



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, objek penelitiannya adalah Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie di Jakarta Utara.. Sehubungan dengan permasalahan yang telah disampaikan, maka akan dijelaskan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

B. Desain Penelitian

1. Pengertian Desain Penelitian

Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:109), desain penelitian merupakan suatu rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan dari studi untuk mencapai solusi untuk masalah proyek penelitian.

2. Klasifikasi Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:147-151) terdapat delapan klasifikasi desain penelitian dengan prespektif yang berbeda, yaitu:

Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Studi penelitian dapat bersikap *formal* atau *eksploratif*. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *formal*. Studi *formal* dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain *formal* adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

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.



b. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode komunikasi. Peneliti mengajukan kuisioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada objek penelitian, yaitu konsumen aplikasi *Zoom Meeting* di wilayah Jakarta Utara

c. Pengontrolan Variabel oleh Peneliti

Pengontrolan variabel berfungsi untuk mengetahui apakah peneliti memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Penelitian ini menggunakan *ex post facto study*, karena peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel, sehingga peneliti hanya melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

d. Tujuan Studi

Penelitian ini menggunakan penelitian sebab akibat atau penelitian kausal. Dalam penelitian kausal, penulis berusaha menjelaskan tentang hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek.

e. Dimensi Waktu

Dimensi waktu diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *cross sectional study* dan *longitudinal study*. Dimensi waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross-section*, yaitu pengumpulan data yang dilakukan hanya sekali dalam suatu periode tertentu. Pengumpulan data hanya akan dilakukan satu kali, yaitu pada saat penyebaran kuisioner kepada para konsumen aplikasi *Zoom*.

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.



f. Cakupan Topik

- Penelitian ini menggunakan penelitian statistic. Penelitian ini berusaha menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

g. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini menggunakan kondisi lingkungan aktual. Hal ini disebabkan karena data-data didapatkan secara langsung melalui google form dengan menyebarkan kuisioner khususnya diwilayah Jakarta Utara.

h. Persepsi Peserta

Secara tidak langsung persepsi dari responden memiliki pengaruh terhadap proses penelitian dan hal itu juga merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata sesuai dengan keadaan sebenarnya.

i. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu identitas merek, loyalitas merek, citra merek, dan kepercayaan merek. Berikut adalah pengukuran yang digunakan dalam masing-masing variabel tersebut :

1. Identitas Merek

Identitas Merek didefinisikan sebagai asosiasi merek yang unik yang menunjukkan janji kepada konsumen. Identitas merek perlu beresonansi dengan konsumen, membedakan merek dengan pesaing, yang mewakili perusahaan. Indikator dan butir pertanyaan identitas merek menurut penelitian Mitchell dan Olson (1981) dan Holbrook dan Batra (1987) dalam Adelia Efendy (2020) disajikan dalam table 3.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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 3.1

Butir Pertanyaan Identitas Merek

Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Mengenal baik sebuah merek	1. Saya dapat mengenali aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i> hanya dengan melihat logo saja	Interval
Mempunyai tujuan yang baik	2. Menurut saya, aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i> mempunyai suatu tujuan disetiap fitur yang diperbaruinya	Interval
Memiliki keunikan yang berbeda	3. Menurut saya aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i> memiliki logo yang unik.dibanding dengan kompetitor	Interval

2. Loyalitas Merek

Loyalitas Merek merupakan ukuran keterikatan yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek. Pengukuran variabel loyalitas merek menurut Ganesh et al.(2000) dalam Adelia Efendy (2020) adalah melalui lima indikator loyalitas merek dan butir pertanyaan yang disajikan pada table 3.2

Tabel 3.2

Butir Pertanyaan Loyalitas Merek

Indikator	Pertanyaan	Skala
<i>Repeat patronage</i>	1. Saya selalu menggunakan aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i>	Interval
<i>Self-stated retention</i>	2. Saya merasa saya loyal terhadap aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i>	Interval

© Hak cipta 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.



<i>Price isensitivity</i>	3. Saya tidak mempersoalkan harga aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i>	Interval
<i>Resistance to Counterpersuasion</i>	4. Saya tetap memakai aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i> walaupun ada merek lain yang menawarkan fitur yang lebih menarik.	Interval
<i>Likelihood of spreading word of mouth</i>	5. Saya merekomendasikan <i>Zoom Cloud Meeting</i> kepada orang-orang terdekat saya.	Interval

3. Citra Merek

Citra Merek didefinisikan sebagai kesadaran akan merek dengan meningkatkan keakraban merek melalui pemaparan secara berulang. Indikator dan butir pertanyaan citra merek menurut Keller (1993) dalam Adelia Efendy (2020) disajikan dalam table 3.3

Tabel 3.3

Butir Pertanyaan Citra Merek

Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Functional	1. Aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i> memiliki fitur yang paling ter <i>up to date</i>	Interval
Symbolic	2. Aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i> dapat meningkatkan persepsi bahwa saya memiliki gaya hidup yang diinginkan	Interval
Social	3. Aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i> membuat saya mudah berkomunikasi dengan banyak orang	Interval
Appearance	4. Aplikasi <i>Zoom Cloud Meeting</i> lebih efektif untuk kebutuhan saya dibanding merek lain	Interval

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.



4. Kepercayaan Merek

Kepercayaan Merek merupakan kemampuan merek untuk dipercaya, bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu memenuhi nilai yang dijanjikan dan mampu mengutamakan kepentingan konsumen. Kepercayaan Merek menurut penelitian Chaudhuri dan Holbrook (2001) dalam Adelia Efendy (2020) disajikan dalam table 3.4

Tabel 3.4

Butir Pertanyaan Kepercayaan Merek

Indikator	Pertanyaan	Skala
Percaya terhadap merek	<i>Zoom Cloud Meeting</i> adalah merek Aplikasi Meeting yang sesuai harapan saya.	Interval
Merek aman dan terpercaya	<i>Zoom Cloud Meeting</i> adalah Aplikasi Meeting yang aman dan tidak pernah mengecewakan saya	Interval
Kejujuran akan merek	Saya percaya <i>Zoom Cloud Meeting</i> jujur dalam mendeskripsikan fitur-fitur untuk kenyamanan saya	Interval
Pilihan utama	Saya menjadikan <i>Zoom Cloud Meeting</i> sebagai pilihan utama	Interval

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik komunikasi dengan pendekatan menyebarkan kuisioner. Jenis kuisioner yang tertutup dan menggunakan skala likert dengan lima tingkatan, yaitu, STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, CS = Cukup Setuju,



S = Setuju, SS = Sangat Setuju. Dalam pertanyaan ini responden hanya memilih satu jawaban yang paling sesuai dari lima alternatif jawaban tersebut.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling. Pendekatan yang digunakan adalah judgement sampling, yaitu pengambilan responden didasarkan pada kriteria. Sampel yang diobservasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie pengguna aplikasi *Zoom*.

Berikut ini merupakan kriteria dalam pemilihan sampel, yaitu:

- a. Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
- b. Mahasiswa aktif
- c. Mahasiswa pengguna aplikasi *zoom*

Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembagian kuesioner yang akan disebar secara online ke pengguna aplikasi *Zoom Cloud Meeting* di kampus daerah Jakarta. Setelah kuesioner telah diisi dan dikumpul, maka akan dilakukan pengolahan data yang bersumber dari kuesioner tersebut. Olahan data tersebut akan dianalisis agar menjadi informasi yang berguna untuk mendukung hasil penelitian ini. Alat bantu untuk mengolah data tersebut berupa WarpPLS dan SPSS

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui



karakteristik setiap variable dalam sampel. Analisis deskriptif yang digunakan

adalah:

a. Rata-rata Hitung (\bar{x})

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel n , maka bias dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{x} = rata-rata hitung

x_i = nilai sampel ke- i

n = jumlah sampel

b. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung rumus rentang skala sebagai berikut:

$$R_s = \frac{m - 1}{m}$$

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.



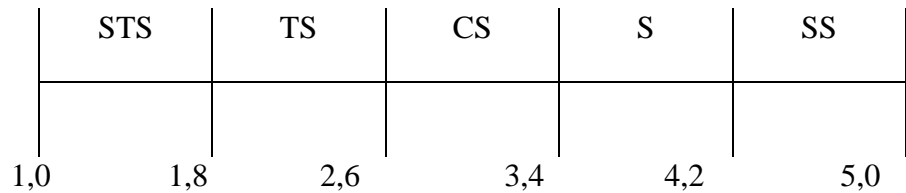
Keterangan:

R_s = Rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0.8$$



Keterangan:

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,4 = Cukup Setuju (CS)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

2. Penilaian Model Struktural (SEM)

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui *survey* (Ghozali&Fuad, 2008 : 335) dalam Adelia Efendy (2020).

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.



1) Pengujian Kesusuain Model

Goodness of fit

menurut Ghozali (2014) dalam Adelia Efendy (2020) Uji Goodness of Fit atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual secara statistic. Pada Analisis dengan menggunakan WarpPLS

2) Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016: 52), uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid apabila kuisioner tersebut mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Item pernyataan dinyatakan valid apabila $P\text{-value} < 0,05$ dan $factor\ loading > 0,5$ (Ghozali dan Laten, 2017:89).

b. Uji Reabilitas

Menurut Ghozali (2016: 47), suatu kuisioner dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha $> 0,7$.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = nilai reliabilitas

k = banyak butir pertanyaan

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



$\sum Si$ = jumlah varians skor tiap-tiap *item*

St^2 = varian total

3) Model Structural

Path Diagram

Menurut Ghazali & Fuad (2008:16) dalam Adelia Efendy (2020) *Path diagram* merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk. *Path diagram* berguna untuk menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan *error* dalam persamaan tersebut juga mengurangi *specification error* dengan menyoroti hubungan-hubungan yang dihilangkan, variabel-variabel yang dikeluarkan, sehingga konseptualisasi model akan ditingkatkan. Oleh karena itu, disarankan untuk membangun *path diagram* sebelum menspesifikasi model. Berikut keterangan dan Gambar 3.1 menunjukkan *path diagram* yang digunakan dalam penelitian ini:

Keterangan gambar 3.1

ξ (KSI) : variabel laten eksogen

η (ETA) : variabel laten endogen

γ (GAMMA) : hubungan langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen

β (BETA) : hubungan antara sama-sama variabel endogen

Y : Indikator variabel endogen

X : Indikator variabel eksogen

λ (LAMBDA) : hubungan antara variabel laten dengan indikatornya

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.

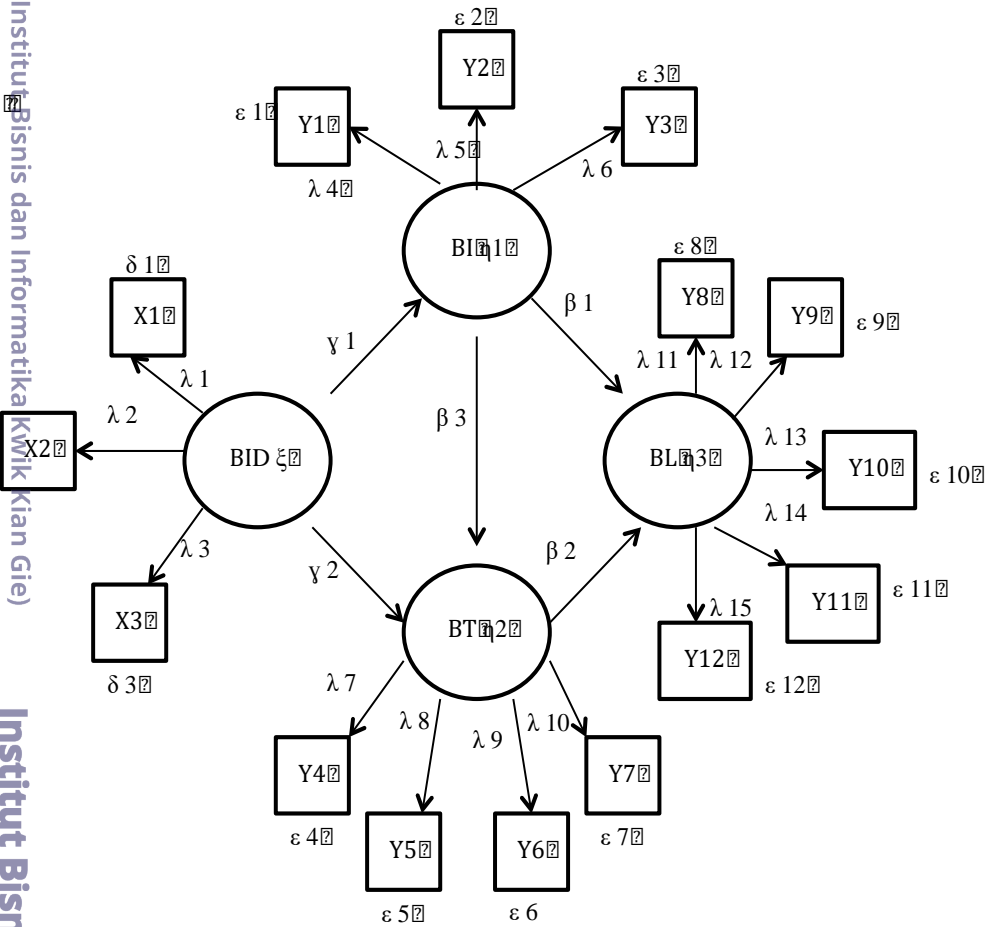


ϵ (EPSILON) : *measurement error* untuk indikator variabel endogen

δ (DELTA) : *measurement error* untuk indikator variabel eksogen

ζ (ZETA) : *measurement error* yang terjadi akibat pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Diagram Gambar 3.1 Path Diagram



• Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2016:97) Uji Hipotesis pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi

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



Pengujian dilakukan dengan menggunakan dengan menggunakan program

Warp PLS signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (berarti H_0 diterima dan H_a ditolak) . Ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (H_0 ditolak dan H_a diterima). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (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.

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN