sesuai dengan dirinya. Checklist merupakan daftar cek yang memuat beberapa aspek yang akan diriset (Kriyantono, 2010:99).

Contoh dari *checklist*:

**Tabel 3.2**  
**Contoh Checklist**

	<b>PERNYATAAN</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Promosi buy 1 get 1 yang diberikan Blitzmegaplex sangat menarik			√		
2.	Promosi buy 2 get 1 combo yang diberikan Blitzmegaplex sangat cocok dengan kebiasaan orang Indonesia yang menonton sambil memakan kudapan					√
3.	Promosi discount 15% dari Blitzmegaplex sangat menarik karena diadakan setiap harinya				√	

- 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.



Peneliti juga menggunakan jenis skala Likert dalam penelitian ini. Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Dalam skala Likert, variabel yang akan diukur menjadi indikator dari variabel. Indikator tersebut kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Menurut Bilson Simamora (2004:147), skala ini banyak digunakan karena skala ini member peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau *agreement* terhadap suatu pernyataan. Skala ini merupakan skala dengan skor berjenjang, mulai dari tingkat terendah (sangat tidak setuju) hingga skor tertinggi (sangat setuju). Karena pilihan berjenjang dan untuk mempermudah analisis, maka setiap pilihan jawaban diberikan skor. Skala likert yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju			Sangat Setuju	

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

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 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## E Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang penelitian yang mempunyai syarat-syarat tertentu dalam satuan analisis. Populasi menurut Simamora (2004:193) adalah sekumpulan satuan analisis yang di dalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui. Contoh: sekumpulan orang, perusahaan, mahasiswa, dan lain sebagainya. Berdasarkan judul proposal skripsi ini, maka yang penulis jadikan sebagai populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi yang dipilih untuk sumber data, sehingga dengan demikian, sampel penelitian adalah sebagian dari anggota populasi dengan karakteristik sama yang dipilih sebagai sumber data penelitian (Widiyanto, 2013:102). Alasan dari peneliti mengambil jurusan komunikasi sebagai sampel dari peneliti adalah karena mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie lebih *up to date* dengan berbagai promosi yang ada, hampir seluruh mahasiswa memiliki aplikasi KakaoTalk dan juga menyukai segala bentuk promosi.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik sampling nonprobabilitas dengan tipe *purposive sampling*. Menurut Widiyanto (2013:117), *purposive sampling*

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.



adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada tujuan tertentu. Umumnya, pada sampel diambil atas pertimbangan yang didasarkan karena orang-orang tersebut secara langsung terlibat dalam proses penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti telah menetapkan sampel yang ingin diteliti yaitu:

1. Wilayah penelitian adalah Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
2. Populasi adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Responden adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang menggunakan aplikasi KakaoTalk.

Dalam penelitian ini, jumlah populasi mahasiswa program studi ilmu komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie secara keseluruhan adalah 210 orang mahasiswa (angkatan 2010 – 2013). Berikut adalah rinciannya :

**Tabel 3.3**  
**Jumlah Populasi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2010-2013**

ANGKATAN	JUMLAH
2010	54
2011	33
2012	64
2013	59
TOTAL	210

Dikarenakan jumlah populasi pada penelitian ini sudah diketahui, maka peneliti

menggunakan rumus Slovin dalam menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

### **Rumus Slovin**

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Kejelasan:

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = selang kepercayaan karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

(Batas kesalahan yang diambil adalah 0,05.)

Dengan menggunakan rumus slovin maka peneliti dapat menentukan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{210}{1 + (210)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{210}{1 + 0.525}$$

$$n = \frac{210}{1.525} = 137.704918 \rightarrow 138 \rightarrow 140$$

Berdasarkan hasil perolehan diatas, maka peneliti menggunakan 140 orang responden dalam meneliti penelitian akhir ini.

## **F. Teknik Analisis Data**

Pada tahap ini, peneliti “membaca” data melalui proses pengkodean data sehingga mempunyai makna. Menurut Moleong (dalam Kriyantono, 2010:167),





analisis data didefinisikan sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Dalam penelitian, analisis merupakan bagian yang sangat penting, karena dengan analisa inilah data yang akan terlihat manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir penelitian (Subagyo, 2011:105).

Menurut Subagyo (2011:106), analisis data ada dua macam, yaitu analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Dalam analisis kuantitatif, data dalam bentuk jumlah dituangkan untuk menerangkan suatu kejelasan dari angka-angka atau membandingkan dari beberapa gambaran sehingga memperoleh gambaran baru, kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk kalimat atau uraian.

Pada riset kuantitatif, terdapat beberapa jenis analisis, diantaranya adalah analisis deskriptif, univariat, bivariat, dan multivariat. Perbedaan ini bergantung pada banyaknya variabel yang akan dianalisis. Berbeda dengan semuanya, analisis deskriptif mempunyai pengertian tersendiri. Menurut Simamora (2004:231), analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasikan. Analisa ini disebut juga analisis pendahuluan, yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel. Umumnya, hasil analisis ini dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan analisis dalam uji hipotesis.

Analisis Univariat merupakan analisis terhadap satu variabel. Jenis analisis ini umumnya dilakukan untuk riset deskriptif. Berbeda dengan analisis univariat, analisis bivariat dilakukan untuk melihat hubungan dua variabel. Keduanya merupakan variabel pokok, yaitu variabel pengaruh (bebas) dan variabel terpengaruh (terikat). Analisis multivariat dan analisis bivariat hampir sama, hanya saja perbedaannya pada

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.



jumlah variabelnya saja. Analisis multivariat jumlah variabelnya lebih dari dua variabel (Kriyantono, 2010:168).

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis bivariat. Alasan penggunaan analisis ini dikarenakan variabel yang diteliti oleh peneliti hanya terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah promosi harga 'Blitzmegaplex' melalui aplikasi KakaoTalk dan variabel dependennya adalah loyalitas merek pada konsumen. Berikut adalah teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti :

### 1. Validitas

Validitas dalam Eriyanto (2011:259) berkaitan dengan apakah alat ukur yang dipakai secara tepat mengukur konsep yang ingin diukur. Misalnya, dalam mengukur berat badan, alat ukur yang valid adalah timbangan badan; alat ukur valid untuk mengukur tinggi badan adalah meteran, dan sebagainya. Pada dasarnya, jika kita menggunakan alat ukur yang tidak valid, maka kita akan mendapatkan hasil pengukuran yang salah pastinya.

Dalam uji validitas ini, peneliti akan menguji dengan teknik korelasi *pearson product moment*. Rumus atau teknik statistik ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval dengan interval lainnya. Teknik ini digunakan tanpa melihat apakah suatu variabel tertentu tergantung kepada variabel lainnya (Ilona Sutanto, 2014).



Rumus Korelasi Product Moment, menurut Kriyantono (2010:175) adalah:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

: koefisien korelasi Pearson's Product Moment

: jumlah individu dalam sampel

: angka mentah untuk variabel X

: angka mentah untuk variabel Y

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 2. Reliabilitas

Selain validitas, alat ukur juga harus mempunyai reliabilitas (keandalan) yang tinggi. Hal ini sifatnya harus objektif. Reliabilitas mempunyai konsep yaitu sejauh mana alat ukur yang dipakai akan menghasilkan temuan yang sama, seberapa kali pun digunakan (Eriyanto, 2011:281). Peneliti menggunakan uji reliabilitas setelah melakukan uji validitas.

Menurut Jimmy Leonard pada skripsinya (2013:69), uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan r-hitung dan r-tabel, kemudian melalui tahapan analisis untuk menentukan jumlah varians. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel, apabila dapat mengukur objek penelitian dengan hasil yang relatif konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memenuhi nilai standar > 0.6. Rumus yang digunakan untuk menghitung varians butir dan varians total adalah sebagai berikut:

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 IBI TKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI TKKG.

$$s^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Keterangan:

n = jumlah sampel

X = nilai skor yang dipilih

s = ragam atau varian

Selanjutnya hasil perhitungan akan dimasukkan dalam rumus Cronbach Alpha:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r<sub>11</sub> = reliabilitas internal seluruh instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σ<sub>t</sub><sup>2</sup> = varians total

∑ σ<sub>b</sub><sup>2</sup> = jumlah varians butir

**3. Distribusi Frekuensi**

Tujuan dari distribusi frekuensi adalah untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi dari data penelitian. Misalnya, peneliti ingin mengumpulkan data dari 20 responden tentang pengeluaran responden per bulan, dan sebagainya (Eriyanto, 2011:169).

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.





Menurut Helsi Dinafitri (2013, diakses pada 13 Oktober 2014), distribusi

berarti penyaluran atau pembagian atau pencaran, sehingga distribusi frekuensi dapat diberi arti penyaluran frekuensi atau pembagian frekuensi atau pencaran frekuensi dalam statistik. Distribusi frekuensi kurang lebih mengandung pengertian suatu keadaan yang menggambarkan bagaimana frekuensi dari gejala atau variabel yang dilambangkan dengan angka itu, telah tersalur, terbagi, atau terpencar.

#### 4. Tendensi Sentral

Bertujuan untuk mendapatkan ciri khas tertentu dalam bentuk sebuah nilai bilangan yang menjadi ciri khas dari bilangan tersebut. Bentuk dari tendensi sentral yang paling sering digunakan adalah Mean, Median, dan Modus.

##### a. Mean (rata-rata berbobot)

Mean atau nilai rata-rata adalah nilai tengah dari total bilangan. Rumus Mean menurut Widiyanto (2013:40):

$$\bar{X} = \frac{\sum fi \cdot Xi}{\sum fi}$$

Keterangan :

Xi = data ke - i

fi = frekuensi ke - i

##### b. Modus

Menurut Widiyanto (2013:46), modus adalah nilai yang paling sering muncul atau frekuensinya paling banyak dari suatu pengukuran. Rumus modus adalah sebagai berikut:





$$Mo = b + p \left( \frac{b1}{b1 + b2} \right)$$

Keterangan :

Mo = modus

b = batas bawah kelas interval dengan frekuensi terbanyak

p = panjang kelas interval

b1 = frekuensi kelas modus dikurangi frekuensi kelas interval terdekat sebelumnya

b2 = frekuensi kelas modus dikurangi frekuensi kelas interval terdekat sesudahnya

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**5. Uji Asumsi Klasik**

Pengukuran asumsi klasik menurut Imam Ghozali (2009) dalam Putri (2012:41) yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

**a. Uji Normalitas**

Menurut Priyanto (2009:12), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi atau tidak. Uji ini digunakan dengan menggunakan uji Kolmogorof-Smirnov. Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Dengan kata lain, uji ini digunakan untuk menaritahu apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Assyiehab (2012, diakses 22 Juni 2014), uji Kolmogorov Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Konsep dasar dari uji normalitas Kolmogorov Smirnov adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal.

Penerapan pada uji Kolmogorov Smirnov adalah bahwa jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal, sedangkan jika signifikansi di atas 0.05, berarti data berdistribusi normal. Uji ini diterapkan oleh peneliti pada SPSS 20.0.

Uji normalitas bisa dilakukan dengan dua cara. Yaitu dengan "Normal P-P Plot" dan "Tabel Kolmogorov Smirnov". Yang paling umum digunakan adalah Normal P-P Plot. Pada Normal P-P Plot prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian *output* Normal P-P Plot yaitu sebagai berikut (Priyatno, 2009:59):

- i. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- ii. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



### a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (Priyatno, 2009:59). Menurut Alief Workshop (19 Agustus 2013, diakses pada 10 Juli 2014), uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas, dapat dilihat dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Value Inflation Factor* (VIF). Semakin kecil nilai toleransi dan semakin besar nilai VIF, maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Jika nilai  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. (Priyatno, 2009:59-60).

### b. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Adanya heteroskedastisitas menyebabkan estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas, maka dilihat dari pola titik titik scatterplots regresi. Jika titik titik tersebut menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Priyatno, 2009:60).

© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 6. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menaksir atau meramalkan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan. Analisis ini didasarkan pada variabel dependen yang dihubungkan dengan satu atau lebih variabel independen. Asumsi yang mendasari analisis ini adalah distribusi data = normal dan hubungan antara variabel dependen dengan masing-masing variabel independen adalah linear (Priyatno, 2009:40-41).

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (loyalitas merek).

X = variabel independen (promosi menarik Blitzmegaplex dalam KakaoTalk).

a = nilai intercept (konstan) atau harga Y, bila x = 0.

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+), maka variabel Y akan mengalami kenaikan, bila b (-), maka variabel Y mengalami penurunan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.