



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN



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

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah *smartphone* Samsung. Serta subyek penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Samsung. Penulis akan menggunakan 150 responden dalam penelitian ini dan akan dilakukan pada periode Oktober sampai dengan November 2013.

B. Metode dan Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, desain yang dipakai adalah deskriptif, yaitu metode yang bertujuan untuk menguraikan, menjelaskan pengaruh *brand trust* terhadap *brand loyalty* dari konsumen *smartphone* Samsung.

Pendekatan yang digunakan adalah metode survei, yakni dengan mengumpulkan data dan informasi sebanyak-banyaknya melalui penyebaran kuisioner yang dilakukan terhadap konsumen.

C. Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan adalah :

1. Variabel *Brand Trust*

Variabel independen yaitu *brand trust* dalam penelitian ini meliputi empat dimensi variabel (X), yaitu *brand reputation* (X1), *brand predictability* (X2), *brand competence* (X3), *trust in company* (X4).

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. Variabel *Brand Loyalty*

Ⓒ Variabel dependen (Y) hanya satu yaitu *brand loyalty*.

Variabel-variabel serta indikator penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Pengukuran Berdasarkan Indikator	Skala
Brand Trust <i>Dimensi:</i> Brand Reputation	1. <i>Smartphone</i> merek Samsung mempunyai reputasi yang baik	Interval
	2. <i>Smartphone</i> merek Samsung mempunyai kinerja yang baik	Interval
	3. <i>Smartphone</i> merek Samsung dapat diandalkan	Interval
	4. Berita tentang <i>Smartphone</i> merek Samsung adalah positif	Interval
	5. <i>Smartphone</i> merek Samsung mempunyai tampilan yang baik	Interval
	6. Komentar negative tentang <i>smartphone</i> merek Samsung	Interval
Brand Predictability	7. <i>Smartphone</i> merek Samsung sesuai dengan harapan Konsumen	Interval
	8. Kinerja <i>smartphone</i> merek Samsung dapat diantisipasi	Interval
	9. <i>Smartphone</i> merek Samsung konsisten dengan kualitasnya	Interval
	10. <i>Smartphone</i> merek Samsung konsisten dengan tampilan Keseluruhannya	Interval
	11. Tidak yakin kalau <i>smartphone</i> ini akan tampil dengan baik pada pembelian berikutnya	Interval
Brand Competence	12. <i>Smartphone</i> Samsung mampu memenuhi kebutuhan dari Konsumen	Interval
	13. <i>Smartphone</i> Samsung adalah merek yang terbaik pada Kategorinya	Interval
	14. <i>Smartphone</i> Samsung adalah merek yang punya kemampuan untuk mengatasi masalah konsumen	Interval
	15. <i>Smartphone</i> Samsung dapat menyempurnakan tugasnya lebih baik dari <i>smartphone</i> pesaingnya	Interval
	16. <i>Smartphone</i> Samsung dapat bersaing dengan <i>smartphone</i> lain dengan produk yang sejenis	Interval
	Trust in Company	17. Konsumen memiliki kepercayaan terhadap perusahaan Samsung.
18. Perusahaan Samsung tidak akan mengecewakan konsumen.		Interval
19. Perusahaan Samsung dapat menghasilkan produk yang Baik		Interval

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.



<p>© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>20. Perusahaan Samsung tidak pernah menipu konsumen</p> <p>21. Percaya pada perusahaan Samsung karena menghasilkan produk yang baik</p> <p>22. Kepercayaan sepenuhnya terhadap perusahaan Samsung tersebut.</p> <p>23. Rasa aman dalam memakai produk dari <i>smartphone</i> tersebut karena percaya kepada perusahaannya.</p>	<p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p>
	<p>24. Konsumen akan melakukan pembelian berulang pada <i>smartphone</i> merek Samsung tersebut</p> <p>25. Konsumen tidak berpindah ke <i>smartphone</i> lain walaupun <i>smartphone</i> merek lain lebih murah</p> <p>26. Konsumen merasa puas terhadap <i>smartphone</i> tersebut</p> <p>27. Konsumen memiliki kesukaan terhadap merek <i>smartphone</i> Tersebut</p> <p>28. Konsumen akan merekomendasikan <i>smartphone</i> merek Samsung kepada orang lain.</p>	<p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p> <p>Interval</p>

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian menggunakan data primer yaitu merupakan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode angket yang berisi berbagai pertanyaan tentang variabel penelitian. Data dikumpulkan dengan cara membagikan angket kepada calon responden khususnya pengguna *smartphone* Samsung.

Teknik pengumpulan data menggunakan skala likert menurut Donald R Cooper dan Pamela S. Schindler (2006:43). Skala yang digunakan terdiri dari angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan nilai terendah sedangkan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi.

1. Ditaring 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.



<u>Skala Peringkat</u>	<u>Bobot</u>
<input checked="" type="radio"/> Sangat Tidak Setuju	1
<input type="radio"/> Tidak Setuju	2
<input type="radio"/> Netral	3
<input type="radio"/> Setuju	4
<input type="radio"/> Sangat Setuju	5

E. Teknik Pengambilan Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2003:73) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurutnya, bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel. Sampel yang diambil dari populasi itu harus betul-betul mewakili. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Samsung dan sudah berusia di atas 15 tahun.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, dimana setiap unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive*

Teknik *purposive* disebut juga teknik '*judgemental*'. Pada teknik ini unsur populasi yang ditentukan menjadi sampel didasarkan pada tujuan penelitian. Teknik ini baru bisa dilakukan bila karakteristik populasi yang menjadi obyek penelitian telah diketahui. Pengetahuan ini biasanya didasarkan pada hasil penelitian yang telah pernah dilakukan atau pendapat ahli. (Aritonang R., 2007:111).

Menurut Malhotra (dalam Aritonang R., 2007:105). Ukuran sampel dapat didasarkan pada rata-rata ukuran sampel yang digunakan dalam studi-studi sejenis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI BIKG (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 BIKG.

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



Sementara, menurut pendapat Hair Jr., dkk (dalam Aritonang R., 2007:106). Menyatakan bahwa pedoman yang umum adalah 5 subjek untuk setiap variabel independen yang dianalisis. Selanjutnya beberapa peneliti bahkan mengusulkan paling tidak 20 subjek untuk setiap variabel independen yang diteliti. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang dipilah adalah sebanyak 150 responden.

F. Teknik Analisis Data

Kuisisioner yang disebar dan diisi oleh responden merupakan data yang masih harus diolah lebih lanjut agar dapat dijadikan informasi yang berguna bagi penelitian. Hasil dari penyebaran kuisisioner akan menjadi data masukan untuk mengolah dan menganalisis data:

1. Analisis Deskriptif

a. Presentase

Setiap jawaban pertanyaan yang terkumpul dari hasil pengumpulan kuisisioner akan ditabulasikan dengan memberikan presentase pada masing-masing jawaban.

Rumus :

$$Pr = \frac{\text{Jumlah Responden}}{\text{Total jumlah Responden}} \times 100\%$$

b. Rata-rata

Setelah memperoleh data yang lengkap, maka harus dicari nilai rata-ratanya. Perhitungan nilai rata-rata skor adalah dengan menjumlahkan seluruh bobot dibagi dengan jumlah total responden secara sistematis, rata-rata dapat dihitung dengan rumus :

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$



Dimana :

© Fr_i = Frekuensi relatif dari setiap kategori

$\sum f_i$ = Jumlah responden yang termasuk kategori –i

n = Total responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Rentang Skala Penelitian

Untuk mempromosikan jawaban responden maka digunakan rentang skala yang menggambarkan posisi dari yang sangat negatif ke posisi yang sangat positif dengan rumus rentang skala sebagai berikut :

$$R_s = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyaknya kategori skor}}$$

$$R_s = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

© Maka Skala yang digunakan:

1,00 – 1,80 = Sangat tidak setuju

1,81 – 2,60 = Tidak setuju

2,61 – 3,40 = Tidak memutuskan

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat setuju

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Uji Validitas

Uji validitas menurut Husein Umar (2008:52) adalah berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Penelitian ini melakukan pengujian validitas menggunakan korelasi *product moment*, rumusnya adalah:

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.



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

Keterangan : mkmkm

r = Korelasi *product moment*

n = jumlah sampel

x = Skor tiap pertanyaan

y = skor total

Selanjutnya, secara metode statistika, nilai korelasi yang diperoleh harus diuji terlebih dahulu dengan menyatakan apakah nilainya signifikan atau tidak. Uji korelasi dilakukan dengan membandingkan r yang didapat dengan r *product moment* pada tabel, dilihat dari n = jumlah responden dengan $\alpha = 5\%$ atau pada tingkat kepercayaan 95%, maka r tabel (0,05;30) = 0,361 (Sugiono, 2005 : 317).

Keputusannya : Jika r hit > r tabel = valid dan jika r hit < r tabel = tidak valid

3. Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah instrumen yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali. Dari sekian banyak teknik untuk mengukur reliabilitas, penulis menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yang diambil dari Husein Umar (2008:56), rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{\text{alpha}} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum s_b^2}{\sum s_t^2} \right]$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Keterangan :

α = Reliabilitas Instrumen

k = Jumlah Butir Pertanyaan

$\sum S_b^2$ = Jumlah Varian Butir

S^2 = Varian total

Sebelum menghitung dengan rumus *Cronbach Alpha*, jumlah varian butir dicari dulu dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan. Rumus varian yang digunakan sebagai berikut:

$$S^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n-1}$$

Keterangan:

S^2 = Varian

n = jumlah responden

X_i = nilai skor yang dipilih

Pada pengujian Reliabilitas, penulis akan menggunakan program SPSS 20.0. data yang terkumpul dari pra kuisisioner, dianalisis dan diolah lebih lanjut. Kriteria keputusan menurut Nunnally dalam Imam Ghozali (2011:48) adalah uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,70 , maka instrumen dinyatakan reliabel.

4. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh satu variabel dan variabel lainnya. Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh *brand trust* terhadap *brand loyalty*.

Rumus yang digunakan dalam regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bx$$

Dimana : Y = Variabel dependen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBIKKG (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.



X = Variabel independen

a = intersep

b = koefisien variabel X

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

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

Untuk mengetahui apakah besaran-besaran a dan b adalah signifikan atau tidak, dapat dilakukan dengan cara, *probability value* yaitu dengan menggunakan nilai-nilai *p value* pada kolom Sig. Jika nilai-nilai ini lebih kecil 5%, maka besaran-besaran a dan b bermakna.

© 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.