



BAB III

METODE PENELITIAN

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

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah pengguna produk Samsung Galaxy S III Mini, yang sedang melakukan pembelian atau transaksi atau bahkan *service* pada gerai-gerai Samsung *mobile* yang berada di pusat-pusat penjualan elektronik di Jakarta. Pemilihan obyek masyarakat pengguna atau pelanggan, dimaksudkan adalah individu tersebut telah memilih produk Samsung atas dasar keinginan individu pelanggan.

B. Metode Penelitian

Ilmu dan penelitian adalah sama-sama proses, dan hasil dari proses tersebut adalah kebenaran (*truth*). Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian didasarkan pada ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Dengan demikian prinsipnya dapat dimengerti bahwa salah satu aspek penelitian adalah ingin mendapatkan data obyektif, valid dan reliabel tentang sesuatu hal (variabel tertentu). Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian asosiatif, dengan menggunakan metode survei. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan metode survey, penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

B. Metode Penelitian

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 IBKKG.

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



Untuk mewujudkan penelitian maka penulis melakukan survey dimana dalam proses pengumpulan data dilakukan peninjauan secara langsung pada masyarakat yang terlibat.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu kualitatif dan kuantitatif. Definisi kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan, sedangkan data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah satu bentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan multi variabel di mana variabel yang diamati terdiri atas 2 (dua) variabel yaitu variabel *Experiential Marketing* (X_1) produk dan *Emotional Brand* (X_2) dan dalam hal ini variabel bebas sedangkan variabel *Brand Loyalty* (Y) yang terbentuk dalam hal ini disebut variabel terikat pada produk Samsung Galaxy S III Mini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

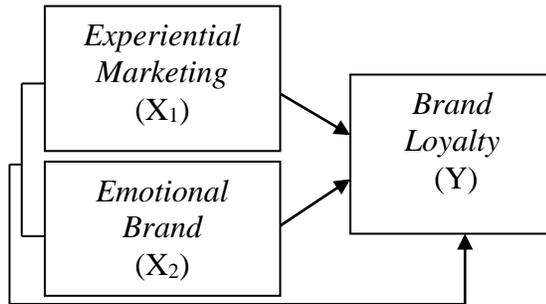
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Gambar 3.1

Masalah Yang Diteliti



Definisi Konseptual

a. *Experiential Marketing*

Experiential marketing adalah upaya untuk menciptakan berbagai pengalaman yang menyenangkan dengan konsumen sehingga mereka cenderung berpihak kepada brand kita seperti layaknya seorang wanita akan setia kepada seseorang yang mempunyai cerita dan kenangan dengan dirinya.

b. *Emotional branding* adalah saluran di mana orang secara tidak sadar berhubungan dengan perusahaan dan dengan produk dari perusahaan tersebut dalam suatu metode yang mengagumkan secara emosional.

c. *Brand Loyalty*

Loyalitas merek menunjukkan adanya suatu ikatan antara pelanggan dengan merek tertentu dan ini sering kali ditandai dengan adanya pembelian ulang dari pelanggan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah pernyataan yang berkaitan dengan pengukuran yang ditekankan pada sifat-sifat konsep yang dapat diamati dan diukur. Maka definisi operasional dalam penelitian ini mencakup tiga hal yang dijadikan sebagai variabel dalam penelitian ini sebagai berikut ;

a. *Experiential Marketing*

Adalah skor tanggapan responden mengenai satu suatu konsep yang menggabungkan elemen emosi, logika, dan keseluruhan proses berpikir lalu kemudian menghubungkannya kepada konsumen, dengan dimensi *sense, feel, think, act*, dan *relate*.

b. *Emotional Branding*

Adalah skor tanggapan responden mengenai satu keadaan dimana konsumen atau khalayak merasakan satu racangan yang disebabkan oleh rangsangan sehingga menghubungkan keinginan dengan menggunakan produk, dengan dimensi : gairah, afeksi dan hubungan.

c. *Brand Loyalty*

Adalah skor tanggapan responden mengenai satu kondisi dimana konsumen mempunyai sikap positif terhadap sebuah merek dengan dimensi; Keyakinan (kognitif), Struktur sikap (afektif) dan Struktur niat (konatif).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



3. Kisi-kisi Penelitian

Sebagaimana gambar diatas, maka instrumen dan kisi-kisi dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.1. Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Item
<i>Experiential Marketing</i>	<i>Sense</i>	Kognisi	1.2
		<i>Style</i>	3.4
		Iklan	5.6
	<i>Feel</i>	Kesadaran merek	7.8
		Nilai (harga) yang diharapkan	9.10
	<i>Think</i>	Fitur produk	11.12
		Reliabiliti	13.14
	<i>Act</i>	Gaya hidup	15.16
		Performa	17.18
	<i>Relate</i>	Pelayanan purna jual	19.20
Jaringan komunikasi (Web. Twitter dll)		21.22	
<i>Emotional Branding</i>	Gairah	Keuntungan atas produk	1.2.3
		Kepuasan pribadi	4.5.6
	Afeksi	Pengalaman pribadi	7.8.9
		Sikap	10.11.12
		Motif tindakan	13.14.15
Hubungan	Unsur Kebiasaan	16.17.18	
<i>Brand Loyalty</i>	<i>Kognatif</i>	Keyakinan	1.2.3
		Pengetahuan merek	4.5.6
	<i>Afektif</i>	Ketertarikan	7.8.9
		Preferensi	10.11.12
	<i>Kognatif</i>	Ketetapan hati pada merek	13.14.15
Pemahaman performa produk		16.17.18	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

Studi Lapangan (*Field Research*)

Yaitu cara pengumpulan data yang diperoleh dengan meneliti langsung kepada objek yang akan diteliti. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi data primer, melalui penyebaran kuesioner. Angket yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden.

Data primer yang diperlukan adalah yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Data ini diperoleh dari pengguna produk Samsung yang dijadikan obyek penelitian, dengan menggunakan angket yang telah disusun sebelumnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket yang bersifat tertutup. Angket bersifat tertutup adalah responden diperbolehkan untuk memilih satu jawaban dari beberapa jawaban yang sudah disiapkan. Sehingga dengan demikian, peneliti menggunakan teknik angket pada penelitian ini.

Study Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu cara pengumpulan data yang diperoleh dari bacaan atau literatur-literatur, laporan tahunan, internet dan penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Metode ini dikelompokkan menjadi data sekunder.

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



Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari literatur-literatur, internet, laporan tahunan, penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dan diperoleh dari sumber yang berhubungan dengan penelitian ini.

Setelah terkumpulnya data dari penelitian maka data tersebut nantinya akan masuk proses pengolahan data. Data yang diperoleh penulis merupakan data mentah yang harus diolah, pengolahan data dilakukan dengan menggunakan komputerisasi dalam program SPSS versi 17.0 *for windows*, termasuk pengujian validitas dan reliabilitas serta dengan perhitungan manual untuk uji hipotesis. Teknik pengolahan data yang dilakukan adalah dengan mengukur variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

Penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga peneliti menggunakan Skala Likert untuk mengukur hasil yang didapatkan. Penelitian dari hasil angket menggunakan Skala Likert dan dihitung menggunakan program SPSS versi 17.0 *for windows*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifikasi oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



E. Teknik Pengambilan Sampel

©

Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penentuan teknik sampling peneliti menggunakan probabiliti sampling di

mana sampel menggunakan sistem acak. Untuk menentukan jumlah sampel dalam

proses penelitian untuk tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%. Dengan menggunakan

rumus Slovine sebagai berikut :

$$\text{Sampel} = \frac{N}{1 + N (E)^2}$$

N = Jumlah Populasi

E = Error

Dalam penentuan sampel penulis melakukan pengamatan pada empat galeri

Samsung dengan masing-masing jangka waktu lima hari per galeri, dari pukul 12.00

siang sampai dengan pukul 17.00. Penulis menghitung pengunjung yang datang ke galeri

Samsung dengan menggunakan alat bantu. Dari hasil observasi tersebut, penulis

mendapatkan jumlah pengunjung yang datang, sebagai berikut :

Jakarta Selatan (ITC Kuningan)	570 Orang
Jakarta Pusat (ITC Cempaka Mas)	855 Orang
Jakarta Barat (Roxy)	525 Orang
Jakarta Timur (Arion)	225 Orang
Jumlah	<u>2.175 Orang</u>

Jumlah pengunjung sebanyak 2.175 orang dengan demikian jumlah sampel ditentukan

sebagai berikut :

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F

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.

$$\text{Sampel} = \frac{2.175}{1 + 2.175 (0, 1)^2}$$

$$\text{Sampel} = \frac{2.175}{2.176 (0, 1)^2}$$

Sampel = 99,9 Orang sehingga jumlah sampel sebanyak 100 orang

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Uji validitas berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Fungsi dari pengujian ini adalah untuk menunjukkan tingkat kemampuan dari alat pengukur agar dapat memberikan apa yang menjadi sasaran pokok dalam pengukuran.

Setelah hasil skor dari angket didapat, setelah itu pengujian terhadap validitas tersebut dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*.

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

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi
- X = hasil skor butir pada nomor butir ke-i
- Y = skor total responden
- n = jumlah data pengamatan
- $\sum Y$ = jumlah pengamatan variabel y



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

$$\begin{aligned}\sum X &= \text{jumlah pengamatan variabel } x \\ \sum XY &= \text{jumlah hasil kali variabel } x \text{ dan } y\end{aligned}$$

Dalam pengujian jika nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh $>$ dari pada koefisien (r) di tabel maka butir tes yang di uji cobakan tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh $<$ dari pada koefisien (r) di tabel maka butir tes dinyatakan tidak valid. Butir-butir tes yang tidak valid tersebut dapat dibuang atau diperbaiki.

b. Reliabilitas

Apabila uji validitas telah dilakukan, maka selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas. Adapun tujuan utama dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu obyek atau responden.

Dalam mengukur reliabilitas instrumen dapat menggunakan *Alpha Cronbach*. Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel dan tidaknya r instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel pada taraf kepercayaan 95 % atau tingkat signifikan 5 %. Apabila dilakukan pengujian reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach*, maka nilai r hitung diwakili oleh nilai Alpha. Apabila r hitung $>$ r tabel dan Alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrumen penelitian dapat disebut reliabel. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

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.



$$a = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada masing-masing variabel dengan hasil sebagai berikut:

a. Variabel *Experiential Marketing*

Pada variabel *experiential marketing*, digunakan 17 item pertanyaan yang diajukan kepada 30 orang responden sebagai uji pendahuluan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Experiential Marketing*

	Mean	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
VAR00001	2.6667	.418	.361	Valid
VAR00002	2.4000	.535	.361	Valid
VAR00003	3.4000	.711	.361	Valid
VAR00004	2.9667	.675	.361	Valid
VAR00005	3.4667	.635	.361	Valid
VAR00006	3.6000	.713	.361	Valid
VAR00007	3.4333	.659	.361	Valid
VAR00008	3.3000	.572	.361	Valid
VAR00009	3.1000	.504	.361	Valid
VAR00010	3.4333	.445	.361	Valid
VAR00011	2.8000	.733	.361	Valid
VAR00012	2.7333	.800	.361	Valid
VAR00013	2.8000	.819	.361	Valid
VAR00014	2.7667	.834	.361	Valid
VAR00015	2.7000	.799	.361	Valid
VAR00016	2.4333	.663	.361	Valid
VAR00017	2.3000	.477	.361	Valid
Cronbach's Alpha = 0.931				

Sumber : pengolahan data

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Hasil pengolahan data terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan kepada 30 orang responden menunjukkan bahwa keseluruhan item berada pada kategori $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka keseluruhan item dinyatakan valid, jika tidak item dinyatakan gagal. Hasil uji reliabilitas sebesar 0.931 dengan demikian nilai reliabilitas > 0.6 sehingga variabel *experiential marketing* dinyatakan *reliable* atau memiliki kehandalan.

b. Variabel *Brand Loyalty*

Pada variabel *brand loyalty* digunakan 17 item pertanyaan yang diajukan kepada 30 orang responden sebagai uji pendahuluan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Brand Loyalty*

	Mean	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
VAR00001	2.8000	.686	.361	Valid
VAR00002	2.7333	.764	.361	Valid
VAR00003	2.8000	.787	.361	Valid
VAR00004	2.9667	.570	.361	Valid
VAR00005	2.9000	.547	.361	Valid
VAR00006	2.6333	.395	.361	Valid
VAR00007	2.4333	.365	.361	Valid
VAR00008	3.0667	.615	.361	Valid
VAR00009	3.1000	.659	.361	Valid
VAR00010	2.7667	.626	.361	Valid
VAR00011	2.7333	.643	.361	Valid
VAR00012	2.7667	.796	.361	Valid
VAR00013	2.9000	.534	.361	Valid
VAR00014	3.0000	.666	.361	Valid
VAR00015	2.9333	.693	.361	Valid
VAR00016	3.6000	.539	.361	Valid
VAR00017	3.5333	.540	.361	Valid
Cronbach's Alpha = 0.922				

Sumber : pengolahan data

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



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.

Hasil pengolahan data terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan kepada 30 orang responden menunjukan bahwa keseluruhan item berada pada kategori $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka keseluruhan item dinyatakan valid, jika tidak item dinyatakan gagal. Hasil uji reliabilitas sebesar 0.922 dengan demikian nilai reliabilitas > 0.6 sehingga variabel *brand loyalty* dinyatakan *reliable* atau memiliki kehandalan.

c. Variabel *Emotional Branding*

Pada variabel *emotional branding* digunakan 18 item pertanyaan yang diajukan kepada 30 orang responden sebagai uji pendahuluan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Emotional Branding*

	Mean	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
VAR00001	3.0000	.708	.361	Valid
VAR00002	2.9333	.736	.361	Valid
VAR00003	3.6000	.711	.361	Valid
VAR00004	3.5333	.693	.361	Valid
VAR00005	3.4667	.760	.361	Valid
VAR00006	3.4000	.782	.361	Valid
VAR00007	3.0667	.658	.361	Valid
VAR00008	3.2000	.668	.361	Valid
VAR00009	3.4000	.621	.361	Valid
VAR00010	2.7333	.764	.361	Valid
VAR00011	2.7667	.746	.361	Valid
VAR00012	2.9667	.853	.361	Valid
VAR00013	2.8000	.741	.361	Valid
VAR00014	2.7333	.727	.361	Valid
VAR00015	2.8000	.780	.361	Valid
VAR00016	2.8333	.508	.361	Valid
VAR00017	2.7667	.562	.361	Valid
VAR00018	2.8333	.668	.361	Valid
Cronbach's Alpha = 0.951				

Sumber : pengolahan data



Hasil pengolahan data terhadap 18 item pertanyaan yang diajukan kepada 30 orang. Responden menunjukkan bahwa keseluruhan item berada pada kategori $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka keseluruhan item dinyatakan valid atau jika tidak item dinyatakan gagal. Hasil uji reliabilitas sebesar 0.951 dengan demikian nilai reliabilitas > 0.6 sehingga variabel *emotional branding* dinyatakan *reliable* atau memiliki kehandalan.

Pengujian Asumsi-asumsi Model Regresi

- a. Uji Normalitas: Uji normalitas untuk menguji data variable bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.
- b. Uji Homoskedesitas: Uji untuk mengetahui mengenai sama atau tidaknya varians dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Analisis uji asumsi heteroskedastisitas hasil output SPSS melalui grafik scatterplot antara *Z prediction* (ZPRED) yang merupakan variabel bebas (sumber $X=Y$ hasil prediksi) dan nilai residualnya (SRESID) merupakan variabel terikat (sumbu $Y=Y$ prediksi – Y riil). Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknyanya mempunyai pola yang teratur, baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



- c. Uji Multikolinieritas. Multikolinieritas yaitu ada hubungan linier yang pasti antara peubah-peubah bebasnya. Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinieritas dapat menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factory*).

C 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.

Analisis Frekuensi

Untuk melihat tanggapan konsumen terhadap variabel yang dianalisis digunakan analisis deskriptif dengan melihat jawaban responden. Pengukuran dilakukan dengan cara menghitung skor jawaban responden terhadap elemen-elemen tersebut. Dengan ketentuan :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

Dimana : n = Jumlah data
 ΣX_i = Jumlah nilai seluruh data

Skor tertinggi = 100 x 5 = 500
 Skor terendah = 100 x 1 = 100

$$\text{Interval} = \frac{500 - 100}{5} = 80$$

Berdasarkan total kumulatif yang didapat, maka hasil penelitian responden dapat dikelompokkan sebagai berikut:



Tabel 3.2
Interval Penilaian Responden

Interval	Penilaian
100 - 179	Sangat Kurang Setuju
180 – 259	Kurang Setuju
260 - 339	Cukup Setuju
340 – 419	Setuju
420 – 500	Sangat Setuju

Regresi linier berganda

Apabila regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen, maka regresi linier berganda didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Untuk mencari nilai a, b₁, dan b₂ dapat digunakan formula berikut ini.

$$\begin{aligned} a n + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 &= \sum Y \\ a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 &= \sum X_1 Y \\ a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 &= \sum X_2 Y \end{aligned}$$

Uji Hipotesis dengan T-test dan F-test

Uji hipotesis dengan t-test digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara individual



untuk setiap variabel. Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai t-hitung adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Setelah didapatkan nilai t-hitung melalui rumus di atas, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

- Jika t-hitung > t-tabel → H₀ ditolak (ada hubungan yang signifikan)
- Jika t-hitung < t-tabel → H₀ diterima (tidak ada hubungan yang signifikan)

Untuk mengetahui t-tabel digunakan ketentuan n-2 pada *level of significance* (α) sebesar 5% atau taraf keyakinan 95%.

Uji hipotesis dengan F-test digunakan untuk menguji hubungan dua variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(N - k - 1)}$$

Dimana :

- R² = koefisien determinasi
- K = jumlah variabel independen
- N = jumlah sampel

Nilai F-hitung > F-tabel, berarti H₀ ditolak, H_a diterima.