



## BAB III

### METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Obyek Penelitian.

Obyek penelitian yang digunakan oleh penulis adalah produk minuman Teh Botol Sosro. Sedangkan, subyek penelitian ini adalah semua mahasiswa yang membeli dan mengkonsumsi secara berulang produk minuman teh botol sosro di Kwik Kian Gie School of Business. Periode penelitian dilakukan pada bulan Juli 2014 sampai dengan bulan Agustus 2014.

#### B. Desain Penelitian.

Berdasarkan klasifikasi desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2011:14), desain penelitian yang digunakan penulis akan ditinjau dari delapan prespektif yaitu :

##### 1. Tingkat Perumusan masalah :

Penelitian ini menggunakan metode formal, karena penelitian ini diawali dengan adanya batasan masalah dan hipotesis penelitian dimana tujuan akhirnya adalah menguji hipotesis dan menjawab batasan masalah.

##### 2. Metode pengumpulan data :

Metode ini menggunakan metode komunikasi, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan melalui kuesioner kepada subyek penelitian yang berkaitan variabel-variabel dalam penelitian.

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



3. Pengendalian variabel-variabel oleh peneliti :  
Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini merupakan pencarian empirik yang sistematis dimana penelitian tidak dapat mengontrol variabel bebasnya, karena peristiwa telah terjadi.
4. Tujuan penelitian :  
Penelitian ini merupakan metode kausal, karena bertujuan untuk menjelaskan hubungan-hubungan antar variabel dalam penelitian.
5. Dimensi waktu :  
Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross sectional*, karena hanya dilakukan satu kali dan mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada satu saat tertentu.
6. Ruang lingkup topik bahasan :  
Penelitian ini merupakan desain studi statistik, karena bertujuan untuk mengetahui ciri-ciri populasi melalui ciri-ciri sampel yang diteliti.
7. Lingkungan penelitian :  
Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena data-data diambil langsung dengan menyebarkan kuesioner, khususnya di Kwik Kian Gie School of Business.
8. Persepsi subjek :  
Kesimpulan dari penelitian ini akan sangat bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Oleh karena itu, penting bagi peneliti dalam memberikan pengertian kepada subyek penelitian sehingga persepsi negative dapat dihindari saat penelitian dilakukan.

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



### C. Variabel Penelitian

Ⓒ Berdasarkan batasan masalah yang ingin diteliti oleh peneliti, maka diperoleh variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisa dalam penelitian ini.

Variabel-variabel tersebut meliputi :

#### 1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012: 59). Yang menjadi variabel bebas (variabel *independen*) (X) yaitu *Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality* teh botol sosro . Variabel ini dapat dihubungkan dengan berbagai hal berikut:

##### a. *Brand Awareness*

- 1) *Top of Mind*
- 2) *Brand Recall*
- 3) *Brand Recognition*
- 4) *Brand Unaware*

##### b. *Brand Association*

- 1) Atribut produk
- 2) Manfaat bagi pelanggan
- 3) Harga relative
- 4) Kelas produk

##### c. *Perceived Quality*

- 1) Alasan untuk membeli
- 2) Diferensiasi/posisi dan harga premium

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

3) Perluasan merek

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

Variabel	Indikator	Istrumen pengukuran	Pengukuran
<b>Brand Awareness</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Top of Mind</i></li> <li>• <i>Brand Recall</i></li> <li>• <i>Brand Recognition</i></li> <li>• <i>Brand Unaware</i></li> </ul>	<b>kuisisioner</b>	<b>Interval</b>
<b>Brand Association</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minuman teh dalam kemasan</li> <li>• Produk yang terkenal</li> <li>• Harga yang terjangkau</li> <li>• Dikonsumsi siapa saja</li> <li>• Dikonsumsi di mana saja</li> <li>• Dikonsumsi kapan saja</li> <li>• Tahan lama</li> <li>• Mudah diperoleh</li> <li>• Slogan mudah diingat</li> <li>• Kemasan beragam</li> </ul>	<b>kuisisioner</b>	<b>Interval</b>
<b>Perceived Quality</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk dan ukuran kemasan</li> <li>• Kesegaran</li> <li>• Kualitas bahan</li> </ul>	<b>kuisisioner</b>	<b>Interval</b>

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



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keamanan bagi kesehatan</li> <li>• Kehigienisan</li> </ul>		
--	---	--	--

(Sumber : Diolah oleh penulis)

## 2. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:59). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen di Kwik Kian Gie School of Business. Loyalitas konsumen pada suatu produk atau merek akan ditunjukkan melalui sikap konsumen dalam melakukan pembelian dan konsumsi secara berulang.

**Tabel 3.2**

### **Loyalitas Konsumen**

Variabel	Indikator	Instrumen pengukuran	Pengukuran
<b>Loyalitas konsumen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan pembelian ulang</li> <li>• Melakukan pembelian di luar lini produk/ jasa</li> <li>• Melakukan penolakan terhadap produk/jasa</li> <li>• Melakukan penciptaan prospek</li> </ul>	<b>Kuisisioner</b>	<b>Interval</b>

(Sumber : Diolah oleh penulis)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



## D. Teknik Pengumpulan Data.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah Data Primer yang merupakan data yang didapat dari sumber pertama (subyek penelitian).

### 1. Teknik pengumpulan data

#### a. Komunikasi

Komunikasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memperoleh informasi mengenai adanya pengaruh *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality* teh botol sosro terhadap loyalitas konsumen di Kwik Kian Gie School of Business. Kuesioner yang disebarkan adalah kuesioner yang berisikan beberapa pertanyaan yang bersifat tertutup yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis dengan dua pilihan atau lebih dimana jawabannya sudah ditentukan oleh peneliti kepada konsumen-konsumen teh botol sosro di Kwik Kian Gie School of Business mengenai pengaruh *Brand awareness*, *brand association*, *perceived quality* terhadap loyalitas konsumen.

#### b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana dilakukan dengan dokumen. Dokumen dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang akan dijadikan landasan teori terhadap masalah yang sedang diteliti. Dokumen dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur serta laporan-laporan yang menyajikan informasi mengenai topik

### © 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.

permasalahan yang diteliti, kemudian dari hasilnya tersebut dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian.

## 2. Teknik Pengukuran Data

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuisioner yang dibuat oleh penulis, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, penulis menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

(Sugiono, 2012: 132)

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. Jawaban setiap item instrumen menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

**Tabel 3.3**  
**Jawaban Skala Likert**

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Biasa Saja	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1



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.



Rentang skala yang digunakan adalah :

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

Keterangan :

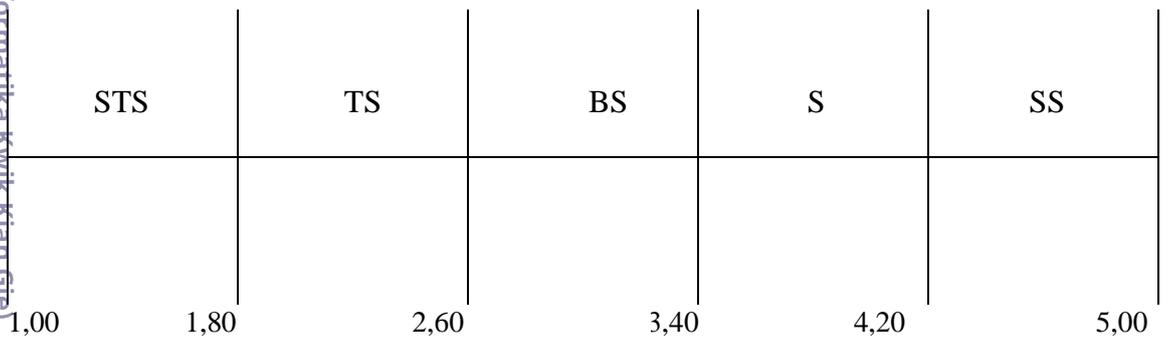
$R_s$  = Rentang skala penelitian

$m$  = 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 - 1.80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1.81 - 2.60 = Tidak Setuju (TS)

2.61 - 3.40 = Biasa Saja (BS)

3.41 - 4.20 = Setuju (S)

4.21 - 5.00 = Sangat Setuju (SS)

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



## E. Teknik Pengambilan Sampel.

Dalam menetapkan sampel penelitian, penulis melakukan pemilihan melalui proses sebagai berikut :

### 1. Penentuan Populasi dan Sampel.

- a. Populasi : Konsumen produk teh botol sosro yang berada di Kwik Kian Gie School of Business.
- b. Sampel : Konsumen produk teh botol sosro yang berada di Kwik Kian Gie School of Business yang melakukan pembelian dan mengkonsumsi secara berulang.
- c. Daerah Penelitian : Kwik Kian Gie School of Business
- d. Ukuran Sampel : 100 responden
- e. Waktu Penelitian : Juli 2014 – Agustus 2014

### 2. Teknik Pengambilan Sampel

Peneliti melakukan teknik pengumpulan sampel dimana pengumpulan sampel dilakukan adalah dengan metode *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2012:120) metode *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Dimana peneliti memiliki kriteria atau tujuan tertentu terhadap sampel yang akan diteliti. Alasan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan peneliti ingin mendapatkan informasi yang tepat, dan yang bertujuan secara subjektif.

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



## F. Teknik Analisis Data.

Analisis data adalah cara-cara mengolah data yang telah terkumpul kemudian dapat memberikan interpretasi. Hasil pengolahan data ini digunakan untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan. Teknik analisis yang digunakan merupakan:

### 1. Analisis Presentase

Analisis presentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Analisis profil dilakukan dengan menghitung presentase dengan menggunakan rumus :

$$Fri = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Dimana :

Fri = Frekuensi relatif ke-i setiap kategori

$\sum fi$  = Jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = Total responden

### 2. Uji Kualitas Data

Kuesioner dikatakan valid apabila item-item pertanyaan yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti (Ghozali, 2011). Sedangkan kuesioner dikatakan reliable jika jawaban responden konsisten saat diajukan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda. Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS.

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



### a. Uji Validitas

Menurut Husein Umar (2008:52) pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah terdapat pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Bila pertanyaan dalam kuuesioner dianggap valid atau relevan maka pertanyaan tersebut dapat digunakan dalam proses penelitian selanjutnya. Uji coba kuesioner ini diberikan kepada minimal 30 orang responden sehingga distribusi nilai atau skor akan lebih mendekati kurva normal. Rumus yang digunakan untuk menguji validilitas menurut Husein Umar (2008:53) adalah rumus korelasi pearson *Product moment*, dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

$n$  = Jumlah responden.

$r$  = Nilai korelasi.

$\sum X$  = Total skor “ya” dari setiap nomor butir pertanyaan.

$\sum y$  = Total skor “ya” dari semua nomor butir pertanyaan.

$\sum xy$  = Total skor hasil kali antara jawaban “ya” dari setiap nomor butir pertanyaan per responden dan jwaban “ya” dari semua nomor butir pertanyaan per responden.

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.



Dasar pengambilan keputusan:

- i. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan kuisioner valid.
- ii. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka pertanyaan kuisioner tidak valid

Nilai  $r$  tabel dengan  $n = 30$  orang dan  $\alpha = 5\%$  adalah 0.361

#### b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali 2011:47).

Realibilitas instrument penelitian diuji menggunakan rumus koefisien *Cronbach's Alpha* karena alternatif jawaban lebih dari dua. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS 20 setelah data induk di tabulasikan dan data SPSS telah dibangun, maka pilih *analyze* → *scale* → *reliability analysis* untuk menguji reliabilitasnya. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,60 maka disimpulkan bahwa instrument penelitian tersebut handal atau reliable (Zikmund 2010 : 306).

Kriteria pengambilan keputusan :

- a) Nilai *alpha cronbach*  $>$  nilai  $r$  tabel (0,600), maka instrumen dinyatakan reliabel.
- b) Nilai *alpha cronbach*  $<$  nilai  $r$  tabel (0,600), maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.



### 3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana, terlebih dahulu harus dilakukan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2011 : 160-163). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik *non – parametric* Kolmogorov – Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

Ho : data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Jika terdapat normalitas maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain

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



tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali 2011:139). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heteroskedastisitas.

### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas terjadi karena variabel independen lebih dari satu (*multivariate*) dan dikhawatirkan ada yang kuat diantara variabel-variabel tersebut. Adanya hubungan yang kuat diantara variabel-variabel independen sangat mirip dan sulit memisahkan pengaruh dari variabel independen secara individual (Ghozali 2011 : 105-106).

Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dengan menggunakan SPSS 20, dapat diketahui apakah model regresi terjadi multikolinieritas atau tidak. Pedoman suatu model regresi yang tidak terjadi multikolinieritas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai  $VIF \leq 10$
- 2) Nilai  $Tolerance \geq 0,1$ , Dimana  $Tolerance = 1/VIF$  atau  $VIF = 1/Tolerance$ .



#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono 2012:277). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen dengan 1 variabel dependen, model regresi dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = variable dependen, nilai yang diprediksikan (loyalitas konsumen)

X<sub>1</sub> = variabel independen satu (*brand awareness*)

X<sub>2</sub> = variable independen dua (*brand association*)

X<sub>3</sub> = variable independen tiga (*perceived quality*)

α = konstanta (nilai Y' apabila X=0)

β<sub>1,2,3</sub> = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = *Error*

##### a) Koefisien korelasi (Uji R)

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linear antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali 2011:96)

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) Koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

Uji Koefisien korelasi (Uji R) adalah untuk mengukur seberapa besar kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen. Untuk menentukan kuat atau lemahnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien korelasi (Uji R) dapat dilihat dari nilai R antara 0 (tidak ada hubungan) sampai 1 (hubungan sempurna) (Ghozali 2011:97). Kriteria penilaian *adjusted R-square* menurut Ghozali ialah:

- 1) Bila nilai *adjusted R<sup>2</sup>* kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.
- 2) Bila nilai *adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 1, maka variabel-variabel independen dapat memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## c) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen / terikat (Ghozali 2011:98). Uji F dilakukan dengan cara membandingkan antara signifikansi F dari hasil pengujian dengan nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi F yang diperoleh dari hasil pengujian nilainya lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu



sebesar 5% maka dapat disimpulkan bahwa model fit atau layak digunakan dalam penelitian (Signifikansi  $< \alpha = 0,05$  , maka  $H_a$  diterima)

- 2) Jika tingkat signifikansi F yang diperoleh dari hasil Pengujian Nilainya lebih besar dari Nilai Signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 5% maka dapat disimpulkan bahwa model tidak fit atau tidak layak digunakan dalam penelitian (Signifikansi  $< \alpha = 0,05$  , maka  $H_a$  tidak dapat diterima)

#### d) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2011:101-102). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitasnya  $> 0,05$ , maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai probabilitasnya  $< 0,05$ , maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

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.