

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti harus memiliki langkah atau metode bagaimana penelitian akan dilakukan. Tujuannya untuk menggambarkan data yang didapat seperti apa dan hasil dari lapangan yang akan diolah agar sesuai antara hasil dengan hipotesis yang sudah dibentuk sebelumnya. Peneliti memakai pendekatan atau metode kuantitatif dengan metode survey. Dalam hal ini pendekatan kuantitatif menggunakan nuansa angka – angka sesuai dengan teknik pengumpulan data di lapangan (Ardianto 2011, hlm.47).

Menurut Sugiyono, mengatakan metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai langkah penelitian yang didasari pada filsafat positivisme, dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengambilan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik atau kuantitatif, tujuannya untuk memeriksa hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2013, hlm.14).

Sementara itu, metode survey digunakan untuk memudahkan peneliti mendapatkan hasil penelitian dengan terjun langsung ke lapangan, agar mendapatkan hasil data dari tempat yang menjadi objek penelitian sesuai dengan instrumen yang telah dibuat, selain itu peneliti melakukan perluasan dalam pengumpulan data, misalya dengan menyebarkan kuisisioner, menguji, wawancara terstruktur dan lain-lain (Sugiyonno 2013, hlm.12). Metode tersebut dipakai untuk mencari jawaban dari hubungan kausal (sebab – akibat) antara variabel X dan variabel Y, dimana korelasi tersebut bisa berupa positif maupun negatif tergantung seberapa erat kaitannya antara petunjuk tersebut. Penelitian ini akan mencari pengaruh variabel independen yaitu *personal branding* pada variabel dependen yakni *brand image*.

3.2 Partisipan Penelitian

Penelitian *personal branding* yang dilakukan oleh peneliti, partisipan penelitiannya adalah pembeli atau pernah mencoba produk Bandung Makuta Cake

yang berusia diatas 17 tahun. Pemilihan usia tersebut dikarenakan pembeli Bandung Makuta Cake berasal dari beragam usia baik kalangan remaja, dewasa

dan lanjut usia dan 17 tahun merupakan usia dimana manusia sudah mampu memilih sesuai dengan keinginan. Adapun penentuan partisipan yang dipilih ini dikarenakan untuk memudahkan peneliti untuk memperoleh hasil data yang valid sesuai dengan tujuan peneliti.

Untuk mencari data penelitian, peneliti menentukan lokasi yang dipilih adalah Kota Bandung, karena kota Bandung merupakan tempat asal Bandung Makuta Cake berada dan Bandung merupakan Kota kelahiran Laudya Chintya Bella sebagai pemilik Bandung Makuta Cake. Meskipun sudah banyak jasa titip namun masyarakat banyak di dalam maupun luar kota memilih datang langsung ke toko Bandung Makuta Cake.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Generalisasi merupakan wilayah populasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang dimana kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya dan dipelajari . (Sugiyono 2013, hlm.117). Populasi dari penelitian ini merupakan pembeli Bandung Makuta Cake di Kota Bandung. Peneliti menggunakan konsumen atau pembeli Bandung Makuta Cake sebagai populasi karena, pembeli adalah salah satu faktor terpenting dalam usaha, lalu kita bisa mengetahui review dari suatu produk dari pembeli sebelumnya baik ulasan positif maupun negatif. Dan penerapan pembeli sebagai populasi adalah karena peneliti dapat mengetahui ulasan Bandung Makuta Cake.

3.3.2 Sampel

Jumlah dan karakteristik merupakan bagian dari sample yang dimiliki oleh populasi (sugiyono 2013, hlm.118). peneliti bisa menggunakan sampel dari sebagian populasi berdasarkan sampling di diterapkan dalam penelitian. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian untuk menentukan sampel tersebut (Sugiyono 2013. hlm.118).

stratified random sampling digunakan dalam penelitian untuk pencarian sampel yaitu cara mengambil sampel dengan memperhatikan strata (tingkatan) di dalam populasi. Dalam *stratified* data sebelumnya dikelompokkan ke dalam

beberapa tingkatan, seperti : tingkatan tinggi, tingkatan rendah, tinfkatan sedang/baik, sampel diambil dari setiap tingkatan jenjang pendidikan (Sugiyono 2013, hlm.124). Pembeli Bandung Makuta Cake yang berdomisili di Kota Bandung dan berusia diatas 17 tahun merupakan kriteria dari pertimbangan ini

Dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlah populasinya, karena didalam dunia wirausaha setiap hari, bulan, dan tahunnya jumlah pembeli Bandung Makuta Cake tentunya selalu berubah – ubah seperti pasang surutnya air laut yang tidak menentu.

Ridwan mengatakan bahwa “teknik pengambilan sampel jika populasinya tidak sesuai atau belum ditemukan hasil akhir secara pasti, maka digunakan teknik sampling untuk membantu peneliti dalam memudahkan mencari hasil penelitian. Berdasarkan sampling kemudahan menurut Ridwan 2004, peneliti dalam mengolah data dilakukan dengan cara membagi lebih spesifik atau menyaring data kuisisioner yang telah dilakukan peneliti, apabila partisipan tersebut diketahui” (Ridwan 2004, hlm.66). Berdasarkan hal itu, penggunaan rumus yang dipakai untuk menentukan sampel apabila populasinya tidak diketahui secara pasti menggunakan rumus *Unknown Populations*:

$$n = \left[\frac{Z_a/2\sigma}{e} \right]^2$$

Penjelasan:

n : Jumlah Sampel

Z_a : Ukuran tingkat kepercayaan $a = 0,05$ (tingkat kepercayaan 95% berarti $Z_{0,05} = 1,96$)

σ : Standar Deviasi

e : Standar *error* atau kesalahan yang dapat di toleransi (5% = 0,05)

Perhitungan:

$$n = \left[\frac{Z_a/2\sigma}{e} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan sampel oleh peneliti bahwa tingkat kepercayaan 95% menunjukkan sampel random berukuran 96,04. Dari hasil tersebut maka untuk memudahkan proses penghitungan, peneliti membulatkan hasil jumlah sampel sehingga menjadi 100 orang dengan memberikan selisih penentuan kurang dari 0,05%

3.4 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian terdapat tiga jenis teknik pengumpulan data menurut Ardianto (2011, hlm.162-167), ada angket, wawancara, dan dokumentasi. Adapun penggunaan yang dipakai oleh peneliti dalam teknik pengumpulan data yang utama dan dipakai adalah angket, sedangkan untuk wawancara dan dokumentasi digunakan sebagai teknik penunjang penelitian.

Peneliti menggunakan Angket atau kuisisioner dalam proses pengumpulan data. Pertama daftar pertanyaan disusun secara sistematis, dimana nanti akan diisi oleh responden. Angket atau kuisisioner dalam penelitian ini menjawab tiga hal rumusan penelitian ini. Dalam angket yang diberikan pada responden terdapat sebanyak 34 pertanyaan yang harus di isi dengan memberi poin 1 sampai 5.

Dalam instrumen penelitian ini penggunaan angket atau kuisisioner dilakukan agar mempermudah peneliti dalam melengkapi data – data yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Angket atau kuisisioner adalah daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, dimana nanti akan diisi oleh responden. Setelah kuisisioner yang diberikan oleh peneliti di isi, angket dikembalikan kepada peneliti agar data yang telah diisi dapat diolah oleh peneliti. Angket memiliki tiga jenis yakni angket tak langsung terbuka, angket tak langsung tertutup, dan angket langsung tertutup. Angket langsung tertutup adalah angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekan data tentang keadaan yang dialami oleh calon responden (Ardianto 2011, hlm. 162).

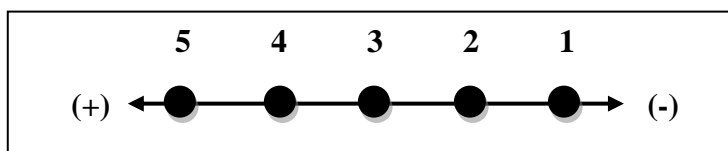
Angket atau kuisisioner yang dipakai oleh penelitian ini adalah kuisisioner tertutup yang berarti isinya terdapat pertanyaan – pertanyaan dimana disertai pilihan jawaban yang telah disediakan. Skala numerikal digunakan oleh peneliti pada penelitian ini. Pengertian dari skala numerikal (*numerical scale*) sama dengan skala diferensial sematic, perbedaannya hanya dalam hal nomor pada skala titik 5 atau lebih titik yang telah disediakan untuk di isi, dengan kata sifat berujung dua pada kedua kutub keduanya. Hal ini merupakan skala interval, skala interval tidak hanya peringkat, tetapi juga memberi kita informasi mengenai besarnya perbedaan variabel (sekaran 2006, hlm.132).

Skala numerical tersebut dapat ditemukan dalam berbagai kumber diantaranya dalam buku simamora (2004) yang disebut sebagai skala semantic differensial. Menurut Simamora menyebutkan bahwa dalam penggunaan skala diferensial sematic terdapat beberapa ketentuan yang penting diperhatikan, diantaranya:

1. Orientasi kutub kiri dan kanan dibuat berbeda-beda. Yang dimana pada kutub yang sama tidak dibuat orientasi yang sama , misalnya kutub kanan melalui positif dan kutub kiri melalui negatif.
2. Dibuat ganjil pada jumlah skalanya, misalnya 3, 5, 7, 9 dan seterusnya. Dalam hal ini tidak ada ketentuan khusus jumlah skala yang digunakan. Namun, ada hal yang perlu di perhatikan saat nomor skala lebih banyak artinya jawaban responden akan lebih spesifik tapi sisi negatifnya responden akan kesulitan untuk menentukan pilihannya karena terlalu banyak pilihan.

Berikut ini adalah contoh jawaban kuisioner dengan menggunakan skala numerik dengan skala numerical 5 poin :

Tabel 3.1
Jawaban Skala Numerik



Hasil nilai yang diperoleh dari kuisioner jawaban responden dapat dijabarkan pada tabel berikut 3.2

Tabel 3.2
Alternatif Jawaban Skala Numerikal

	Nilai	Alternatif Jawaban
Positif ↑ ↓ Negatif	5	Sangat setuju, sangat jelas, sangat lengkap, mudah dipahami, sangat tepat, sangat menarik
	4	Setuju, jelas, lengkap, dipahami, tepat, menarik
	3	Cukup setuju, cukup jelas, cukup lengkap, cukup dipahami, cukup tepat, cukup menarik
	2	Tidak setuju, tidak jelas, tidak lengkap, tidak dipahami, tidak tepat, tidak menarik
	1	Sangat tidak setuju, sangat tidak jelas, sangat tidak lengkap, sangat tidak dipahami, sangat tidak tepat, sangat tidak menarik

Sumber: Modifikasi dari pedoman konfigurasi skala (Malhotra dalam putri 2013, hlm. 11).

3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel digunakan untuk menjadi landasan dari pertanyaan – pertanyaan yang akan digunakan untuk mencari data. Tahap ini penting dilakukan seperti yang disebutkan oleh Kusnendi (2008, hlm. 93) menjelaskan bahwa, “Tahap ini dalam proses penelitian kuantitatif berguna sebagai mata rantai (link) yang menyatukan antara pola pikir induktif ke arah pola pikir deduktif. Melalui operasionalisasi variabel, hipotesis penelitian diubah menjadi data”.

Dalam penelitian ini *personal branding* sebagai variabel independen (variabel X) yang meliputi *Personal Branding*, lalu *Brand Image* sebagai variabel dependen (variabel Y), agar mudah untuk dipahami penjelasan variabel di hadirkan pada tabel Operasionalisasi Variabel 3.3.

Tabel 3.3
Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel / Sub Variabel	Konsep variabel dan sub variabel	indikator	ukuran	skala
<i>Personal Branding</i> (X)	personal branding merupakan proses membentuk persepsi konsumen atau orang lain menggunakan aspek – aspek yang dimiliki seseorang. Aspek tersebut dapat berupa nilai – nilai pada diri atau kemampuan yang dapat menjual maupun kepribadian seseorang dan dapat membentuk persepsi seseorang ataupun masyarakat luas yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran, Montoya (dalam Haroen, 2014).			
Kompetensi (X1)	Kompetensi atau kemampuan sangat dibutuhkan dalam	Keahlian atau kemampuan	Tingkat kemampuan atau keahlian yang dimiliki	Likert
		kualitas	Tingkat kualitas	Likert

	membangun sebuah personal branding, karena orang lain dapat melihat kemampuan yang dimiliki sebagai daya tarik dan tolak ukur seseorang. (McNally & Speak 2002, hlm.26)		kemampuan atau keahlian yang dimiliki	
Gaya (X2)	Style atau gaya merupakan aspek yang tak kalah penting karena dari penampilan dan cara pembawaan dapat membuat orang lain tertarik. (McNally & Speak 2002, hlm.26)	Kepribadian	Tingkat menarik perhatian orang lain menggunakan kepribadian	Likert
		Sikap	Tingkat mengelola sikap dengan orang lain	Likert
		Ciri Khas	Tingkat keunikan diri	Likert
Standar diri (X3)	Aspek standar sangat menopang ke dua aspek lainnya yaitu kompetensi dan	Citra	Tingkat kepercayaan dan pandangan orang lain	Likert

	<p>gaya, bagaimana menempatkan standar diri merupakan sesuatu yang sulit namun dapat efektif dalam membangun citra di mata orang lain (McNally & Speak 2002, hlm.26)</p>			
<i>Brand Image</i> (Y)	<p>Citra merek adalah dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Shimp (2003, hlm.12)</p>			
<i>Recognition</i>	<p>Recognition adalah tingkat dimana konsumen sudah mengenal lebih jauh dan mengingat, sehingga ingatan suatu brand dapat dengan mudah di ingat diluar kepala. Gary Hamel dan C.K Pralahad</p>	<i>Recognition</i>	<p>Tingkat recognition responden dengan Bandung Makuta Cake</p>	Likert

	(1994, hlm. 258)			
<i>Reputation</i>	<p>Reputation adalah kekuatan dari merek itu sendiri yang terbentuk oleh konsumen.</p> <p>Reputasi sebuah merek dipertaruhkan saat memiliki kesan yang buruk . Gary Hamel dan C.K Pralahad (1994, hlm.258)</p>	<i>Reputation</i>	Tingkat kepercayaan responden dengan Bandung Makuta Cake	Likert
<i>Affinity</i>	<p>Affinity yaitu terbentuknya hubungan emosional antara konsumen dengan merek sehingga tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek menjadi lebih tinggi.</p> <p>Gary Hamel dan C.K Pralahad (1994, hlm.258)</p>	<i>Affinity</i>	Tingkat kesukaan responden dengan Bandung Makuta Cake	Likert
<i>Domain</i>	Domain adalah	<i>Domain</i>	Tingkat seberapa	Likert

	<p>bagaimana suatu produk dapat dengan mudah ditemukan oleh konsumen.</p> <p>Tingkat jaringan atau jangkauan produk yang lebih luas akan memudahkan konsumen untuk memilihnya</p> <p>Gary Hamel dan C.K Pralahad (1994, hlm. 258)</p>		<p>besar skala yang dapat dijangkau Bandung Makuta Cake</p>	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------	--

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian

Untuk menguji kualitas instrumen digunakanlah pengujian instrumen penelitian, hal ini bertujuan untuk melihat apakah instrumen yang dimiliki baik atau tidak dapat dipakai dan tidak sesuai dengan penelitian. Data yang terkumpul nanti dari kuisioner yang dimiliki kemudian dianalisis melalui dua uji yaitu uji validitas dan uji reabilitas yang memiliki tujuan untuk mengetahui item pertanyaan yang dimiliki apakah bisa digunakan untuk perhitungan atau tidak.

3.6.1 Uji Validitas

Tingkat keabsahan suatu instrument diukur melalui uji validitas. Menurut Sugiyono, (2012, hlm.267) dalam penelitian kuantitatif, reliabelnya data, dan validnya data menjadi nilai utama untuk melanjutkan pada proses perhitungan. Validitas adalah tingkat keterkaitan antara pertanyaan data yang telah diperoleh dengan objek yang akan diteliti. Demikian data yang dapat di

bilang valid adalah data yang memiliki keterikatan dan hubungan antara data yang diperoleh dari responden dengan objek penelitian yang sedang diteliti.

Dalam kegiatan penelitian, korelasi item total dikoreksi (*corrected item total correlation, r_{itd}*) biasanya digunakan oleh para peneliti sebagai uji validitas. Jika jumlah item yang diuji rata-rata kecil, yaitu kurang dari 30 Koefisien korelasi item total dikoreksikan (Kusnendi 2008, hlm.95). karena hasilnya dapat dari besaran koefisien korelasi yang cenderung *over estimate* jika dengan total item kurang dari 30 dan uji validitas dipakai koefisien korelasi item total,. Hal tersebut dimungkinkan terjadi adanya tumpang tindih atau pengaruh konstribusi masing – masing skor item terhadap jumlah skor total atau dapat dikatakan *spurious overlap*. Koefisien antara item total perlu dikoreksi dengan nilai simpang baku (*standard deviation*) skor item dan skor total Untuk menghilangkan hasil *spurious overlap*. Karena itu, koefisien item total dikoreksi (r_{itd}) dijelaskan dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{i-itd} = \frac{r_{iX}(S_x) - s_i}{\sqrt{[(S_x)^2 + (s_i)^2 - 2(r_{iX})(S_i)(S_x)]}}$$

Dimana :

- r_{iX} = Koefisien korelasi item total
- S_i = simpang baku skor setiap item pertanyaan
- S_x = simpang baku skor total

(Kusnendi 2008, hlm. 95)

para ahli menetapkan batasan besaran koefisien korelasi item total dikoreksi sebesar 0,25 atau 0,30 sebagai batas minimal valid tidak nya sebuah item hal tersebut digunakan untuk menentukan item mana yang mempunyai validitas yang memadai. Yang dimana, semua item pertanyaan atau pernyataan yang diindikasikan mempunyai validitas internal yang memadai memiliki koefisien korelasi item total dikoreksi sama atau lebih besar dari 0,25 atau 0,30, dan diindikasikan item tidak valid jika kurang dari 0,25 atau 0,30. Dalam praktanya, adal pertanyaan yang tidak di ikut sertakan dalam penelitian apabilapertanyaan tersebut tidak memenuhi syarat.

Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari pertanyaan yang terdiri dari dua form pertanyaan yang mewakili dua variabel, yaitu variabel *personal branding* dan *brand image*. Berdasarkan hasil perhitungan IBM SPSS statistic versi 23 hasil pengujian validitas dari item pertanyaanyang diajukan peneliti. Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3.4
Uji Validitas

No. items	Corrected Item Correlation	r tabel	Keterangan
Items 1	0,453	0,30	Valid
Items 2	0,635	0,30	Valid
Items 3	0,609	0,30	Valid
Items 4	0,463	0,30	Valid
Items 5	0,534	0,30	Valid
Items 6	0,512	0,30	Valid
Items 7	0,750	0,30	Valid
Items 8	0,551	0,30	Valid
Items 9	0,587	0,30	Valid
Items 10	0,497	0,30	Valid
Items 11	0,522	0,30	Valid
Items 12	0,658	0,30	Valid
Items 13	0,442	0,30	Valid
Items 14	0,585	0,30	Valid
Items 15	0,580	0,30	Valid
Items 16	0,321	0,30	Valid
Items 17	0,644	0,30	Valid
Items 18	0,349	0,30	Valid
Items 19	0,498	0,30	Valid
Items 20	0,447	0,30	Valid
Items 21	0,504	0,30	Valid
Items 22	0,663	0,30	Valid
Items 23	0,569	0,30	Valid
Items 24	0,414	0,30	Valid
Items 25	0,553	0,30	Valid
Items 26	0,497	0,30	Valid
Items 27	0,534	0,30	Valid
Items 28	0,358	0,30	Valid
Items 29	0,508	0,30	Valid
Items 30	0,556	0,30	Valid

Items 31	0,499	0,30	Valid
Items 32	0,597	0,30	Valid
Items 33	0,660	0,30	Valid
Items 34	0,650	0,30	Valid
Items 35	0,231	0,30	Tidak Valid

Sumber: pengolahan data pribadi 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji validitas dari hasil htung menggunakan IBM SPSS Statistic versi 23 menyatakan bahwa sebanyak 34 pertanyaan yang terdiri dari 18 pertanyaan untuk variabel X dan 17 pertanyaan untuk variabel Y dinyatakan valid dan sebanyak 1 pertanyaan untuk variabel Y dinyatakan tidak valid. Dengan begitu sebanyak 34 pertanyaan valid dapat digunakan sebagai alat ukur uang benar dalam penelitian.

3.6.2 Uji Reabilitas

Hikmat, (2011, hlm.90) mengatakan bahwa realibilitas merupakan sejauh mana hasil temuan penelitian dapat direplikasi, apabila penelitian dilakukan ulang, maka akan mendapatkan kesimpulan yang sama. Untuk memudahkan proses perhitungan instrumen penelitian haruslah valid dan reliabel dan jika tidak valid atau variabel harus melakukan penelitian dan membuat ulang pertanyaan. Dalam penelitian kuantitatif objek penelitian pada benda mati akan lebih memudahkan dibandingkan dengan objek penelitian makhluk hidup, hal ini disebabkan makhluk hidup memiliki sifat dan kepribadian yang dapat berubah - ubah. Tujuan dari pengujian reabilitas ini bertujuan untuk melihat apakah draft pertanyaan yang dibuat dapat diterima atau tidak hal tersebut dilihat dari total data yang didapat oleh angket atau kuisisioner. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan teknik Alpha Croanbanch yang menggunakan rumus, sebagai berikut:

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

(Arikunto, 2013, hlm. 239)

keterangan :

r_{11} = Relabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_n^2$ = Jumlah Varians butir

σ_t^2 = Varians total

$\sum X$ = Jumlah Skor

N = Jumlah Responden

Rumus varians sebagai berikut:

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

Untuk melihat hasil reabilitas penelitian yaitu melalui koefisien reliabilitas apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0,60 maka secara keseluruhan pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel. Metode Cronbach alpha digunakan untuk mengetahui hasil uji reliabilitas data dari kuisioner penelitian, hasil perhitungannya sebagai berikut.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Critical r	Hasil
<i>Personal Branding</i> (X)	,914	0,70	Reliabel
<i>Brand Image</i> (Y)	,892	0,70	Reliabel

Sumber: pengolahan data pribadi, 2018

Dari hasil perhitungan uji reabilita Cronbach alpha diatas dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai yang lebih besar dengan begitu dinyatakan reliabe dan jika dilihat lebih besar pula dari nilai kritis yang direkomendasikan yaitu sebesar 0,70. Berdasarkan uraian diatas hasil pengujian validitas dan

reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 34 pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel karena telah lulus uji dan sudah memenuhi syarat untuk alat ukur penelitian.

3.7 Prosedur Penelitian

Dalam melakukan penelitian prosedur penelitian merupakan langkah-langkah atau prosedur yang harus diikuti oleh peneliti. Ada beberapa tahap prosedur penelitian yang dimulai dari mencari masalah yang ingin diteliti hingga menulis kesimpulan dari penelitian yang telah dijalani. Ada beberapa prosedur penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu. Pertama peneliti membuat dan memilih masalah penelitian yang akan diteliti, lalu peneliti melakukan studi pendahuluan yaitu mencari data – data awal yang berguna untuk penelitian, setelah itu membuat rumusan masalah penelitian yang akan diteliti dengan melihat data – data yang didapat, lalu peneliti memilih metodologi yang cocok untuk digunakan dalam penelitian disini peneliti menggunakan metodologi kuantitatif, lalu merumuskan hipotesis atau kemungkinan yang akan terjadi pada rumusan masalah, setelah merumuskan hipotesis peneliti mencari sumber data yang berguna untuk data variabel setelah persiapan selesai peneliti mengumpulkan data kelapangan yaitu kepada konsumen Bandung Makuta Cake yang ada di Kota Bandung, setelah semua data terkumpul dan mencukupi, peneliti mengolah dan menganalisis data menggunakan software SPSS untuk mengetahui nilainya. Setelah pengolahan selesai peneliti menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, beituah prosedur yang dilakukan peneliti untuk meneliti pengaruh personal branding Laudya Chintya bella terhadap brand image Bandung Makuta Cake

3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

3.8.1 Teknik Analisis Data

3.8.1.1 Statistika Deskriptif

Analisis yang paling mendasar untuk menggambarkan data secara umum disebut statistika deskriptif. Analisis Data yang dilakukan meliputi : menghitung

nilai statistic deskriptif , mendeskripsikan variabel, dan menentukan kriteria kategorisasi (Kusnendi 2017, hlm. 6).

1. Kriteria Kategorisasi

$X > (\mu + 1,0\sigma)$: Tinggi
$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma)$: Moderat / Sedang
$X < (\mu - 1,0\sigma)$: Rendah

Dimana:

X = Skor Empiris

μ = Rata – rata teoritis = (skor min + skor maks)/2

σ = Simpangan baku teoritis = (skor maks – skor min)/6

2. Distribusi Frekuensi

Merubah data variabel menjadi ordinal, dengan ketentuan :

Tabel 3.6

Kategori Variabel Distribusi Frekuensi

Kategori	nilai
Tinggi	3
Moderat	2
Rendah	1

Sumber: (Kusnendi 2017, hlm.6).

3.8.1.2 Analisis Regresi Multipel (ARM)

Dalam penelitian ini menganalisis data akan menggunakan analisis regresi multiple (ARM). jenis data yang terkumpul yaitu data interval. Analisis tersebut merupakan metode statistika multivariate dependensi yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara beberapa variabel (IV) dengan satu variabel dependen (DV), mengetahui besarnya pengaruh IV terhadap DV, serta memprediksi nilai DV atas dasar nilai IV yang diketahui (Kusnendi, 2017, hlm.2).

Penelitian ini menggunakan alat bantu program *SPSS (Statistical Package For The Social Science) for windows* dengan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Unstandardized : } Y = b_0 + b_1X_{1i} + b_2X_{2i} + b_3X_{3i} + e$$

$$\text{Standardized : } Y = \beta_0 + \beta_1X_{1i} + \beta_2X_{2i} + \beta_3X_{3i} + e$$

Dimana:

Y : *Brand Image*

β_0 : Konstanta regresi

β_1 : Konstanta regresi X

X_{1i} : Kompetensi

X_{2i} : gaya

X_{3i} : Standar

e : Standar error

3.8.2 Pengujian Hipotesis

3.8.2.1 Uji Normalitas

Menurut Rohmana (2010, hlm.20) melalui uji t peneliti dapat melihat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen . uji t hanya akan valid jika residual yang dimiliki dari hasil perhitungan distribusi normal. Grafik histogram merupakan salah satu cara termudah melihat normalitas residual dengan, dan caranya adalah dengan membandingkan antara data distribusi dan data observasi.

3.8.2.2 Pengujian Secara Parsial (Uji – t)

Keputusan untuk menerima atau menolak H_0 dibuat berdasarkan nilai uji statistic yang diperoleh dari data. Uji t adalah salah satu prosedur yang harus dijalani dimana mana hasil sampel dapat digunakan untuk verifikasi kebenaran atau kesalahan hipotesis nul (H_0) menurut Rohmana (2010, hlm.48). Dalam pengujian hipotesis melalui uji-t tingkat kesalahan yang digunakan penelitian adalah 5% atau 0,05% pada taraf signifikansi 95%. Rumus uji t hitung: Uji t bertujuan untuk menguji tingkat signifikansi dari setiap variabel bebas secara parsial terhadap variabel terkait.

$$Tbk = \frac{b_k}{\sqrt{(RJK_{Res})CuC}}; db = n - k - 1$$

(kusnendi 2017, hlm.4)

3.8.2.3 Uji simultan (Uji F)

Uji F merupakan penggabungan dari pengujian seluruh hipotesis, yaitu penggabungan variabel X terhadap variabel terkait Y untuk berapa besar pengaruhnya. Langkah – langkah menghitung uji F sebagai berikut :

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

$$H_1 : \text{minimal ada sebuah } b \neq 0$$

$$F = \frac{RJK_{Reg}}{RJK_{Res}}$$

(Kusnendi, 2017, hlm.4)

3.8.2.4 Koefisien Determinasi (R^2) dan Adjusted R^2

Setiap independent variabel ditambahkan ke dalam model. Adjusted R^2 digunakan untuk mengevaluasi model terbaik. R^2 bias terhadap jumlah

independent Variabel yang dimasukkan kedalam model. R^2 akan meningkat meskipun independent variabel tersebut secara statistic tidak signifikan mempengaruhi dependen variabel. Adjusted R^2 nilainya bisa naik atau turun apabila satu independent variabel ditambahkan kedalam model.

Koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus:

$$R^2 = JK_{Reg} / JK_{Tot}$$

Sedangkan adjusted R^2 dapat dihitung menggunakan rumus :

$$Adjusted R^2 = 1 - ((JK_{Res} / DB_{Res}) / (JK_{Tot} / DB_{Tot}))$$

(Kusnendi 2017,hlm.3)

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika R^2 semakin mendekati ke angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat semakin dekat, atau dengan kata lain model tersebut dinilai baik.
- b. Jika R^2 semakin menjauhi ke angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat semakin jauh / tidak erat, atau dengan kata lain model tersebut dinilai kurang baik.