

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian menurut Arikunto (2010, hlm.90) adalah “rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan”. Secara sederhana desain penelitian merupakan kerangka kerja tentang cara mengumpulkan dan mengolah data dalam penelitian yang dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian. Desain penelitian ini dibuat untuk memberikan gambaran mengenai kategori penelitian dan metode yang digunakan dalam penelitian.

Menurut Sugiono (2014, hlm.270) “Pada dasarnya metode penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti dalam mencapai pendekatan yang dituju dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiono (2014, hlm.53) “penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang sebagaimana adanya, tanpa membuat analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum”. Penelitian dengan metode deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran dari Preferensi Merek melalui dimensi preferensi merek yaitu kesukaan, pilihan, dan kepuasan. Juga untuk mendapatkan gambaran mengenai ekuitas merek melalui dimensinya yaitu kesadaran merek, kualitas yang dirasakan, asosiasi merek dan loyalitas merek.

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2014, hlm.54) “penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran data yang diperoleh dilapangan yang telah dikumpulkan”. Penelitian ini menguji hubungan antara preferensi merek (X) dengan ekuitas merek (Y). Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu metode deskriptif dan verifikatif maka metode yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *Explanatory Survey*, yang merupakan metode yang digunakan untuk populasi yang besar atau kecil melalui berbagai alat pengumpul data tujuannya

untuk mendapatkan data yang menjelaskan perbandingan antara variabel melalui pengajuan hipotesis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antar dua variabel yang diteliti yaitu preferensi merek sebagai variabel bebas dan ekuitas merek sebagai variabel terikat.

### **3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

Menurut Sugiyono (2014, hlm.61) “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen.

Menurut Sugiyono (2014, hlm.61) “variabel *independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependent* (terikat)”. Sedangkan variabel terikat menurut Sugiyono (2014, hlm.61) “ variabel *dependent* (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

#### **3.2.1 Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel merupakan proses mendefinisikan variabel sehingga menjadi faktor-faktor yang dapat dihitung, operasionalisasi variabel mendefinisikan variabel secara lebih jelas sehingga mempermudah pemahaman bagi pembaca hasil penelitian. Operasionalisasi variabel memudahkan penyusunan kuisisioner yang membutuhkan dimensi-dimensi dari variabel untuk memberikan gambaran mengenai masalah yang diteliti.

Operasionalisasi variabel yang digunakan adalah dua variabel yang terdiri dari preferensi merek sebagai variabel (X) dan ekuitas merek sebagai variabel (Y). Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan dalam tabel berikut ini

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Preferensi Merek <b>(X)</b> Tjiptono (2007, hlm.58)	Kesukaan	Kecenderungan konsumen lebih menyukai suatu merek dibandingkan merek lain	Tingkat kecintaan konsumen terhadap merek dibandingkan merek lain	Ordinal	1
			Tingkat kemauan konsumen memilih merek dibandingkan merek lain	Ordinal	2
			Tingkat kesukaan konsumen terhadap merek dibandingkan merek lain	Ordinal	3
	Pilihan	Pertimbangan konsumen untuk tidak memilih merek lain	Tingkat konsumen tidak mempertimbangkan merek lain	Ordinal	4
			Tingkat keengganan konsumen untuk memilih merek alternatif	Ordinal	5

(Lanjutan)			Tingkat keinginan konsumen untuk memilih merek dibandingkan merek lain	Ordinal	6
	Kepuasan	Kepuasan konsumen terhadap suatu merek	Tingkat keuntungan yang diperoleh konsumen dari merek	Ordinal	7
			Tingkat kesesuaian persepsi konsumen terhadap merek	Ordinal	8
			Tingkat kesenangan konsumen terhadap penggunaan merek	Ordinal	9
Ekuitas Merek (Y) Rangkuti (2008, hlm.39)	Kesadaran Merek (Brand Awareness)	Brand Recognition	Tingkat kesadaran minimal konsumen terhadap merek	Ordinal	10
		Brand Recall	Tingkat kesadaran konsumen mengenai merek merupakan bagian dari suatu kategori produk	Ordinal	11

(Dilanjutkan)

(Lanjutan)

		Top of Mind	Tingkan kesadaran terhadap keberadaan merek	Ordinal	12
Kesan Kualitas (Percieved Quality)	<i>Serviceability</i>	Tingkat kemudahan untuk mendapatkan layanan terkait produk	Ordinal	13	
	<i>Reliability</i>	Tingkat kinerja produk		14	
	<i>Features</i>	Tingkat kelengkapan fitur pada produk	Ordinal	15	
	<i>Performance</i>	Tingkat performa produk	Ordinal	16	
	<i>Comformance with Spesification</i>	Tingkat kesempurnaan produk dan kesesuaian produk dengan standar	Ordinal	17	
	<i>Durability</i>	Tingkat ketahanan produk	Ordinal	18	
	<i>Fit and Finish</i>	Tingkat kualitas packaging produk	Ordinal	19	
				(Dilanjutkan)	

(Lanjutan)

(Lanjutan)	Asosiasi Merek (Brand Association)	Harga	Tingkat harga produk	Ordinal	20
		Kepribadian produk	Tingkat kepribadian produk	Ordinal	21
		Atribut Produk	Tingkat atribut produk	Ordinal	22
		Kelebihan produk	Tingkat kelebihan produk dibandingkan dengan merek lain	Ordinal	23
		Persepsi Konsumen	Tingkat persepsi konsumen mengenai merek	Ordinal	24
		Ketertarikan terhadap merek	Tingkat ketertarikan terhadap merek	Ordinal	25
	Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> )	Kepuasan terhadap merek	Tingkat Kepuasan terhadap merek	Ordinal	26
		Kebiasaan	Tingkat kebiasaan menggunakan merek	Ordinal	27
		Kesediaan	Tingkat kesediaan konsumen beralih merek	Ordinal	28
		Minat beli ulang	Tingkat pembelian ulang	Ordinal	(Dilanjutkan)

### 3.3 Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini merupakan responden yang dipilih oleh penulis menjadi responden dalam penelitian. Kriteria responden untuk penelitian ini adalah mahasiswa pengguna atau memiliki laptop merek Lenovo.

Mahasiswa yang memenuhi kriteria tersebut dapat menjadi responden dalam penelitian ini, dari kriteria tersebut maka penulis dapat memperoleh data dan meneliti mengenai bagaimana ekuitas merek laptop Lenovo pada mahasiswa sebagai dampak dari pemilihan merek laptop yang paling disukai dibandingkan merek-merek lain (preferensi merek).

Berdasarkan kriteria yang telah dipaparkan, maka subjek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Kota Bandung, alasan pemilihan mahasiswa sebagai subjek penelitian karena mahasiswa merupakan salah satu pengguna aktif atau banyak menggunakan laptop dalam kesehariannya dan Universitas Pendidikan Indonesia merupakan salah satu universitas besar di kota Bandung, terhitung sampai tahun 2016 UPI memiliki jumlah mahasiswa aktif sebanyak 36.000 orang.

### 3.4 Populasi dan Sample

Menurut Sugiyono (2014, hlm.80) “populasi adalah wilayah generalisasi, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Berdasarkan pengertian populasi tersebut, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Kota Bandung.

Jumlah populasi diambil dari jumlah mahasiswa yang menggunakan laptop dengan merek Lenovo , pada penelitian ini jumlah mahasiswa Universitas pendidikan Indonesia Kota Bandung yang menggunakan laptop dengan merek Lenovo tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan rumus *Lameshow* untuk populasi yang tidak diketahui.

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Lemeshow (1990, hlm.25)

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$Z$  = skor  $Z$  pada kepercayaan 95% = 1,96

$P$  = maksimal estimasi = 0,5

$d$  = alpha (0,1) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus *Lameshow* maka dapat diukur besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$n = 96,04$

$n = 100$  (pembulatan)

Berdasarkan perhitungan di atas dengan menggunakan rumus *Lameshow* maka jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 orang. Sehingga dalam penelitian ini sampel yang akan diambil berjumlah 100 orang.

### **3.5 Instrumen Penelitian**

Terdapat beberapa jenis instrumen penelitian mencakup jenis dan sumber data yang diperlukan dalaman penelitian serta teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa kuisisioner.

#### **3.5.1 Teknik Pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini. Adapun teknik-teknik tersebut diantaranya:

1. Kuesioner

Menyebarkan form yang berisikan pertanyaan mengenai hal hal yang berhubungan dengan dengan variabel-variabel yang diteliti yaitu Preferensi Merek dan Ekuitas Merek, baik secara online atau form langsung.

## 2. Observasi

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati untuk memperoleh gambaran secara umum tentang objek yang diteliti.

## 3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah cara sistematis dan ilmiah untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan melalui media internet, jurnal ilmiah, E-Book, buku referensi, artikel, majalah yang terkait dengan kebutuhan penelitian. Studi kepustakaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Studi Literatur, dengan membaca buku referensi, E-Book, Jurnal, artikel yang berhubungan Preferensi Merek dan Ekuitas Merek
- 2) Studi Dokumentasi, dengan pengumpulan data dan dokumentasi dan informasi yang berkaitan dengan variabel yang diteliti atau rekomendasi yang disampaikan orang lain mengenai Merek *Laptop* Lenovo.

### 3.5.2 Jenis dan Sumber Instrumen

Terdapat dua jenis sumber data menurut Arikunto (2010, hlm.172) yaitu, data primer dan data sekunder yang juga digunakan dalam penelitian ini.

#### 1. Data Primer

Merupakan data yang diambil dari hasil kusioner dengan responden mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Kota Bandung.

#### 2. Data sekunder

Merupakan data yang sumbernya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tapi memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan studi literatur, buku referensi, jurnal, artikel, informasi di internet serta segala yang berkaitan sebagai penunjang dalam penulisan yang dilakukan.

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Data**

No	Tujuan Penelitian	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	Mengetahui gambaran mengenai Prefrensi Merek laptop Lenovo	Pra penelitian mengenai urutan merek laptop yang paling disukai - paling tidak disukai laptop responden	Primer	Pra penelitian
		Indonesia WOW Brand	Sekunder	www.indonesiawowbrand.com
		Pra survei mengenai prefrensi merek laptop Lenovo	Primer	Kuisisioner pra survei
		Kuisisioner	Primer	Kuisisioner penelitian
2	Mengetahui bagaimana gambaran mengenai Ekuitas Merek laptop Lenovo	Top Brand kategori	Sekunder	www.topbrand-award.com
		Notebook/Laptop Indonesia Best Brand Index 2015	Sekunder	Majalah SWA edisi 20/2015
		Pra survei mengenai Ekuitas Merek laptop Lenovo	Primer	Kuisisioner pra survei
		Kuisisioner	Primer	Kuisisioner penelitian
3	Mengetahui seberapa besar pengaruh Preferensi Merek terhadap	Pra Survei mengenai pengaruh prefrensi Merek terhadap Ekuitas Merek laptop Lenovo	Primer	Kuisisioner pra survei

(Dilanjutkan)

(Lanjutan)

	Ekuitas Merek laptop Lenovo	Kuisisioner mengenai pengaruh Preferensi Merek terhadap Ekuitas Merek laptop Lenovo	Primer	Kuisisioner penelitian
--	-----------------------------	---	--------	------------------------

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

### 3.5.3 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi secara sistematis dan objektif untuk tujuan memecahkan masalah dalam sebuah penelitian. Agar dapat mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti penulis harus mampu menyusun instrumen penelitian, berdasarkan jenisnya uji instrumen penelitian terdiri dari dua jenis yaitu, uji validitas dan uji reliabilitas.

#### 3.5.3.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh *Pearson* sebagai berikut:

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

Arikunto (2010, hlm.213)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam jumlah Y

$\sum X^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas adalah menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ ).

### 3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas tahap selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Karena sebuah instrumen selain valid juga harus bersifat dapat dipercaya (*reliable*). Menurut Arikunto (2010, hlm.221) menyatakan “Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik”. Untuk menguji tingkat reliabilitas, dalam penelitian ini digunakan rumus *Cronbach Alpha's*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Arikunto (2010, hlm.239)

Keterangan:

- $r_{11}$  = Reliabilitas instrumen  
 $k$  = Banyaknya butir pertanyaan  
 $\sigma t^2$  = Varians total  
 $\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Memberikan nomor pada angket yang masuk
  - b) Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 Skala Likert
  - c) Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
  - d) Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
  - e) Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya
2. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item  $\sum \sigma_b^2$ , langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total ( $\sigma^2$ ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Arikunto (2010, hlm.239)

Keterangan:

$\sigma^2$  = Varians

$\sum X^2$  = Jumlah skor

N = Jumlah responden

3. Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:
  1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
  2. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

### 3.6 Prosedur Penelitian

Menurut Arikunto (2010, hlm.278) secara garis besar, prosedur penelitian meliputi tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian sebagai berikut :

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang dikumpul kembali setelah diisi oleh responden seperti mengecek kelengkapan data artinya memeriksa ini instrumen pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembar instrumen barangkali ada yang lepas atau sobek).
2. *Coding*, yaitu pemberian skor atau kode untuk setiap pilihan dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam angket menggunakan skala likert kategori lima. Skor atau bobot untuk jawaban positif diberi skor 5-4-3-2-1, sedangkan untuk jawaban negatif diberi skor 1-2-3-4-5.

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Bobot Nilai Alternatif**

Pilihan Jawaban	Bobot Pertanyaan
Sangat setuju / sangat sesuai / sangat baik / sangat tinggi / sangat menarik	5
Setuju / sesuai / baik / tinggi / menarik	4
Ragu-ragu / cukup sesuai / cukup baik / cukup tinggi / cukup menarik	3
Tidak setuju / tidak sesuai / buruk / rendah / tidak menarik	2
Sangat tidak setuju / sangat tidak sesuai / sangat buruk / sangat rendah / sangat tidak menarik	1

*Sumber : Arikunto (2010, hlm.278)*

3. *Tabulating*, maksudnya menghitung hasil skoring dan dituangkan dalam tabel rekapitulasi secara lengkap.

**Tabel 3.4**

Responden	Skor Item			
	1	2	3	N
1				
2				
3				
N				

## Rekapitulasi Pengolahan Data

*Sumber : Arikunto (2010, hlm.278)*

Setelah menentukan langkah-langkah yang digunakan dalam melakukan penelitian. Selanjutnya penulis harus melakukan analisis terhadap data yang sudah dikumpulkan. Perlu digunakan teknik analisis yang tepat untuk mencapai tujuan penelitian, berikut akan dipaparkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara yang digunakan untuk mengukur, mengolah dan menganalisis untuk menguji hipotesis. Penulis menggunakan dua teknik analisis data yaitu analisis data deskriptif dan verifikatif.

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan variabel dalam bentuk informasi yang lebih mudah untuk dipahami, menggambarkan penyebab dari variabel, analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis deskriptif tentang Preferensi merek.
2. Analisis deskriptif tentang Ekuitas Merek *Laptop* Lenovo.

Berikut adalah langkah-langkah untuk menggambarkan skor serta kedudukan variabel X dan Y :

- a. Menentukan jumlah skor kriterium (SK), menggunakan rumus :

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan :

SK = Skor Kriterium

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Bulir

JR = Jumlah Responden

- b. Membandingkan jumlah skor hasil kuisioner dengan jumlah skor keriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuisioner menggunakan rumus:

$$\sum x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n$$

Keterangan :

$x_i$  = Jumlah skor

$x_1 + x_2$  = Jumlah skor angket masing masing responden

- c. Membuat daerah kategori kontinum, untuk melihat bagaimana gambaran tentang variabel secara keseluruhan dari responden maka penelitian membagi daerah kategori menjadi tiga tingkatan yaitu rendah, sedang dan tinggi dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a) Kontinum tinggi, dihitung dengan rumus:

$$\mathbf{SK = ST \times JB \times JR}$$

- b) Kontinum sedang, dihitung dengan rumus:

$$\mathbf{SK = SS \times JB \times JR}$$

- c) Kontinum Rendah, dihitung dengan rumus:

$$\mathbf{SK = SR \times JB \times JR}$$

Keterangan :

ST = Skor Tertinggi

SS = Skor Sedang

SR = Skor Terendah

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden

- d. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan dengan menggunakan rumus :

$$\mathbf{R = \frac{skor\ kontinum\ tinggi - skor\ kontinum\ rendah}{5}}$$

- e. Menentukan garis kontinu dan daerah letak skor untuk variabel X Preferensi Merek dan variabel Y Ekuitas Merek.

<b>Sangat Rendah</b>	<b>Rendah</b>	<b>Sedang</b>	<b>Tinggi</b>	<b>Sangat Tinggi</b>
----------------------	---------------	---------------	---------------	----------------------

**Gambar 3.1**  
**Garis Kontinum Variabel X dan Y**

### 3.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dan mengetahui dan jungan mengetahui pengaruh variabel Preferensi Merek terhadap Ekuitas Merek *Laptop* Lenovo pada mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut adalah langkah-langkah dalam analisis verifikatif :

#### 1. Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) Ekuitas Merek yang diprediksikan melalui variabel independen (X) Preferensi Merek atau prediktor secara individual. Maksud dari teknik analisis ini juga dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen ataupun sebaliknya. Menurut Sugiyono (2011, hlm.270) “regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan

pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dihitung dengan rumus :

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

Sedangkan harga b dihitung dengan rumus :

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

Setelah harga a dan b ditemukan, maka persamaan regresi linier sederhana dapat disusun. Persamaan regresi yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi (ramalan).

## 2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearsonian Coefficient Correlation* atau sering juga disebut dengan *The Product Moment Coefficient Correlation* (koefisien korelasi produk moment). Rumusnya adalah :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Arikunto (2010, hlm.213)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Korelasi produk momen dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga (-1 < r < 1), apabila r = -1 artinya korelasinya negative sempurna; r = 0 tidak ada korelasi; r = 1 berarti koefisien korelasinya sangat kuat.

### 3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi juga merupakan alat statistik untuk mengetahui besarnya hubungan persen dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian maka berlaku juga rumus sebagai berikut:

$$(KD) = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinan

$r^2$  = Koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi ini memiliki asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$ , nilai  $r^2$  yang rendah menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Semakin besar atau mendekati 1 (satu), maka mengindikasikan variabel independen semakin mampu menjelaskan variabel dependennya.

### 3.7.3 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012, hlm. 184) uji hipotesis merupakan langkah terakhir dari analisis data dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang pada akhirnya akan diambil suatu kesimpulan penerimaan atau penolakan dari hipotesis yaitu uji signifikan koefisien korelasi (uji t-statistik) untuk menguji hipotesis parsial yang tersirat dari hipotesis penelitian. Maka dalam penelitian ini akan dianalisis pengaruh Preferensi Merek

dan Ekuitas Merek yang pada akhirnya akan diambil kesimpulan penerimaan atau penolakan dari hipotesis yang dirumuskan.

Untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y secara parsial digunakan uji t. Uji hipotesis penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , dengan rumus  $t_{hitung}$  seperti yang terdapat dalam persamaan berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$t$  = Distribusi statistik dengan derajat kebebasan (dk) =  $n-3$

$r$  = Koefisien korelasi product moment

$n$  = Banyaknya data/sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2012, hlm. 188) ialah :

- a. Jika  $t_{hitung} >$  nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- b. Jika  $t_{hitung} \leq$  nilai  $t_{tabel}$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Secara statistik, pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari dahulu nilai  $t_{hitung}$  dan dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ , dengan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$  atau  $\alpha = 0,05$  dengan derajat kebebasan dk ( $n-2$ ) serta uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : r \leq 0$  , tidak terdapat pengaruh dari Preferensi Merek terhadap Ekuitas Merek

$H_0 : r > 0$  , terdapat pengaruh dari Preferensi Merek terhadap Ekuitas Merek.

### 3.8 Analisis Data

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai hasil dari analisis yang telah dilakukan terhadap data melalui analisis dari beberapa pembobotan kuesioner .

tujuan dari analisis data sendiri adalah untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas dari masing-masing item pertanyaan yang nantinya akan diberikan kepada responden sebagai acuan signifikansi variabel. Masing-masing item pertanyaan akan diukur dan akan dilakukan perhitungan menggunakan bantuan program SPSS 23.0 *for windows* untuk mempermudah dalam pengujian validitas dan reliabilitas instrumen. Berikut merupakan hasil dari uji validitas dan reliabilitas instrumen.

### **3.8.1 Hasil Uji Validitas**

Untuk menguji apakah setiap item instrumen yang digunakan berlaku atau valid perlu dilakukan uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 23.0 *for windows*. Sementara teknik yang digunakan dalam menghitung validitas yaitu teknik korelasi biasa, dimana korelasi antar skor.

Menurut Sugiyono (2012, hlm.184) langkah selanjutnya yang perlu diuji, apakah koefisien validitas tersebut signifikan atau tidak terhadap skor tolak ukur. Skor tersebut dapat dilihat dari nilai *r*-hitung yang telah diolah menggunakan SPSS 23.0 *for windows*. Pada penelitian ini akan dipaparkan hasil dari uji validitas pada dua variabel yang akan diteliti. Dengan jumlah pertanyaan yang berbeda-beda pada setiap variabel, jumlah keseluruhan pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebanyak 29 item. Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan (*df*)  $n-2(30-2=28)$  sehingga diperoleh *r* tabel sebesar 0,374 dengan menggunakan rumus dan langkah tersebut diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut.

#### **3.8.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Merek**

Pada bagian ini akan dijelaskan tabel hasil uji validitas variabel X yaitu preferensi merek yang terdiri dari 9 pertanyaan. tabel tersebut memaparkan nilai *r*-hitung dari masing – masing item pertanyaan yang diolah dari kuesioner yang telah diberikan kepada masing – masing responden. Nilai dari *r*-hitung tersebut kemudian akan dibandingkan dengan nilai *r*-tabel yang memiliki nilai sebesar 0,374 untuk diketahui validitas dari masing – masing item pertanyaan yang

diberikan. Berikut Tabel 3.5 yang berisi Hasil uji validitas pada variabel X yaitu preferensi merek

**Tabel 3.5**  
**Variabel X (Ekuitas Merek)**

No	Pertanyaan	rHitung	rTabel	Keterangan
1.	Saya mencintai merek laptop Lenovo dibandingkan merek lain	0,657	0,374	Valid
2.	Saya mau memilih laptop dengan merek Lenovo dibandingkan merek laptop lain	0,589	0,374	Valid
3.	Saya lebih menyukai laptop dengan merek Lenovo dibandingkan merek laptop lain	0,530	0,374	Valid
4. (lanjutan)	Saya tidak mempertimbangkan merek laptop lain	0,628	0,374	Valid
5.	Saya enggan memilih merek laptop lain sebagai alternatif	0,696	0,374	(Dilanjutkan) Valid
6.	Saya lebih memilih merek laptop Lenovo dibandingkan merek lain	0,683	0,374	Valid
7.	Laptop merek Lenovo memberikan saya keuntungan	0,682	0,374	Valid
8.	Laptop merek Lenovo sesuai dengan persepsi saya	0,619	0,374	Valid
9.	Saya merasa senang menggunakan laptop merek Lenovo	0,612	0,374	(Dilanjutkan) Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016 dengan IBM SPSS Statistic 23.0

Berdasarkan hasil dari uji validitas terhadap variabel X (Preferensi Merek) yang terdapat Tabel 3.5 dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan, yang terdiri dari 9 item dinyatakan valid karena setiap pertanyaan memiliki  $r$  hitung  $\geq r$  Tabel. Maka dari itu setiap item pertanyaan yang terdapat dalam Tabel 3.5 dapat digunakan sebagai alat ukur variabel yang dapat diteliti.

### 3.8.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek

Berikut merupakan tabel hasil uji validitas variabel Y yaitu ekuitas merek yang terdiri dari 20 pertanyaan dengan nilai  $r$  tabel sebesar 0,374.

**Tabel 3.6**  
**Variabel Y (Ekuitas Merek)**

No	Pertanyaan	rHitung	rTabel	Keterangan
----	------------	---------	--------	------------

1.	Saya dapat mengenali merek laptop Lenovo diantara merek laptop lain	0,648	0,374	Valid
2.	Saya mengetahui bahwa Lenovo merupakan salah satu merek dari produk Laptop	0,667	0,374	Valid
3.	Ketika disebutkan laptop, merek Lenovo yang pertama kali ada di dalam benak saya	0,608	0,374	Valid
4.	<i>Service center</i> laptop merek Lenovo banyak dan mudah di ditemukan dimana-mana	0,565	0,374	Valid
5.	Menurut saya laptop merek Lenovo memiliki kinerja yang baik	0,595	0,374	Valid
6.	Fitur yang ada dalam laptop merek Lenovo sangat lengkap	0,656	0,374	Valid
7.	Laptop merek Lenovo memiliki performa yang baik	0,615	0,374	Valid
8.	Laptop merek lenovo yang dimiliki sempurna (tidak ada cacat pada produk) dan sesuai dengan standar	0,424	0,374	Valid
9.	Laptop merek Lenovo tidak mudah rusak	0,604	0,374	Valid
10.	Packing laptop merek Lenovo sempurna (tidak ada cacat pada kemasan)	0,640	0,374	Valid
11.	Harga laptop merek Lenovo terjangkau	0,663	0,374	Valid
12.	Laptop merek Lenovo memiliki kepribadian produk yang sesuai dengan keinginan saya	0,592	0,374	Valid
13.	Atribut yang dimiliki laptop merek Lenovo sesuai dengan keinginan saya	0,635	0,374	Valid
14.	Laptop merek Lenovo memiliki kelebihan dibanding merek laptop lain	0,511	0,374	Valid
15.	Persepsi saya terhadap laptop merek Lenovo baik	0,678	0,374	Valid
16.	Saya tertarik terhadap laptop merek Lenovo	0,705	0,374	Valid
17.	Saya puas terhadap merek laptop Lenovo	0,564	0,374	Valid
18.	Saya terbiasa menggunakan laptop dengan merek Lenovo	0,736	0,374	Valid
19.	Saya tidak bersedia beralih menggunakan merek laptop selain merek Lenovo	0,564	0,374	Valid
20.	Saya akan memilih merek laptop Lenovo kembali dikemudian hari	0,736	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016 dengan SPSS 23.0

Berdasarkan hasil dari uji validitas terhadap variabel Y (Ekuitas Merek) yang terdapat Tabel 3.6 dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan, yang terdiri dari 20 item dinyatakan valid karena setiap pertanyaan memiliki  $r$  hitung  $\geq$   $r$  tabel. Maka dari itu setiap item pertanyaan yang terdapat dalam Tabel 3.6 dapat digunakan sebagai alat ukur variabel yang dapat diteliti.

### 3.8.2 Hasil Uji Reliabilitas

Perhitungan reliabilitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 23.0 for windows. Perhitungan reabilitas item instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 17.0 for windows. Pengujian reabilitas ini menggunakan rumus dan langkah yang sama, dengan hasil yang tercantum pada Tabel 3.7 berikut :

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

**Variabel X (Preferensi Merek) dan Variabel Y (Ekuitas Merek)**

Variabel	Cronbach Alpha ( $r_{hitung}$ )	Cronbach's Alpha Based on Standarized ( $r_{tabel}$ )	Keterangan
Preferensi Merek	0,755	0,700	Reliabel
Ekuitas Merek	0,753	0,700	Reliabel

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016 dengan SPSS 23.0*

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada Tabel 3.7 maka dapat disimpulkan bahwa setiap variable X dan Y adalah reliabel. Hal ini dikarenakan setiap variabel penelitian memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dapat dilanjutkan dan tidak ada sesuatu hal yang dapat menjadi kendala terjadinya kegagalan penelitian dikarenakan oleh instrument penelitian yang belum teruji tingkat kevalidan dan kereliabilitasnya.

