



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada Bab III ini akan dirincikan mengenai metode secara keseluruhan yang akan digunakan dalam pelaksanaan penelitian “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Brand Image* terhadap *Brand Loyalty* pada Bank BCA di Jakarta”.

Bab metode penelitian mencakup pendefinisian dan penentuan atas objek penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel yang akan diambil dalam penelitian, lokasi penelitian, variabel-variabel penelitian, teknik pengumpulan data, hingga pengolahan data dan analisis data yang akan dilakukan.

3.1 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Bank Central Asia (Bank BCA). Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah konsumen atau nasabah yang pernah dan sedang menggunakan layanan ataupun produk dari Bank Central Asia di Kota Jakarta. Adapun penelitian ini dilakukan dengan cara mendistribusikan kuesioner secara *online* untuk para konsumen atau nasabah Bank Central Asia (Bank BCA) di Jakarta.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Schindler (2019:71), desain penelitian sering disebut cetak biru (*blueprint*) untuk memenuhi tujuan penelitian. Schindler (2019:71) juga menyimpulkan definisi desain penelitian sebagai sebuah desain yang merupakan rencana prosedural berbasis waktu untuk setiap kegiatan penelitian yang selalu berfokus pada pertanyaan penelitian, dan sebagai sebuah desain yang memandu pemilihan sumber informasi (kasus) serta menyediakan kerangka untuk menentukan hubungan di antara variabel-variabel dalam penelitian.



Terdapat 8 (delapan) dimensi yang penting dalam desain penelitian dimana

setiap dimensi menggambarkan sifat dan kontribusinya terhadap pilihan-pilihan desain, sebagai berikut:

3.2.1 *Objective of the Study*

Pemahaman dalam penelitian merupakan suatu hal yang wajib dicapai, untuk mencapai pemahaman yang maksimal atas penelitian terdapat 3 (tiga) desain studi yang dapat dilakukan, yaitu sebagai berikut:

- a. *Descriptive Study* (Studi Deskriptif): studi ini mencoba untuk menentukan elemen siapa, apa, di mana, kapan, atau berapa banyak. Studi deskriptif mengumpulkan data baru yang dapat dikombinasikan dengan data yang sudah ada.
- b. *Casual-Explanatory Study* (Studi Kasual-Eksplanatori): studi ini mencoba menjelaskan hubungan antar variabel untuk menentukan bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya.
- c. *Casual-Predictive Study* (Studi Kasual-Predikif): studi ini mencoba untuk memprediksi sebuah efek terhadap variabel dependen dengan memanipulasi variabel independen dengan menjaga semua variabel lain tetap konstan.

Pada penelitian ini menggunakan *Casual-Explanatory Study* atau studi kasual-eksplanatori, karena penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menjawab masalah tersebut dengan jawaban akhir yang menjelaskan hubungan antar variabel penelitian.

3.2.2 *Researcher's Ability to Manipulate Variables to be Studied*

Dalam hal kemampuan peneliti dalam memanipulasi variabel-variabel penelitian, terdapat 2 (dua) desain yang berbeda, yaitu *Ex Post Facto Design* dan



Experiment (percobaan). Dalam *Ex Post Facto Design*, peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel-variabel penelitian, namun peneliti mempelajari peserta yang telah dihadapkan pada variabel independen dan mereka yang belum dihadapkan dengan variabel independen dan membandingkan hasilnya. Sementara dalam *Experiment*, peneliti harus mampu mengatur dan/atau memanipulasi variabel dalam penelitian. Peneliti hanya perlu melakukan pengaturan perubahan variabel atau mempertahankan variabel secara konstan sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil dari eksperimen atau percobaan tersebut memberikan dukungan yang paling kuat untuk sebuah hipotesis sebab-akibat.

Pada penelitian ini digunakan desain *Ex Post Facto*, dimana peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel-variabel dalam penelitian dan penelitian dilakukan dengan mempelajari subjek penelitian sebagai peserta yang telah dihadapkan maupun belum dihadapkan dengan variabel independen kemudian membandingkan hasilnya untuk mencapai tujuan penelitian.

3.2.3 *The Topical Scope*

Ruang lingkup topik terbagi menjadi dua yaitu *Statistical Studies* (studi statistik) dan *Case Studies* (studi kasus). *Statistical studies* mencoba untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari sampel karakteristik. Hipotesis dalam ruang lingkup topik studi statistic ini akan diuji secara kuantitatif. Sedangkan *case studies* lebih mengarah pada analisis menyeluruh secara kontekstual terhadap satu atau beberapa peristiwa atau kondisi dan keterkaitannya.

Penelitian ini menggunakan ruang lingkup topik *statistical studies* dimana penelitian ini akan menggunakan kuesioner dari sampel populasi untuk mengumpulkan data kuantitatif dan kemudian diolah dan dianalisis untuk membuat kesimpulan atas penelitian yang dilakukan.

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.



3.2.4 *Measurement Emphasis of Research Techniques*

Penekanan pengukuran pada teknik penelitian terbagi menjadi dua yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif (*Qualitative Research*) menggunakan teknik interpretasi untuk mendeskripsikan, memutuskan, menerjemahkan, dan dengan makna dari suatu fenomena. Pelaksanaan penelitian kualitatif seringkali digunakan pada tahap eksplorasi. Sedangkan penelitian kuantitatif (*Quantitative Research*) berfokus pada kuantitas, frekuensi, atau besarnya suatu fenomena yang merupakan dasar dari studi statistic. Pelaksanaan penelitian kuantitatif bergantung pada kualitas dari alat pengukuran yang digunakan untuk observasi, survey, dan test percobaan.

Penelitian ini menggunakan survey atau kuesioner untuk pengumpulan data penelitian yang berupa kuantitas, frekuensi, dan besarnya pengaruh variabel-variabel yang diteliti. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif (*Quantitative Research*).

3.2.5 *Complexity of Design*

Pemilihan kompleksitas desain penelitian banyak dipengaruhi oleh pilihan tindakan yang sedang dipertimbangkan dan berapa biaya implementasinya. Kompleksitas desain penelitian sendiri terbagi menjadi dua yaitu *Single-Methodology Design* dan *Multiple-Methodology Design*. *Single-Methodology Design* (desain metodologi tunggal) hanya akan menggunakan satu metode dalam metodologi pengumpulan data. Sementara *Multiple-Methodology Design* (desain metodologi ganda), mencakup serangkaian metode, tidak hanya satu.

Penelitian ini menggunakan satu metode dalam metodologi pengumpulan data yaitu survey atau kuesioner, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan *Methodology Design* (desain metodologi tunggal).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (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 RKG.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3.2.6 *Method of Data Collection*

Metode pengumpulan data terbagi menjadi dua yaitu *Monitoring Study* dan *Communication Study*. Dalam *monitoring study* peneliti meninjau aktivitas subjek atau sifat dari beberapa material atau aktivitas dan mencatat informasi dari pengamatan, peneliti juga tidak berusaha untuk mendapatkan tanggapan dari siapa pun. Sedangkan dalam *communication study* peneliti bertanya kepada para peserta dan mengumpulkan tanggapan mereka dengan cara personal atau non-personal.

Penelitian ini mengumpulkan tanggapan dari peserta secara personal melalui survey atau kuesioner dengan menggunakan media *online Google Form*. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa pengumpulan data penelitian ini menggunakan *communication study*.

3.2.7 *Research Environment*

Desain juga membedakan apakah pengukuran dilakukan dalam kondisi yang telah dimanipulasi (*Laboratory Condition*) atau dalam kondisi lingkungan yang sebenarnya (*Field Condition*). Penelitian ini dilakukan dalam lingkungan yang sebenarnya dan tanpa ada manipulasi pada lingkungan tersebut. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa lingkungan dari penelitian ini menggunakan *field condition*.

3.2.8 *Time Dimension*

Dimensi waktu terbagi menjadi dua yaitu *Longitudinal Studies* dan *Cross-Sectional Studies*. *Longitudinal studies* adalah pengukuran berulang atas variabel yang sama dalam satu spesifik periode. *Cross-sectional studies* dilakukan satu kali dan mewakili gambaran pada satu titik waktu. Penelitian ini dilakukan dalam waktu satu kali untuk mewakili sebuah periode yaitu di tahun 2023, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dimensi waktu pada penelitian ini adalah *Cross-sectional studies*.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3.2.9 *Participant's Research Awareness*

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Kegunaan sebuah desain dapat berkurang ketika partisipan merasa bahwa penelitian sedang dilakukan, ketika partisipan percaya bahwa sesuatu yang berbeda sedang terjadi, maka mereka mungkin akan berperilaku sedikit berbeda dari perilaku wajarnya. Ada 3 (tiga) tingkatan persepsi, antara lain:

1. Partisipan tidak merasakan adanya penyimpangan dari rutinitas harian.
2. Partisipan merasakan adanya penyimpangan, tetapi tidak terkait dengan peneliti.
3. Partisipan merasa adanya penyimpangan yang disebabkan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini dilakukan secara terbuka, dimana proses pengumpulan data dari sampel akan berasal dari kuesioner yang disebarakan secara *online* dan diinformasikan secara eksplisit bahwa penelitian sedang dilakukan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022:130), populasi adalah wilayah secara umum yang terdiri atas objek maupun subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik atau sifat tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, telah ditetapkan bahwa populasi penelitian adalah masyarakat Indonesia yang berdomisili di Jakarta dan pernah menggunakan, sedang menggunakan, maupun nasabah dari layanan atau produk Bank Central Asia pada tahun 2023.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022:131), sampel adalah sebagian dan merupakan representatif dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian. Dalam proses pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik *non-*

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.



probability sampling, teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang anggota populasinya tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Purposive sampling merupakan salah satu teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dan merupakan teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2022:138), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan suatu pertimbangan, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristik mereka yang mengetahui maupun mengerti mengenai objek penelitian, atau dalam hal ini, produk atau jasa yang diteliti.

Menurut Hair et al. (2019:133), terdapat tiga panduan bagaimana mengukur ukuran sampel. Salah satunya adalah dengan menggunakan rasio observasi terhadap variabel, berikut merupakan rumus rasio ukuran sampel menurut Hair et al. yang juga akan digunakan sebagai ukuran sampel pada penelitian ini. Pada umumnya digunakan ukuran rasio 5:1 atas jumlah observasi terhadap variabel yang akan diteliti. Namun, untuk ukuran sampel yang lebih dapat diterima adalah dengan menggunakan rasio 10:1. Maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$N = 10 \times \text{Observasi/Dimensi Variabel Penelitian}$$

Sumber: Hair et al. (2019)

Berdasarkan rumus ukuran sampel tersebut, dengan jumlah dimensi dalam penelitian ini yang sejumlah 9 buah, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah minimal sebanyak 90 responden sebagai sampel penelitian dan kemudian menggunakan 100 sampel untuk aktualisasinya. Responden dalam penelitian ini memiliki kriteria yang harus dipenuhi yaitu konsumen atau nasabah Bank BCA yang berdomisili di Jakarta dengan usia lebih dari 17 tahun yang sudah menggunakan layanan dan produk BCA selama lebih dari 1 tahun. Kriteria umur ditetapkan dengan alasan bahwa responden dianggap

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.



sudah dapat berpikir secara kritis dalam mengambil keputusan, sementara kriteria rentang waktu penggunaan 1 tahun ditetapkan karena sebagai tolak ukur akan penilaian terhadap aktivitas serta layanan Bank BCA dan *Brand Loyalty* yang dirasakan responden.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah latar tempat dimana penelitian akan dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini akan dilakukan di daerah Jakarta. Penelitian dilakukan di Jakarta dengan alasan bahwa Jakarta merupakan kota metropolitan yang tinggi akan aktivitas perbankan sehingga tepat sebagai latar tempat penelitian.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2022:57) didefinisikan sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan akhir. Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Menurut Sugiyono (2022:57) variabel bebas atau independen merupakan variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel lainnya dan variabel yang menjadi penyebab perubahan atas variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (X1) dan *Brand Image* (X2). Menurut Sugiyono (2022:57) variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya, dan variabel yang mendapatkan akibat karena adanya variabel independen (bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Brand Loyalty* (Y)

Berikut merupakan rincian lebih lanjut mengenai variabel-variabel penelitian beserta dengan pengukuran dalam masing-masing variabel:

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



3.5.1 *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen (X1)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu tindak kepedulian perusahaan yang dilaksanakan secara sukarela terhadap kesejahteraan lingkungan eksternal dan internal perusahaan secara luas hingga masyarakat untuk mengatasi dampak etika, sosial, dan lingkungan dari operasi bisnis yang dijalankan perusahaan.

Tabel 3. 1

Indikator Variabel *Corporate Social Responsibility* (X1)

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X1) Menurut Lamb et al. (2023:311)	<i>Legal Responsibility</i>	- Bank BCA mematuhi hukum yang berlaku di Indonesia.	Likert
	<i>Ethical Responsibility</i>	- Bank BCA menerapkan etika dalam operasi bisnisnya. - Bank BCA berperilaku jujur kepada nasabah. - Bank BCA memperlakukan SDM-nya dengan baik.	Likert
	<i>Philantropic Responsibility</i>	- Bank BCA sering memberikan bantuan kepada organisasi sosial atau komunitas yang membutuhkan. - Bank BCA sering mengadakan program yang meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara luas. - Bank BCA sering mengadakan program untuk kepentingan lingkungan.	Likert

Sumber: Tan et al. (2022), Islam et al. (2021), Hutabarat dan Fitriani (2022), Lacap et al. (2021)

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.



3.5.2 *Brand Image* sebagai variabel independen (X2)

Brand Image merupakan sebuah persepsi konsumen terhadap sebuah merek, dimana persepsi tersebut dapat timbul dari hubungan antara konsumen dengan merek.

Tabel 3. 2

Indikator Variabel *Brand Image* (X2)

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
<i>Brand Image</i> (X2) Menurut Firmansyah (2019:75)	<i>Corporate Image</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bank BCA memiliki reputasi yang positif. - Bank BCA terkenal dengan kualitas produk/layanan yang terbaik. 	Likert
	<i>User Image</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bank BCA cocok untuk seseorang yang praktis. - Produk/layanan Bank BCA cocok untuk semua status sosial. - Bank BCA cocok untuk digunakan dalam dunia professional. 	Likert
	<i>Product Image</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Bank BCA berhasil menjawab kebutuhan akan produk/layanan perbankan. - Bank BCA selalu memberikan jaminan yang dapat dipercaya. 	Likert

Sumber: Bernarto et al. (2020), Wijaya dan Putra (2023)

3.5.3 *Brand Loyalty* sebagai variabel dependen (Y)

Brand Loyalty adalah suatu keadaan dimana terhadap konsistensi dari pelanggan/konsumen/ dalam hal ini nasabah, untuk terus memilih suatu merek dibandingkan dengan merek lainnya yang ada di pasar.

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. 3

Indikator Variabel *Brand Loyalty* (Y)

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y) Menurut Schiffman dan Wisenblit (2019:168)	<i>Behaviors</i>	- Saya selalu menggunakan layanan Bank BCA untuk keperluan perbankan. - Saya menetapkan Bank BCA sebagai bank utama saya.	Likert
	<i>Attitudes</i>	- Saya akan selalu menggunakan produk/layanan Bank BCA. - Saya akan merekomendasikan produk/layanan Bank BCA kepada orang lain.	Likert

Sumber: Tan et al. (2022), Lacap et al. (2021)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:28), terdapat beberapa cara untuk mengumpulkan data penelitian yaitu observasi, dokumentasi, wawancara, dan kuesioner.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara kuesioner, dimana kuesioner pada penelitian dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan kepada responden untuk dijawab. Untuk penelitian ini kuesioner dibuat dalam media *online* dengan menggunakan platform *Google Form* untuk disebarluaskan melalui jejaring sosial kepada responden, yaitu masyarakat di daerah Jakarta.

Untuk mengukur variabel penelitian dibutuhkan skala pengukuran sehingga akan menghasilkan data yang akan dianalisis lebih lanjut untuk mencapai tujuan penelitian. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:24) skala likert merupakan model skala yang umumnya

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



digunakan dalam meneliti sikap, pendapat, persepsi, atau fenomena sosial lainnya.

Berikut merupakan skala likert yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 4

Tabel Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup Setuju (CS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Riyanto dan Hatmawan (2020)

3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

Pengolahan data dan analisis data akan dilakukan setelah data terkumpul melalui kuesioner. Data yang telah dikumpulkan akan diolah dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics version 26* yang merupakan aplikasi pengolah data. Pada penelitian ini, teknik analisis data dilakukan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan tahapan analisis data sebagai berikut: Uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikplinearitas, uji heterokedastisitas), uji signifikansi simultan (uji statistic F), uji signifikansi parameter individual (uji statistik t).

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:63), validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kemampuan suatu instrumen yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sebuah instrumen dapat menjalankan fungsi. Untuk menjalankan uji validitas sebuah instrumen dapat menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* atau Korelasi *Pearson*, 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.



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

Sumber: Riyanto dan Hatmawan (2020)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah subjek penelitian

x = skor butir pertanyaan/pernyataan

y = skor total pertanyaan/pernyataan

Kriteria pengambilan keputusan:

1. $r_{xy} \geq r$ tabel, maka indikator tersebut dinyatakan valid
2. $r_{xy} < r$ tabel, maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid

Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan alat ukur dalam program komputer yang bernama *IBM SPSS Statistics version 26*. Setelah dilakukan pengujian dan didapatkan hasil bahwa alat ukur memiliki hubungan yang signifikan dari skor butir dan skor total sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan, maka bisa disimpulkan bahwa alat ukur tersebut merupakan alat ukur yang valid untuk digunakan dalam penelitian.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:75), reliabilitas adalah ketetapan atau konsistensi alat tersebut dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas mengukur sejauh mana konsistensi dari instrumen penelitian sehingga dapat mengetahui apakah dapat dipercayai dan menghasilkan penelitian yang berkualitas atau tidak. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan uji Cronbach *Alpha* (α) dengan keputusan bahwa suatu variabel dinyatakan reliabel jika memiliki Cronbach *Alpha* (α) > 0,7. Berikut merupakan rumus korelasi Cronbach *Alpha*:



$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Sumber: Riyanto dan Hatmawan (2020)

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

σt^2 = Varian total

k = Banyak butir pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varian butir

Untuk melakukan uji reliabilitas dalam penelitian ini akan dibantu dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics version 26* dan menggunakan model Cronbach *Alpha*.

3.7.3 Analisis Deskriptif

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:53), analisis deskriptif merupakan analisis statistik dasar untuk mengetahui nilai rata-rata atau mean, nilai tengah atau median, nilai frekuensi terbanyak atau modus, jumlah atau sum, simpangan baku atau deviasi standar, ragam data atau varian, rentang atau range, nilai terendah, dan nilai tertinggi. Untuk melakukan analisis deskriptif dan mendapatkan hasil statistik dasar data dalam penelitian ini akan dibantu dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics version 26*.

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:137), uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan dalam model regresi untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal. Pengasumsian terhadap uji t dan uji f bahwa nilai residual berdistribusi normal membuat hasil uji normalitas ini harus berdistribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini akan

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.



menggunakan bantuan aplikasi *IBM SPSS Statistics version 26* dengan uji Kolmogorov Smirnov (K-S), dengan keputusan sebagai berikut:

1. Ho: Jika nilai signifikansi $> 0,05$; maka data berdistribusi normal.
2. Ha: Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$; maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:139), uji multikolinieritas adalah korelasi tinggi yang terjadi di antara variabel-variabel bebas. Model regresi yang optimal mengharuskan tidak adanya korelasi antara variabel independen. Dalam model regresi terdapat nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 yang menyatakan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:139), uji heterokedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini akan menggunakan metode uji Glejser dengan keputusan sebagai berikut:

1. Jika uji t variabel independen mendapatkan nilai signifikansi $< 0,05$ (5%), maka terdapat heterokedastisitas.
2. Jika uji t variabel independen mendapatkan nilai signifikansi $\geq 0,05$ (5%), maka tidak terdapat heterokedastisitas.

3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:140), regresi linear berganda merupakan regresi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen dan satu



variabel dependen. Maka dari itu dalam penelitian ini akan menggunakan analisis regresi linear berganda karena memiliki dua variabel independen (*Corporate Social Responsibility* dan *Brand Image*) dan satu variabel dependen (*Brand Loyalty*).

Berikut merupakan model persamaan regresi linear berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_i \cdot X_i + \varepsilon$$

Sumber: Riyanto dan Hatmawan (2020)

Keterangan:

Y = variabel dependen

β_0 = nilai konstanta

$\beta_{1,2,i}$ = koefisien regresi variabel 1, koefisien regresi variabel 2, koefisien regresi variabel i

$X_{1,2,i}$ = variabel bebas 1, variabel bebas 2, variabel bebas i

ε = error

3.7.6 Uji Statistik t

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:141), uji statistic t atau uji signifikansi parameter parsial dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individual. Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Brand Image*, serta satu variabel dependen yaitu *Brand Loyalty*. Untuk pengujian dalam penelitian ini akan menerapkan level signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) dan uji statistic t akan dilakukan melalui aplikasi *IBM SPSS Statistics version 26* dengan hipotesis dan keputusan sebagai berikut:

Hipotesis:

1. $H_0: \beta_1 = 0, \beta_2 = 0$
2. $H_a: \beta_{1,2} > 0$

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.



Keputusan:

1. Jika nilai Sigifikansi $> 0,05$ (5%), maka tidak tolak H_0 dan dapat dikatakan bahwa variabel independen secara parsial tidak terbukti berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai Signifikansi $\leq 0,05$ (5%), maka tolak H_0 dan dapat dikatakan bahwa variabel independen secara parsial terbukti berpengaruh terhadap variabel dependen.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.7.7 Uji Statistik F

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:142), uji statistik F atau uji signifikansi simultan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pangaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Pada penelitian ini akan menerapkan level signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$) dengan hipotesis dan keputusan sebagai berikut:

Hipotesis:

1. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$
2. $H_a: \beta_{1,2} \neq 0$

Keputusan:

1. Jika nilai Sigifikansi $> 0,05$ (5%), maka tidak tolak H_0 dan dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama tidak terbukti berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai Signifikansi $\leq 0,05$ (5%), maka tolak H_0 dan dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersama terbukti berpengaruh 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.



3.7.8 Koefisien Determinansi (R^2)

- Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:141), analisis koefisien determinansi (R^2) mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinansi berada pada jangkauan 0-1, dimana nilai koefisien determinansi yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinansi yang besar mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

© Hak cipta milik IBIKKG (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.