

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berdasar pada paradigma positivisme. Positivisme adalah satu aliran filsafat yang menolak unsur metafisik dan teologik dari realitas sosial. Dalam penelitian kuantitatif diyakinkan bahwa satu-satunya pengetahuan (*knowledge*) yang valid adalah ilmu pengetahuan (*science*), yaitu pengetahuan yang berawal dan didasarkan pada pengalaman (*experience*) yang tertangkap oleh panca indera untuk kemudian diolah nalar (*reason*) (Abdurahman, *et.al*, 2011:19-20).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasional. Metode korelasional merupakan teknik analisis yang termasuk dalam salah satu teknik pengukuran asosiasi (*measures of association*). Pengukuran asosiasi merupakan istilah umum yang mengacu pada sekelompok teknik dalam statistik bivariat yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel. Analisis korealsi diartikan sebagai suatu analisis data yang bermasuk untuk melihat hubungan antara dua variabel.

Tujuan dilakukannya analisis korelasi, antara lain:

1. Untuk mencari bukti terdapat tidaknya hubungan (korelasi) antarvariabel
2. Untuk melihat besar-kecilnya hubungan antara dua variabel
3. Untuk memperoleh kejelasan dan kepastian apakah hubungan berarti atau tidak (Abdurahman, *et.al*, 2011:177-178).

Metode penelitian tersebut didasarkan pada tujuan penelitian, yakni ingin menemukan hubungan antara keunggulan, kekuatan merek dan keunikan asosiasi merek *Heaven SkateBoards* dengan loyalitas pelanggan.

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah survey. “Survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut dengan menyebarkan kuesioner” (Sugiyono, 2012:39).

3.1.2 Populasi

Dalam penelitian survei, tidak selalu harus meneliti jumlah individu dalam suatu populasi karena disamping membutuhkan waktu yang lama juga akan memakan biaya yang tinggi. Karena itu, dari populasi tersebut dapat diambil suatu jumlah sampel yang memadai dan cukup representatif dalam mewakili populasinya untuk diteliti.

Menurut Sugiyono (2012:115) menyatakan pengertian populasi adalah sebagai berikut:

”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”.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka populasi pada penelitian ini adalah Pemain *skateboard* yang menjadi *member* pada *Heaven Skateboarding* yang berjumlah 247 orang.

3.1.3 Sampel dan Teknik Sampling

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2012:116) adalah sebagai berikut
Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Sugiyono, (2012: 81) mengenai definisi sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Riduwan (2009:16) pengertian teknik sampling *nonprobability sampling* ialah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel.

Rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel adalah teknik sampling strata (rumus Slovin), agar setiap unit-unit populasi akan memberikan perwakilan untuk menjadi sampel dalam penelitian ini. Untuk menghitung ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin. Alasan menggunakan rumus tersebut, karena jumlah populasi dalam penelitian ini sudah diketahui (Kriyantono, 2012:164). Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presisi α 10 % dengan tingkat kepercayaan 90 %

Maka:

$$n = \frac{247}{(247)(0,1)^2 + 1}$$

= 71,18 dibulatkan menjadi 72 *member*

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 72 responden.

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

3.1.4.1 Primer

1. Angket

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012: 142). Angket menjadi alat ukur dalam penelitian ini dan ukurannya berskala likert dan berupa data ordinal. Jawaban-jawaban yang diberikan oleh para responden dari pertanyaan-pertanyaan yang ada di kuesioner nantinya dijadikan suatu data, kemudian data tersebut dianalisis. Dalam penelitian ini angket akan diberikan kepada *member Heaven Skateboarding*.

3.1.4.2 Sekunder

1. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2012: 137). Wawancara dilakukan dengan cara bertatap muka dan bercakap-cakap kepada pihak-

pihak yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, yakni staf dan *member Heaven Skateboarding*.

2. Literatur

Teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap autobiografi, surat-surat pribadi, buku-buku, catatan harian, memorial, kliping, dokumen pemerintah maupun swasta, cerita roman, cerita rakyat, film, dan lain-lain (Bungin, 2005:144-145). Dalam melakukan pengumpulan data studi kepustakaan, penulis melakukannya dengan cara membaca buku sumber, arsip-arsip perkuliahan berupa catatan atau diktat yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumen berperan sebagai sumber pelengkap dan pemer kaya bagi informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

3.1.5 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Skala
<i>Brand Image</i>	1. Keunggulan asosiasi merek	Ordinal
	2. Kekuatan asosiasi merek	Ordinal
	3. Keunikan asosiasi merek	Ordinal
Loyalitas	1. Pembelian ulang	Ordinal
	2. Merekomendasikan	Ordinal
	3. Tidak mudah beralih	Ordinal

3.1.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan

statistik (Sugiyono, 2014:207). Peneliti menggunakan statistik parametris dengan alasan jenis data yang dianalisis dalam skala interval.

3.1.7 Metode Pengujian Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor butir-butir pertanyaan (sebagai variabel X) dengan skor total (sebagai variabel Y). Menurut Ghazali (2011:65) uji validitas sebagai berikut:

“Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan”.

Adapun rumus uji validitas yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana ;

- r = Koefisien korelasi *product moment*
- X = Skor masing-masing butir suatu variabel
- Y = Skor total seluruh butir dalam suatu variabel
- N = Banyaknya subyek/jumlah responden

Kriteria pengujian validitas menurut Ghazali (2010:42) keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, dapat dilakukan dengan beberapa cara berikut:

1. Jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel ($\alpha;n-2$) n = jumlah sampel.

2. nilai sig. $\geq \alpha$.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan *software SPSS*

Hasil uji validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing butir pernyataan. Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 72, maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = 0,2287. Maka berdasarkan data perhitungan SPSS koefisien korelasi (r) diketahui bahwa seluruh korelasi item variabel X (*Brand image*) lebih besar dari r tabel atau 0,2287 maka instrumen dinyatakan valid. Begitu pula untuk variabel Y (loyalitas pelanggan) lebih besar dari r tabel atau 0,2287 maka instrumen dinyatakan valid.

Tabel 3.2
Uji Validitas Variabel X

Item-Total Statistics			
Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
VAR00001	,529	0,2287	Valid
VAR00002	,586	0,2287	Valid
VAR00003	,446	0,2287	Valid
VAR00004	,477	0,2287	Valid
VAR00005	,644	0,2287	Valid
VAR00006	,606	0,2287	Valid
VAR00007	,584	0,2287	Valid
VAR00008	,606	0,2287	Valid
VAR00009	,682	0,2287	Valid
VAR00010	,786	0,2287	Valid
VAR00011	,672	0,2287	Valid
VAR00012	,551	0,2287	Valid
VAR00013	,526	0,2287	Valid
VAR00014	,654	0,2287	Valid
VAR00015	,555	0,2287	Valid
VAR00016	,367	0,2287	Valid
VAR00017	,509	0,2287	Valid
VAR00018	,605	0,2287	Valid
VAR00019	,604	0,2287	Valid
VAR00020	,558	0,2287	Valid
VAR00021	,620	0,2287	Valid
VAR00022	,674	0,2287	Valid
VAR00023	,765	0,2287	Valid

Tabel 3.3
Uji Validitas Variabel Y

Item-Total Statistics			
Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
VAR00001	,542	0,2287	Valid
VAR00002	,516	0,2287	Valid
VAR00003	,592	0,2287	Valid
VAR00004	,554	0,2287	Valid
VAR00005	,458	0,2287	Valid
VAR00006	,574	0,2287	Valid
VAR00007	,485	0,2287	Valid
VAR00008	,434	0,2287	Valid
VAR00009	,565	0,2287	Valid
VAR00010	,408	0,2287	Valid
VAR00011	,618	0,2287	Valid
VAR00012	,419	0,2287	Valid
VAR00013	,742	0,2287	Valid
VAR00014	,788	0,2287	Valid
VAR00015	,657	0,2287	Valid

Dalam pengujian reliabilitas menggunakan SPSS, langkah yang ditempuh yaitu sama dengan langkah pengujian validitas. Karena output keduanya bersamaan muncul.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai arti sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya atau sejumlah mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurment error*). Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila diujicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Adapun metode perhitungan koefisien reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Koefisien *Alpha Cronbarch*, yang dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_x^2} \right)$$

k = jumlah item

σ^2 = varians item tertentu

σ_x^2 = varians total

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah menggunakan *Cronbach coefficient alpha*. Sedangkan besarnya koefisien reliabilitas besarnya antara 0,6. Sebagai patokan kasar dapat ditentukan ukuran indeks reliabilitas (Danim, 2000:81) sebagai berikut:

< 0,59 reliabilitas rendah

0,60-0,89 reliabilitas sedang

0,90-1,00 reliabilitas tinggi.

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Untuk mencari nilai *cranbach alpha* penulis menggunakan bantuan program SPSS 20.0. Pengujian reliabel dilakukan dengan cara melakukan pengujian kuesioner berdasarkan variabel X dan Y, hasilnya dapat dilihat pada output pengujian reliabel. Untuk variabel X (*brand image*) terdiri dari 23 item pernyataan. Untuk variabel Y (loyalitas pelanggan) terdiri dari 15 pernyataan.

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel X

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,932	,933	23

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Y

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,883	,891	15

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

3.1.8 Metode Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif dipergunakan untuk mengorganisasikan dan meringkas data numerik yang diperoleh dari hasil pengumpulan data di lapangan, dalam bentuk tabulasi data, presentasi yang diwujudkan pada grafik-grafik atau gambar-gambar, serta perhitungan-perhitungan deskriptif, sehingga dapat diketahui ciri-ciri khusus dari data tersebut, yang selanjutnya dapat diinterpretasikan sebagai informasi yang tegas dan jelas mengenai data tersebut (Soepono, 2002:11).

Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka kriteria penilaian dari jawaban responden dibuat sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS) diberi bobot nilai 5
- Setuju (S) diberi bobot nilai 4
- Netral (CS) diberi bobot nilai 3
- Tidak Setuju (TS) diberi bobot nilai 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot nilai 1

Selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval. Dalam penelitian ini penulis menentukan banyak kelas interval sebesar 5 (lima).

Rumus menurut Sudjana (2000;79) adalah sebagai berikut :

$$p = \frac{\text{rentang}}{\text{banyak kelas interval}}$$

P = Panjang Kelas Interval

Rentang = Data tertinggi-Data terendah

Banyak Kelas Interval = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas interval adalah :

$$P = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

Tabel 3.6
Interval Penilaian

Skala	Brand image	Loyalitas pelanggan
1,00-1,79	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah
1,80-2,59	Tidak Baik	Rendah
2,60-3,39	Cukup Baik	Cukup Tinggi
3,40-4,19	Baik	Tinggi
4,20-5,00	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Sumber: Sudjana (2000:79)

3.1.9 Uji Korelasi Rank Spearman

Uji korelasi ditujukan untuk mencari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mengetahui derajat hubungan (koefisien korelasi) di antara variabel-variabel (bebas dan terikat).

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N(N^2 - 1)}$$

Dimana:

N = jumlah sampel d_i^2 = kuadrat selisih pasang rank

Adapun langkah-langkah dalam penggunaan koefisien rank spearman menurut Abdurahman, (2011:179) adalah sebagai berikut:

1. Membuat *ranking* observasi-observasi pada variabel X mulai dari 1 hingga N, juga observasi-observasi pada variabel Y mulai dari 1 hingga N.
2. Daftar N subjek itu, beri setiap subjek *ranking* pada variabel X dan *ranking*-nya pada variabel Y di nama subjek.
3. Tentukan harga d_i untuk setiap subjek dengan mengurangkan *ranking* Y pada *ranking* X, kuadratkan harga itu untuk menentukan d_i^2 masing-masing subjek. Jumlahkan harga-harga d_i^2 untuk ke N kasus guna mendapatkan $\sum d_i^2$

Dalam perhitungan uji korelasi Rank Spearman digunakan dengan bantuan Program SPSS. Tingkat signifikansi untuk harga t dengan derajat bebas (db) = N-2, dapat menggunakan tabel harga kritis t Harga t yang diperoleh dari perhitungan rumus di atas dibandingkan dengan harga t tabel dengan menentukan tingkat signifikansi uji dua pihak dan derajat kebebasan. Jika harga t hitung > dari t tabel maka H_0 ditolak (berarti ada hubungan yang signifikan). Untuk tahu seberapa besar hubungan variabel X dan Y digunakan kriteria Guilford (Abdurahman, Muhidin & Somantri, 2011:179), sebagai berikut:

Tabel 3.7
Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi

Nilai Korelasi (r)	Keterangan
0,00 - < 0,20	Hubungan sangat lemah (diabaikan)
$\geq 0,20$ - < 0,40	Hubungan rendah tapi pasti
$\geq 0,40$ - < 0,70	Hubungan cukup berarti
$\geq 0,70$ - < 0,90	Hubungan Kuat
$\geq 0,90$ - $\leq 1,00$	Hubungan sangat kuat

3.1.10 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dilakukan uji t dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 := 0$ *Brand image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

$H_1: \neq 0$ *Brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kriteria uji :

- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, *brand image* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

3.1.11 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian

Penelitian ini juga mengalami keterbatasan dan kelemahan baik dalam proses mendapatkan data maupun saat penulisan. Keterbatasan yang dihadapi yaitu keterbatasan dalam mendapatkan sumber pemain produk *Heaven Skateboarding*, karena harga yang mahal dan cenderung tidak mengakui memiliki produk *Heaven Skateboarding* walaupun tidak original. Selain itu keterbatasan biaya dan waktu juga dirasakan dalam menyusun penelitian. Waktu yang tersedia untuk wawancara terbatas, karena kesibukan informan. Kelemahan yang dihadapi yaitu dalam proses merangkum kalimat untuk menjadi sebuah penyimpulan yang baik.

3.2 Gambaran Umum Objek Penelitian/Wilayah Penelitian

Objek penyebaran kuisioner yaitu pada member *Heaven Skateboarding* di kota Bandung. *Heaven Skateboarding* berdiri pada tahun 2007, yang beralamat di Jl. Trunojoyo No. 15, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115. Didirikan oleh Gatot Rosemary, Gatot Rosemary adalah seorang vokalis

band bernama Rosemary yang beraliran musik (*skatepunk*), sekaligus pemain *skateboarding* asal Bandung. *Heaven Skateboarding* pernah mendapat penghargaan yaitu Surftime Awards "Best Skateshop 2009 " se-Asia Tenggara.

