

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* (X) dalam penelitian ini adalah kemasan yang terdiri dari indikator ukuran (X<sub>1</sub>), bentuk (X<sub>2</sub>), bahan dasar (X<sub>3</sub>), warna (X<sub>4</sub>), tulisan (X<sub>5</sub>), dan tanda merek (X<sub>6</sub>). Sedangkan variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah citra merek yang terdiri dari *recognition, reputation, affinity, dan brand loyalty*.

Subjek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah Siswi SMKN 7 Garut. Itu dikarenakan target market sabun mandi cair Biore merupakan remaja dan wanita. Siswi SMK termasuk kalangan remaja karena berumur lebih dari 15 tahun. Penelitian ini dilakukan kurang dari satu tahun yang dimulai dari bulan Maret 2011 dengan tempat penelitian di SMKN 7 Garut karena di sekolah ini terdapat jurusan seperti Teknik Komputer dan Informatika, Teknik Arsitektur, yang didalamnya ada banyak siswi wanita seperti.

Berdasarkan objek penelitian tersebut, maka bisa dilihat pengaruh kemasan terhadap citra merek.

#### **3.2 Metode yang digunakan**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Pengertian Metode deskriptif menurut Nazir (2003:54) adalah “suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada

masa sekarang”. Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Penelitian verifikatif ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah terdapat pengaruh kemasan terhadap citra merek.

Berdasarkan metode penelitiannya, maka akan menggunakan *survey explanatory*, yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Menurut Naresh K. Malhotra (2005:196) metode survey adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik.

### **3.2.2 Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah rencana, struktur, dan strategi. Sebagai rencana dan struktur, desain penelitian merupakan perencanaan penelitian, yakni penjelasan secara rinci tentang keseluruhan rencana penelitian yang dimulai dari perumusan masalah, tujuan, gambaran pengaruh antar variabel, perumusan hipotesis sampai rencana analisis data. Sebagai strategi, desain penelitian merupakan penjelasan rinci tentang apa yang akan dilakukan penelitian dalam rangka pelaksanaan penelitian.

Desain kausal ini mempunyai tujuan utama yaitu untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi, dan mana variabel yang dipengaruhi. Naresh K. Malhotra

(2005:100) mengemukakan bahwa tujuan utama dari desain kausalitas adalah untuk mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab akibat.

Oleh karena itu desain kausalitas pada penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap citra merek.

### 3.3 Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah: variabel dependent (variabel yang tidak bebas), yaitu citra merek dan variabel independent (variabel bebas), merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependent yaitu kemasan. Berikut adalah tabel operasional variabel dalam penelitian ini :

**Tabel 3.1**  
Operasionalisasi Variabel

Konstruktif/ Konsep	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Nota
Variabel Independen  Kemasan (X)  Perancangan dan produksi wadah atau pembungkusan untuk sebuah produk	Ukuran	- Kemudahan kemasan untuk disimpan	- Tingkat kemudahan kemasan untuk disimpan	Ordinal	1
		- Kemudahan penggunaan	- Tingkat kemudahan penggunaan		2
		- Kepraktisan untuk dibawa	- Tingkat kepraktisan untuk dibawa		3
	Bentuk	- Daya tarik bentuk kemasan	- Tingkat daya tarik bentuk kemasan	Ordinal	4
		- Kesesuaian bentuk kemasan dengan kebutuhan	- Tingkat kesesuaian bentuk kemasan dengan kebutuhan		5
	Bahan dasar	- Keamanan dari bahan dasar kemasan	- Tingkat keamanan dari bahan dasar kemasan	Ordinal	6
		- Kekuatan dari bahan dasar kemasan	- Tingkat kekuatan dari bahan dasar kemasan		7
	Warna	- Daya tarik warna kemasan	- Tingkat daya tarik warna kemasan	Ordinal	8
		- Tingkat keselarasan warna kemasan	- Tingkat keselarasan warna kemasan		9
Tulisan	- Kejelasan informasi kemasan	- Tingkat kejelasan informasi	Ordinal		

k	isa	– Kejelasan tulisan kemasan	kemasan	rd	1
Kotle	n		– Tingkat kejelasan tulisan kemasan	in	0
Arms				al	
trong					1
(2008	Ta	– Kejelasan logo dalam kemasan	– Tingkat kejelasan logo dalam		1
:275)	nda	– Daya tarik desain gambar kemasan	kemasan	O	1
Me	rek		– Tingkat daya tarik desain gambar	rd	2
rek			kemasan	in	
				al	1
					3
<b>Vari</b>	<i>Rec</i>	– Pengenalan merek oleh konsumen	– Tingkat pengenalan merek oleh		1
<b>abel</b>	<i>ogn</i>	– .....	konsumen	O	1
<b>Defe</b>	<i>itio</i>	– .....	– .....	rd	4
<b>nden</b>	<i>n</i>	– .....	– .....	in	
<b>t</b>		engingatan terhadap merek	ingkat pengingatan terhadap merek	al	1
					5
<b>Citra</b>	<i>Re</i>	– Daya tarik kemasan yang	– Tingkat daya tarik kemasan yang		1
<b>mere</b>	<i>put</i>	menunjukkan kualitas	menunjukkan kualitas	O	1
<b>k</b>	<i>ati</i>	– Kesesuaian harga dengan kualitas	– Tingkat kesesuaian harga dengan	rd	6
<b>(Y)</b>	<i>on</i>		kualitas	in	
Citra				al	1
mere					7
adalah	<i>Affi</i>	– .....	– .....	O	1
h	<i>nity</i>	– .....	– .....	rd	1
seku		dentiknya merek dengan kualitas	ingkat identiknya merek dengan	in	8
mpul			kualitas	al	
an					
asosi					
asi	<i>Bra</i>	– Kesetian terhadap merek	– Tingkat kesetian terhadap merek		1
mere	<i>nd</i>	– Kepuasan terhadap merek	– Tingkat kepuasan terhadap merek		9
k	<i>loy</i>				
yang	<i>alty</i>				
terbe					
ntuk					2
di					0
benak					
konsu					
men.					
				O	
				rd	
				in	
				al	
Aake					
r					
dala					
m					
Fredd					
y					
Rang					
kuti					
(2002					
:43)					

### **3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi**

#### **3.4.1 Sumber Data**

Jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi, kuesioner, dan hasil dari wawancara dengan pihak yang berhubungan langsung dengan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili populasi yaitu siswi SMKN 7 Garut yang menggunakan sabun mandi cair Biore.

##### **2. Data Sekunder**

Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yang berasal dari buku-buku ilmiah, majalah-majalah ilmiah, serta literatur lainnya yang berisi landasan teori yang dianggap relevan dengan topik penelitian.

#### **3.4.2 Alat Pengumpul Data**

Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

##### **1. Studi Kepustakaan**

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari literatur seperti buku, majalah ilmiah, dan pengumpulan informasi artikel untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang terdiri dari kemasan dan citra merek.

##### **2. Studi Lapangan**

###### **a. Wawancara**

Wawancara digunakan untuk mempermudah memperoleh data dan juga mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada konsumen siswi SMKN 7 Garut yang menggunakan sabun mandi cair Biore yang menjadi responden.

b. Kuesioner

Dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab pertanyaan yang dapat mencerminkan pengukuran indikator dari variable X yaitu kemasan dan variable Y yaitu citra merek. Dalam kuesioner ini setiap pendapat responden diukur dengan skala Likert.

**Tabel 3.2**  
Skor Item Pertanyaan

Pernyataan	Simbol	Bobot untuk pertanyaan	
		(+)	(-)
Sangat setuju/selalu/sangat positif	SS	5	1
Setuju/sering/positif	S	4	2
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	RG	3	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	TS	2	4
Sangat tidak setuju/tidak pernah	STS	1	5

Sumber : Sugiyono (2009:133)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009:115) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penentuan populasi, peneliti menggunakan Siswi SMKN 7 Garut. Hal ini karena di SMKN 7 Garut terdapat siswi-siswi berusia 15-18 tahun yang termasuk kategori remaja yang sesuai dengan target market Biore. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah siswi SMKN 7 Garut yang menggunakan sabun mandi cair Biore. Hal ini terdapat pada tabel 3.3.

**Tabel 3.3**  
Jumlah Populasi Siswi Pengguna Sabun Mandi Cair Biore di SMKN 7 Garut

Populasi	Jumlah Kelas	Jumlah Siswi Pengguna biore
Kelas X	9	27
Kelas XI	7	13
Kelas XII	6	16
<b>Jumlah</b>	<b>22</b>	<b>56</b>

Sumber : Pra Penelitian tahun 2010

### 3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009:116) “sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut “. Dalam penelitian ini semua populasi dapat diteliti yaitu sebanyak 56 orang, karena populasinya kurang dari 100 orang.

### 3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Sampling jenuh. Dimana menurut Sugiyono (2009:122) sampling jenuh adalah teknik



penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan untuk sampel. Hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif sedikit.

### **3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis**

#### **3.6.1 Rancangan Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner, maka setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel kemasan yang terdiri dari ukuran ( $X_1$ ), bentuk ( $X_2$ ), bahan dasar ( $X_3$ ), warna ( $X_4$ ), tulisan ( $X_5$ ) dan tanda merek ( $X_6$ ) terdapat pengaruhnya atau tidak terhadap variabel citra merek ( $Y$ ). Dalam melaksanakan pengolahan data, peneliti menggunakan prosedur sebagai berikut:

1. Mengecek lembar jawaban yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan hasil jawaban responden yang akan menentukan layak tidaknya lembar jawaban tersebut diolah lebih lanjut.
2. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan skala *likert* dalam lima pilihan jawaban. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2009:133).
3. Rekapitulasi nilai angket variabel X identitas merek yang terdiri dari ukuran ( $X_1$ ), bentuk ( $X_2$ ), bahan dasar ( $X_3$ ), warna ( $X_4$ ), tulisan ( $X_5$ ) dan tanda merek ( $X_6$ ) dan variabel Y (citra merek). Langkah dalam rekapitulasi nilai angket dalam penelitian ini adalah didasarkan pada pedoman kategorisasi menurut Saifuddin Azwar (2009:109) sebagai berikut.



Rentang minimum	= Jumlah item pertanyaan x skor terendah
Rentang maksimum	= Jumlah item pertanyaan x skor tertinggi
Luas jarak sebaran	= Rentang maksimum – rentang minimum
Satuan deviasi standar ( $\sigma$ )	= luas jarak sebaran/6
<i>Mean</i> teoretis ( $\mu$ )	= jumlah item pertanyaan x <i>mean</i>

Dengan dasar pengelompokan untuk tiga kategori diagnosis menurut Saifuddin Azwar (2009:109) adalah sebagai berikut :

$X < [\mu - 1,0\sigma]$	rendah
$[\mu - 1,0\sigma] \leq X < [\mu + 1,0\sigma]$	sedang
$[\mu + 1,0\sigma] \leq X$	tinggi



#### 4. Tahap uji coba kuesioner

Untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka penulis melakukan dua cara uji yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

##### A. Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang disebar. Di dalam uji validitas menggunakan metode koefisien Korelasi *Pearson Product Moment* (*product moment coefisient of correlation*) dengan rumus sebagai berikut :

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

(Sudjana, 2005:369)

Keterangan :

$r_{xy}$	= Koefisien korelasi
$\sum X$	= Jumlah skor item
$\sum Y$	= Jumlah skor total (seluruh item)
$n$	= Jumlah responden

Menurut Saifuddin Azwar (2009:61), “Menggunakan alat ukur kadangkala tidak memberikan hasil ukur yang cermat dan teliti sehingga akan menimbulkan kesalahan (*varians error*). Kesalahan tersebut dapat berupa hasil yang terlalu tinggi (*overestimate*) atau terlalu rendah (*underestimate*). Alat ukur yang valid adalah yang memiliki *varians error* yang kecil”.

Dalam kaitannya dengan koefisien korelasi antara *item* dengan skor total tes, sedikitnya jumlah *item* yang ada dalam tes akan mengakibatkan terjadinya overestimasi terhadap korelasi yang sebenarnya. Oleh karena itu, agar memperoleh informasi yang lebih akurat mengenai korelasi antara *item* dengan tes, maka nilai korelasi yang diperoleh dikoreksi kembali dengan rumus berikut:

$$r_{i(x-i)} = \frac{r_{ix}S_x - S_i}{\sqrt{(S_x^2 + S_i^2 - 2r_{ix}S_iS_x)}}$$

(Saifuddin Azwar, 2009:62)

Keterangan:

$r_{i(x-i)}$	= Koefisien korelasi item total setelah dikoreksi
$r_{ix}$	= Koefisien korelasi item total sebelum dikoreksi
$S_i$	= Deviasi standar skor suatu item
$S_x$	= Deviasi standar skor skala

Berikut adalah keputusan pengujian validitas instrumen menurut Sugiyono (2009:178) :

1. Item pertanyaan dikatakan valid jika  $r_{i(x-i)} \text{ hitung} > r_{i(x-i)} > r_{\text{kritis}}$
2. Item pertanyaan dikatakan tidak valid jika  $r_{i(x-i)} \text{ hitung} < r_{\text{tabel}} (r_{i(x-i)} < r_{\text{kritis}})$

Tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 *for windows*. Hasil pengujian validitas item pertanyaan pada kuesioner untuk setiap variabel ditunjukkan pada Tabel 3.4.

**Tabel 3.4**  
Hasil Pengujian Validitas Item Pernyataan

<b>Kemasan terhadap Citra Merek</b>					
<b>Kemasan (X)</b>					
<b>No</b>	<b>Item Pernyataan</b>	<b><math>r_{\text{hitung}}</math></b>	<b><math>r_{i(x-i)}</math></b>	<b><math>r_{\text{kritis}}</math></b>	<b>Ket.</b>
<b>Ukuran (X<sub>1</sub>)</b>					
1	Kemasan sabun mandi cair Biore mudah untuk disimpan	0,721	0,481	0,30	Valid
2	Kemasan sabun mandi cair Biore mudah dalam penggunaan	0,809	0,532	0,30	Valid
3	Kemasan sabun mandi cair Biore praktis untuk dibawa	0,876	0,657	0,30	Valid
<b>Bentuk (X<sub>2</sub>)</b>					
4	Bentuk kemasan sabun mandi cair Biore menarik	0,895	0,577	0,30	Valid
5	Bentuk kemasan sabun mandi cair Biore sesuai dengan kebutuhan	0,881	0,557	0,30	Valid
<b>Bahan Dasar (X<sub>3</sub>)</b>					
6	Bahan dasar kemasan sabun mandi cair Biore aman	0,881	0,587	0,30	Valid
7	Bahan dasar kemasan sabun mandi cair Biore kuat	0,900	0,587	0,30	Valid
<b>Warna (X<sub>4</sub>)</b>					
8	Warna kemasan sabun mandi cair Biore menarik	0,868	0,556	0,30	Valid
9	Warna kemasan sabun mandi cair Biore selaras	0,895	0,556	0,30	Valid
<b>Tulisan (X<sub>5</sub>)</b>					
10	Informasi dalam kemasan sabun mandi cair Biore jelas	0,908	0,573	0,30	Valid
11	Tulisan dalam kemasan sabun mandi cair Biore jelas	0,864	0,573	0,30	Valid
<b>Tanda Merek (X<sub>6</sub>)</b>					
12	Logo dalam kemasan sabun mandi cair Biore jelas	0,896	0,572	0,30	Valid

13	Desain gambar kemasan sabun mandi cair Biore menarik	0,877	0,572	0,30	Valid
----	--	-------	-------	------	-------

Sumber : Hasil Pengolahan data 2011

Citra Merek (Y)					
No	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{i(x-i)}$	$r_{kritis}$	Ket.
14	Merek sabun mandi cair Biore dikenal konsumen	0,607	0,449	0,30	Valid
15	Merek sabun mandi cair Biore diingat konsumen	0,594	0,404	0,30	Valid
16	Daya tarik kemasan sabun mandi cair Biore menunjukkan kualitas	0,833	0,754	0,30	Valid
17	Harga sabun mandi cair Biore sesuai dengan kualitas	0,581	0,402	0,30	Valid
18	Merek sabun mandi cair Biore identik dengan kualitas	0,674	0,530	0,30	Valid
19	Anda setia terhadap merek Sabun mandi cair Biore	0,612	0,460	0,30	Valid
20	Anda puas terhadap merek sabun mandi cair Biore	0,706	0,549	0,30	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data 2011

Berdasarkan pengujian kuesioner terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  atau  $(30-2=28)$ , maka batas kritisnya adalah 0,30.(Sugiyono: 2009:179). Sehingga dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dari instrumen dinyatakan valid karena skor  $r_{hitung}$  dan  $r_{i(x-i)}$  lebih besar dari 0,30, sehingga item-item pernyataan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel yang akan diteliti.

#### B. Reliabilitas

Selain harus valid penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Pengujian reabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan rumus Alpha. Koefisien Alpha Cronbach ( $C\alpha$ ) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998:88).

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach* :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \cdot \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

(Sugiyono, 2009:115)

Keterangan :  $r_{11}$  = Nilai reliabilitas  
 K = Jumlah item  
 $\sum \sigma_i^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item  
 $\sigma_t^2$  = Varians total

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian dijumlahkan sebagai berikut :

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N}$$

(Sugiyono, 2009:115)

Keterangan  $\sigma_i^2$  = Varians skor tiap-tiap item  
 $\sum X_i^2$  = jumlah kuadrat item  $X_i$   
 $(\sum X_i)^2$  = Jumlah item  $X_i$  dikuadratkan  
 N = jumlah responden

Perhitungan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program SPSS 16.0 for windows.

**Tabel 3.5**  
 Hasil Pengujian Reliabilitas *Cronbach Alpha*

No	Variabel	$\alpha_{hitung}$	$\alpha_{standar}$	Keterangan
1	Ukuran ( $X_1$ )	0,725	0,70	Realibel
2	Bentuk ( $X_2$ )	0,731	0,70	Realibel
3	Bahan Dasar ( $X_3$ )	0,738	0,70	Realibel
4	Warna ( $X_4$ )	0,712	0,70	Realibel
5	Tulisan ( $X_5$ )	0,720	0,70	Realibel
6	Tanda Merek ( $X_6$ )	0,726	0,70	Realibel
7	Citra Merek (Y)	0,778	0,70	Realibel

Sumber : Hasil Pengolahan data 2011

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan terhadap 30 responden, dari hasil pengujian reliabilitas tersebut diketahui bahwa nilai dari setiap pernyataan sub variabel dikatakan reliabel, karena  $C\alpha_{hitung} \geq C\alpha_{minimal}$ . Sehingga pernyataan-pernyataan tersebut kapanpun dan dimanapun ditanyakan terhadap responden akan memberikan hasil ukur yang sama.

### 3.6.2 Teknik Analisis Data

Setelah data hasil penelitian berupa kuesioner ini terkumpul, maka selanjutnya dilakukan analisis data yang masih berupa data ordinal variabel X dan Y. Tahap-tahap dalam melakukan analisis data dilakukan dengan cara :

1. Menyusun Data

Dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, serta pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberi skor pada setiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. 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.

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis *deskriptif* khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis *verifikatif* bagi variabel yang bersifat kuantitatif.

#### A. Analisis Deskriptif

Analisis ini dipergunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu :

1. Analisis deskriptif tanggapan responden siswi SMKN 7 Garut mengenai kemasan sabun mandi cair Biore.
2. Analisis deskriptif tanggapan responden siswi SMKN 7 Garut mengenai citra merek sabun mandi cair Biore.

#### B. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya, sehingga dapat diketahui pengaruh kemasan terhadap citra merek.

Adapun langkah-langkah dalam analisis verifikatif adalah :

##### 1. *Method of Successive Internal* (MSI)

Semua data ordinal akan ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menghitung frekuensi ( $f$ ) setiap pilihan jawaban, berdasarkan jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi tersebut, dilakukan penghitungan proporsi ( $p$ ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi ( $f$ ) dengan jumlah responden.



- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.

$$f(z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{1}{2}z^2}$$

- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Data penelitian yang sudah berskala intervalnya selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

## 2. Analisis Regresi Linier Ganda

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier ganda. Menurut Sugiyono (2009:277),

”Analisis regresi linier ganda digunakan oleh peneliti, bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunkan nilainya).”

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu kemasan yang terdiri dari ukuran ( $X_1$ ), bentuk ( $X_2$ ), bahan dasar ( $X_3$ ), dan warna ( $X_4$ ), tulisan ( $X_5$ ), dan tanda merek ( $X_6$ )

sedangkan variabel dependen adalah citra merek (Y), data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yaitu dengan analisis regresi berganda.

Teknik analisis regresi linier ganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

a) Uji asumsi regresi

- Uji asumsi normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Triton (2005:76) “Data sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal.” Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data yang akan digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *Normal Probability Plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak di sekitar garis diagonal pada *Normal Probability Plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas.

- Uji asumsi multikolinieritas

Multikolinieritas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinieritas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapat akan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga

nilai standar error setiap koefisien regresi dapat menjadi tidak terhingga. Dua parameter yang paling umum digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* dan Nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjaui 1 atau nilai *Tolerance* menjaui 1. Menurut Nachrowi dan Usman (2006:102), “multikolinieritas dianggap ada jika nilai VIF lebih dari 5”.

- Uji asumsi heteroskedastisitas

Heteroskedastis adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastis apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu, dan apabila datanya berpencar di sekitar angka nol (pada sumbu Y).

- b) Model Persamaan regresi linier ganda  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5,$  dan  $X_6$  atas  $Y$  adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + \dots + bX_6 + \varepsilon$$

(Sugiyono, 2009:277)

- c) Untuk mencari koefisien regresi  $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$  dan  $a$  digunakan persamaan silmultan sebagai berikut:

$$\sum X_1 Y = b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 + b_3 \sum X_1 X_3 + b_4 \sum X_1 X_4 + b_5 \sum X_1 X_5 + b_6 \sum X_1 X_6$$

$$\sum X_2 Y = b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 + b_3 \sum X_2 X_3 + b_4 \sum X_2 X_4 + b_5 \sum X_2 X_5 + b_6 \sum X_2 X_6$$

$$\sum X_3 Y = b_1 \sum X_1 X_3 + b_2 \sum X_2 X_3 + b_3 \sum X_3^2 + b_4 \sum X_3 X_4 + b_5 \sum X_3 X_5 + b_6 \sum X_3 X_6$$

$$\sum X_4 Y = b_1 \sum X_1 X_4 + b_2 \sum X_2 X_4 + b_3 \sum X_3 X_4 + b_4 \sum X_4^2 + b_5 \sum X_4 X_5 + b_6 \sum X_4 X_6$$

$$\sum X_5 Y = b_1 \sum X_1 X_5 + b_2 \sum X_2 X_5 + b_3 \sum X_3 X_5 + b_4 \sum X_4 X_5 + b_5 \sum X_5^2 + b_6 \sum X_5 X_6$$

$$\sum X_6 Y = b_1 \sum X_1 X_6 + b_2 \sum X_2 \sum X_6 + b_3 \sum X_3 \sum X_6 + b_4 \sum X_4 \sum X_6 + b_5 \sum X_5 \sum X_6 + b_6 \sum X_6^2$$

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6$$

(Sugiyono, 2009:277)

- d) Setelah harga  $a$ ,  $b_1$ ,  $b_2$ ,  $b_3$ ,  $b_4$ ,  $b_5$  dan  $b_6$  diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing-masing variabel independen dengan variabel dependen dengan rumus berikut:

$$(R_{X_1 X_2 X_3 X_4 X_5 X_6 Y}) = \sqrt{\frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y + b_4 \sum x_4 y + b_5 \sum x_5 y + b_6 \sum x_6 y}{\sum y^2}}$$

(Sugiyono, 2009:292)

Menurut Sugiyono (2009:250) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan variabel, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 3.6**  
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Klasifikasi
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2009:250)

- e) Setelah itu mencari koefisien determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, dengan asumsi  $0 \leq R^2 \leq 1$

$$KD = R^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2009:292)

Keterangan :

KD = Nilai koefisien determinan

R = Nilai koefisien korelasi

- f) Selanjutnya untuk uji signifikansi koefisien korelasi ganda dicari  $F_{hitung}$  dulu kemudian dibandingkan dengan  $F_{tabel}$ .

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

(Sugiyono, 2009:292)

Keterangan :

$F_{hitung}$  = Nilai F yang dihitung

R = Nilai Koefisien Korelasi Ganda

m = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah Sampel

- g) Menguji signifikansi secara parsial antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , dan menghitung nilai beta (koefisien jalur), yakni koefisien regresi yang distandarkan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dengan rumus berikut:

$$\beta_{y \cdot x_k} = \frac{S_k}{S_y} (b_k)$$

(Li, 1975:103; Land, (1969:9; Schumacker&Lomas, 1996:35 dalam Kusnendi)

Keterangan:

- $\rho_{YXk}$  = Koefisien regresi yang distandarkan  
 $S_k$  = Standar deviasi variabel *independen*  
 $S_y$  = Standar deviasi variabel *dependen*  
 $b_k$  = Koefisien regresi variabel *independen*  $X_k$  yang terdapat dalam persamaan regresi

### 3.6.3 Rancangan Uji Hipotesis

Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* yaitu kemasan yang terdiri dari ukuran ( $X_1$ ), bentuk ( $X_2$ ), bahan dasar ( $X_3$ ), warna ( $X_4$ ), tulisan ( $X_5$ ) dan tanda merek ( $X_6$ ) sedangkan variabel dependen adalah citra merek (variabel Y). Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan dari kemasan yang terdiri dari ukuran ( $X_1$ ), bentuk ( $X_2$ ), bahan dasar ( $X_3$ ), warna ( $X_4$ ), tulisan ( $X_5$ ) dan tanda merek ( $X_6$ ) terhadap citra merek sabun mandi cair Biore.

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi secara simultan dengan menggunakan uji F. Secara statistik pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Koefisien arah regresi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh antara kemasan yang dicirikan oleh ukuran ( $X_1$ ), bentuk ( $X_2$ ), bahan dasar ( $X_3$ ), warna ( $X_4$ ), tulisan ( $X_5$ ) dan tanda merek ( $X_6$ ) dengan citra merek sabun mandi cair Biore.

$H_0 : \beta_1 > 0$ , Koefisien arah regresi berarti, artinya terdapat pengaruh antara kemasan yang dicirikan oleh ukuran ( $X_1$ ), bentuk ( $X_2$ ), bahan dasar ( $X_3$ ), warna ( $X_4$ ), tulisan ( $X_5$ ) dan tanda merek ( $X_6$ ) dengan citra merek sabun mandi cair Biore.

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y diuji dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yaitu dengan menggunakan rumus berikut :

$$t = \frac{\beta_1}{Se_1}$$

(Gujarati, 2003:249)

Keterangan:

$\beta$  = Koefisien regresi variabel ke-i

$Se$  = *Standard error of the estimate* variabel ke-i

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan ( $df = n-k-1$ ), dimana  $k$ =jumlah variabel bebas dan  $n$ =jumlah sampel, sehingga derajat kebebasan ( $df=56-6-1$ ) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan.

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama :

$H_0 : \rho = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh dari ukuran ( $X_1$ ) terhadap citra merek (Y).

$H_{1,1} : \rho > 0$ , Artinya terdapat pengaruh dari ukuran ( $X_1$ ) terhadap citra merek (Y).

2. Hipotesis kedua :



$H_0 : \rho = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh dari bentuk ( $X_2$ ) terhadap citra merek (Y).

$H_{2.1} : \rho > 0$ , Artinya terdapat pengaruh dari bentuk ( $X_2$ ) terhadap citra merek (Y).

3. Hipotesis ketiga :

$H_0 : \rho = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh dari bahan dasar ( $X_3$ ) terhadap citra merek (Y).

$H_{3.1} : \rho > 0$ , Artinya terdapat pengaruh dari bahan dasar ( $X_3$ ) terhadap citra merek (Y).

4. Hipotesis keempat :

$H_0 : \rho = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh dari warna ( $X_4$ ) terhadap citra merek (Y).

$H_{4.1} : \rho > 0$ , Artinya terdapat pengaruh dari warna ( $X_4$ ) terhadap citra merek (Y).

5. Hipotesis kelima :

$H_0 : \rho = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh dari tulisan ( $X_5$ ) terhadap citra merek (Y).

$H_{5.1} : \rho > 0$ , Artinya terdapat pengaruh dari tulisan ( $X_5$ ) terhadap citra merek (Y).

6. Hipotesis keenam :

$H_0 : \rho = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh dari tanda merek ( $X_6$ ) terhadap citra merek (Y).

$H_{6.1} : \rho > 0$ , Artinya terdapat pengaruh dari tanda merek ( $X_6$ ) terhadap citra merek (Y).

