

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

1.1 OBJEK PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan mie instan Indomie. Objek penelitian sebanyak dua variabel, yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel bebas adalah ekuitas merek (X) dan yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas pelanggan (Y). Adapun yang menjadi objek penelitian adalah pelanggan mie instan Indomie di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari.

3.2 METODE PENELITIAN

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2005:11), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran dari variabel penelitian, sedangkan penelitian verifikatif bertujuan mengecek kebenaran dari hipotesis.

Mengingat sifat penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode survey explanatory. Menurut Ker Linger dalam Sugiono (2004:7) : Metode survey yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari sample yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Menurut David A. Aaker (2004:765) metode survey adalah “*A method of data collection, such as a telephone or personal interview, a mail survey, or many combination there of*”. artinya metode pengumpulan data, seperti melalui telepon atau wawancara, survey melalui surat kabar atau kombinasi diantaranya. Sedangkan menurut Naresh K. Malhotra (2004:196) berpendapat bahwa, “metode *survey* adalah kuesioner terstruktur yang diberikan koresponden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik.

Berdasarkan kurun waktu penelitian yang dilaksanakan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang dipergunakan adalah metode *cross sectional*. *Cross sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Husain Umar, 2001:45).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel (Asep Hermawan, 2006:118). Dalam suatu penelitian agar dapat membedakan konsep teoritis dengan analitis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel. Variabel yang diteliti adalah ekuitas merek (X) dan loyalitas pelanggan (Y).

Secara lebih rinci dapat terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
Ekuitas merek (X)	Seperangkat <i>asset</i> dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama dan simbolnya yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah barang atau jasa kepada perusahaan atau pelanggan perusahaan. (David Aaker, 2004:22)	1. <i>Brand Awareness</i> : kesanggupan calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu.	1. Brand Recognition : Tingkat pengenalan terhadap merek.	Ordinal
			2. Brand Recall : Tingkat mengingat kembali merek.	Ordinal
			3. Top of mind : Tingkat kemampuan untuk menempatkan merek pada posisi teratas.	Ordinal
		2. <i>Brand Associations</i> : segala kesan yang muncul dibenak seseorang yang terkait dengan ingatannya mengenai suatu merek.	1. Kesan terhadap atribut	Ordinal
			2. Kesan terhadap manfaat	Ordinal
			3. Kesan terhadap harga	Ordinal
			4. Kesan terhadap penggunaan	Ordinal
		3. <i>Perceived Quality</i> : persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.	1. Kualitas kinerja	Ordinal
			2. Kualitas ketahanan produk	Ordinal
			3. Kualitas kehandalan produk	Ordinal
			4. Kualitas karakteristik produk	Ordinal
		4. <i>Brand Loyalty</i> : suatu ukuran keterkaitan pelanggan kepada sebuah merek.	1. <i>Switcher</i> (berpindah-pindah) : Frekuensi melakukan perpindahan merek dalam satu produk	Ordinal
			2. <i>Habitual buyer</i> (pembelian yang bersifat kebiasaan) : Tingkat kebiasaan	Ordinal

			membeli merek.	
			3. <i>Satisfied buyer</i> (pembeli yang puas dengan biaya peralihan) : Tingkat kepuasan terhadap merek.	Ordinal
			4. <i>Likes the brand</i> (kesukaan terhadap merek) : Tingkat kesukaannya terhadap merek.	Ordinal
			5. <i>Committed buyers</i> (pembeli yang komitmen) : Tingkat kesetiaan terhadap merek.	Ordinal
Loyalitas pelanggan (Y)	Komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok yang tercermin dari sikap yang sangat positif dan wujud perilaku pembelian ulang yang dilakukan oleh pelanggan tersebut secara konsisten. (Fandy Tjiptono, 2000:110)	1. <i>Repetition</i> : melakukan pembelian secara teratur	• Frekuensi pembelian ulang merek	Ordinal
		2. <i>Purchase across product and service lines</i> : pembelian diluar lini produk	• Tingkat pembelian diluar lini produk	Ordinal
		3. <i>Immunity</i> : tidak terpengaruh daya tarik pesaing	• Tingkat penolakan terhadap merek pesaing	Ordinal
		4. <i>Refers other</i> : merekomendasikan produk pada yang lain	• Tingkat merekomendasikan merek kepada orang lain	Ordinal

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data itu diperoleh (Suharsimi Arikunto 2006:129). Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian baik diperoleh secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan

objek penelitian. Menurut Maholtra (2006:120-121) mengungkapkan definisi-definisi tersebut antara lain:

- a. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah kuisisioner yang disebarakan kepada sejumlah responden, sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian yaitu pelanggan mie instan Indomie.
- b. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah data jumlah penduduk kecamatan sukasari Kelurahan Isola, literatur, artikel serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Menurut **Sugiyono (2006:72)**, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek/ subjek tetapi meliputi secara keseluruhan karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Setiap penelitian akan selalu dihadapkan pada objek penelitian baik yang berupa manusia, peristiwa maupun hal lainnya. Objek penelitian

merupakan kenyataan dimana suatu masalah timbul sehingga menjadi sumber rujukan utama untuk mendapatkan data. Keseluruhan karakteristik objek penelitian ini dinamakan populasi. Menurut Kuncoro (2003: 115) populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.

Sementara itu Uber Silalahi (2005:147) memberikan batasan secara lebih jelas mengenai populasi yaitu jumlah total dari seluruh unit atau elemen dimana penyidik tertarik. Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit yang darinya sampel dipilih. Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok orang, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa atau laporan yang semuanya memiliki ciri dan harus didefinisikan secara spesifik dan tidak secara mendua.

Berdasarkan pengertian di atas maka populasi pada penelitian ini adalah penduduk di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Bandung sebanyak 11.842 orang.

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari populasi dengan menggunakan cara-cara tertentu, untuk mendapatkan sampel yang representatif, maka harus diupayakan agar setiap subjek dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi unsur sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (1998:115) "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti untuk memperoleh data yang dapat mewakili populasi".

Populasi dalam penelitian ini tidak dapat semuanya diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya karena keterbatasan biaya, waktu dan tenaga yang tersedia. Maka itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut cukup mempresetasikan yang lainnya. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel.

Bila populasi besar, dari penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiono, 2006:73).

Maholtra (2006:364) berpendapat bahwa "sampel adalah sekelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi". Agar memperoleh sampel yang representatif dari populasi, maka setiap subjek dalam populasi diupayakan untuk memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n . Husain Umar (2003:141) mengemukakan bahwa untuk mengukur sampel, digunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidakeelitian karena kesalahan sampel yang ditolelir

Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$N= 11.842$$

$$e = 10\% = 0,1$$

$$\text{Maka } n = \frac{11.842}{1 + 11.842 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{11.842}{1 + 11.842 (0,01)}$$

$$n = \frac{8.014}{119,42} = 99,16 \approx 99$$

Berdasarkan perhitungan tersebut jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 99 responden. Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik. Agar sampel yang digunakan representatif, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang reponden. Berdasarkan teknik tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel atau sebagian elemen populasi untuk memahami karakteristik dari keseluruhan populasi. Sugiyono (2006:91) mengemukakan, bahwa teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel harus dilakukan

sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh, atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya (Suharsimi arikunto, 2002:111).

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah cluster sampling (sampel wilayah) karena populasinya berdasarkan wilayah tertentu, yang dalam hal ini adalah Kecamatan Sukasari Kelurahan Isola.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi literatur, yaitu studi kepustakaan dengan cara mengumpulkan data, mempelajari dan meneliti literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti oleh penulis.
2. Penelusuran internet yaitu dengan cara mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan variabel yang diteliti.
3. Kuesioner yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan data tentang variabel yang diteliti dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis dan dijawab secara tertulis pula dengan tujuan memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas yang tinggi (Mudrajat Kuncoro, 2003: 59).
4. Wawancara dalam hal ini dilakukan untuk memperoleh data populasi dan untuk memperoleh informasi dari responden.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting, hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliabel*.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang memiliki validitas rendah.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

(Suharsimi Arikunto, 2002:146)

Dimana :

r_1 = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X yang beskala ordinal

ΣY = jumlah skor dalam distribusi Y yang beskala ordinal

ΣX^2 = Jumlah kuadrat masing-masing skor X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat masing-masing skor X

n = Banyaknya responden

Melihat besarnya koefisien korelasi. Berikut ini adalah pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi :

Tabel 3.2
Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2005:183)

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa yaitu korelasi antar skor-skor tes yang divaliditaskan dengan tolak ukur yang seama. Selanjutnya perlu di uji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena kebetulan. Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n-2$$

Berikut adalah keputusan pengujian validitas instrumen :

1. Nilai t_{hitung} dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka instrumen dikatakan valid
3. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka instrumen dikatakan tidak valid.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Ungkapan yang mengatakan bahwa instrumen harus reliabel sebenarnya mengandung arti bahwa instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkap data yang bisa dipercaya. Apabila pengertian ini sudah tertangkap, maka akan tidak begitu menjumpai kesulitan dalam menentukan cara menguji reliabilitas instrumen (Arikunto, 2002:154-155).

Secara garis besar ada dua jenis reliabilitas, yaitu reliabilitas eksternal dan reliabilitas internal. Seperti halnya validitas, dua nama ini sebenarnya menunjuk pada cara-cara menguji tingkat reliabilitas. Jika ukuran atau kriteriumnya berada di luar instrumen maka dari hasil pengujian ini diperoleh reliabilitas eksternal. Sebaliknya jika perhitungan dilakukan berdasarkan data dari instrumen tersebut saja, akan menghasilkan reliabilitas internal (Arikunto, 2002:155).

Perhitungan uji reliabilitas instrument menggunakan rumus Alpha, adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

1. Menghitung harga varians tiap butir soal (σ_b^2)

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

2. Menghitung jumlah semua harga varians ($\sum \sigma_b^2$)
3. Menghitung varians total (σ_1^2)
4. Menghitung reliabilitas yang diteliti, dengan rumus :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan criteria sebagai berikut :

1. $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel
2. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel (Arikunto, 2002:160)

3.2.7 Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh diolah dengan kriteria sebagai berikut :

1. Setiap variabel yang dinilai oleh responden diklasifikasikan kedalam lima alternatif jawaban (skala likert) sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skor Alternatif Jawaban Pertanyaan

ALTERNATIF JAWABAN	SKOR				
	Sangat tinggi	Tinggi	Cukup tinggi	Kurang tinggi	Tidak tinggi
Signifikan	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

2. Pembobotan setiap jawaban menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban
3. Setiap peringkat jawaban mencerminkan penilaian responden terhadap pelaksanaan dimensi ekuitas merek yang meliputi *Brand awareness* (kesadaran merek), *Brand association* (asosiasi merek), *Perceived quality* (kesan kualitas), *Brand loyalty* (loyalitas merek).
4. Total skor = total variabel x skor jawaban
5. Tingkat kepentingan yang berkaitan dengan preferensi dimensi ekuitas merek yang meliputi *Brand awareness* (kesadaran merek), *Brand association* (asosiasi merek), *Perceived quality* (kesan kualitas), *Brand loyalty* (loyalitas merek) diambil berdasarkan frekuensi jawaban responden.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan mie instan berdasarkan tanggapan responden pelanggan indomie.

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X dan Y. dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan analisis data dilakukan melalui tahap sebagai berikut:

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah langkah sebagai berikut:

- Memberi skor pada tiap item
- Menjumlahkan skor pada setiap item
- Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

3. Analisis data

Kegiatan ini merupakan pengolahan data dengan menggunakan rumus rumus statistik kemudian menginterpretasikan data untuk memperoleh suatu kesimpulan.

3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiono (2005:188) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- 2) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,005 dengan derajat kebebasan (dk) $(n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

- $H_0 : \rho \leq 0$

Artinya tidak terdapat pengaruh antara ekuitas merek yang terdiri dari *Brand awareness* (kesadaran merek), *Brand association* (asosiasi merek), *Perceived quality* (kesan kualitas), *Brand loyalty* (loyalitas merek) terhadap loyalitas pelanggan indomie meliputi *Makes regular repeat purchased*, *Purchase across product line and service*, *Refers to others*, dan *Demonstrates an immunity to the full of the competition*.

- $H_0 : \rho \geq 0$
 - Artinya terdapat pengaruh antara ekuitas merek yang terdiri dari *Brand awareness* (kesadaran merek), *Brand association* (asosiasi merek), *Perceived quality* (kesan kualitas), *Brand loyalty* (loyalitas merek) terhadap loyalitas pelanggan indomie meliputi *Makes regular repeat purchased*, *Purchase across product line and service*, *Refers to others*, dan *Demonstrates an immunity to the full of the competition*.