

III. METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian dalam penelitian ini adalah tipe penelitian yang bersifat *eksplanasi*. Menurut Singrimbun dan Effendi (1995: 5), Penelitian eksplanasi yaitu tipe penelitian yang menyoroti hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini penulis berusaha menjelaskan hubungan variabel Citra Merek (*Brand Image*) yang mempengaruhi variable-variabel Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) pada pasta gigi Pepsodent.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *survey*. Kerlinger (Sugiyono 2007: 7) mengemukakan bahwa: penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

B. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan penjelasan mengenai arti konsep. Dimana konsep adalah generalisasi dari sekelompok kejadian atau fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama (Maradalis, 2004: 45). Konsep kadang-kadang terlalu mudah untuk dimengerti, oleh karena dekat sekali dengan objek yang sedang kita selidiki, tetapi kadang ada yang sukar.

Definisi Konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (X) : citra merek adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu. Citra merek dapat diukur dari tiga indikator yaitu *functional image*, *affective image*, dan *reputation*.
- b. Variabel terikat (Y) : kepercayaan merek adalah kemauan kensumen mempercayai merek dengan segala resikonya, karena ada harapan bahwa merek tersebut dapat memberikan hasil yang positif baginya. Kepercayaan Merek dapat diukur dengan dua indikator yaitu keandalan merek (*Brand Reliability*) dan niat Merek (*Brand Intention*).

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur (Singarimbun dan effendi, 1995 : 23). Untuk melihat operasionalisasi suatu variabel tersebut harus diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang dapat memperjelas variabel yang dimaksud. Adapun yang menjadi definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2 Variabel Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item
Citra Merek (X)	Seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu (Kotler dan Amstrong, 2001:225)	<p>a. <i>Fungsional Image</i></p> <p>b. <i>Affective Image</i></p> <p>c. <i>Reputation</i></p>	<p>1. Kualitas</p> <p>2. Karakteristik (design kemasan & cerita iklan) dibandingkan dengan pesaing</p> <p>3. Perbedaan dengan harga pesaingnya.</p> <p>1. Merek yang baik</p> <p>2. Ciri khas yang membedakan produk</p> <p>3. Tidak mengecewakan konsumen</p> <p>1. Merek yang terbaik di sektornya</p> <p>2. Kuatnya merek menguasai pasar</p>	1-8
Kepercayaan Merek (Y)	Kemampuan merek untuk dipercaya yang bersumber pada keyakinan konsumen bahwa produk tersebut mampu mengutamakan kepentingan konsumen	<p>a. Keandalan Merek</p> <p>b. Niat Merek</p>	<p>1. Kinerja (<i>performance</i>)</p> <p>2. Warna, Bentuk, Susunan (<i>features</i>)</p> <p>3. Keamanan (<i>Safety</i>)</p> <p>4. Daya tahan (<i>Durability</i>)</p> <p>1. Pelayanan (<i>Serviceability</i>)</p> <p>2. Kesesuaian produk (<i>Conformance</i>)</p> <p>3. Estetika.</p>	1-7

D. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2007: 72), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel menurut Nawawi (2001: 144), diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yaitu anak kost yang menggunakan pasta gigi Pepsodent di jalan kopi kelurahan gedung meneng kecamatan rajabasa Bandar Lampung. Pemilihan responden diharapkan dapat memberikan gambaran tentang penilaian yang lebih spesifik terhadap produk pasta gigi Pepsodent. Besar populasi anak kost yang menggunakan Pepsodent di jalan Kopi tidak dapat diketahui secara pasti berapa jumlahnya. Oleh karena itu, sulit mencari berapa jumlah populasi yang tepat. Namun, Supranto (1997: 239), menyatakan bahwa sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (responden) yang lebih besar dari persyaratan minimal 30 elemen atau responden. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan oleh peneliti adalah sebesar 80 orang sampel responden dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sudah melebihi jumlah sampel minimal dalam penelitian ($n = 30$) dengan rincian setiap Kecamatan diambil 10 responden, serta pertimbangan terbatasnya waktu, dana dan tenaga.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu memilih sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu. Kriteria ini diterapkan pada:

1. Anak Kost di Jalan Kopi Kecamatan Rajabasa Bandar Lampung
2. Menggunakan pasta gigi Pepsodent

E. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Arikunto (2001: 2009) mengemukakan pengertian objek penelitian sebagai berikut:

”Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian”. Objek penelitian yang dilakukan penulis adalah Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Merek. Dimana citra merek sebagai variabel X dan kepercayaan merek sebagai variabel Y.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian yang dilakukan penulis ini adalah para konsumen yang mengkonsumsi pasta gigi merek Pepsodent di Bandar Lampung.

F. Sumber Data

1. Sumber Data

Sumber data berupa data primer dan sekunder. Data primer berupa hasil dan jawaban yang diperoleh dari daftar pertanyaan (kuesioner) yang diberikan kepada responden. Data sekunder diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder dalam penelitian

ini diperoleh dari literatur dan sumber-sumber lain yang mendukung antara lain internet dan skripsi.

2. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data yang kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka yang dapat dihitung guna menghasilkan suatu penaksiran, yaitu berupa hasil jawaban dari kuesioner yang disebarakan kepada responden.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2007: 135), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pertanyaan tertulis responden untuk dijawabnya. Pengukuran kuesioner menggunakan skala likert. Menurut Kinnear (1998: 125) dalam Hussein Umar (2003: 98), skala likert berhubungan terhadap sesuatu. Alternatif pertanyaanya, misalnya dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas, atau baik sampai tidak baik. Responden diminta mengisi pertanyaan dalam skala interval berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu, bisa 5, 7 dan seterusnya (hendaknya ganjil, agar dapat menampung kategori yang netral) atau memasukkan kategori "tidak tahu".

H. Teknik Pengujian Instrumen

1. Pengujian Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat, karena suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya sebuah alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono, (2007:182)

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara Xi dan Yi

Xi = Skor dari masing-masing variabel (faktor yang mempengaruhi)

Yi = Skor dari seluruh variabel (skor total)

n = Banyaknya variabel sampel yang dianalisis.

Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Jika r Hitung $>$ r tabel, maka kuesioner valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tidak valid.

Pada penelitian ini, peneliti menguji validitas dengan cara menguji masing-masing item pernyataan variabel X (citra merek) dan item pernyataan variabel Y (kepercayaan merek). Uji validitas menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dengan bantuan program SPSS 16.

Peneliti menguji validitas instrumen dari 19 item pernyataan yang valid dengan menggunakan data yang terkumpul dari 100 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan r kritis 0,361. Bila harga korelasi $\geq 0,361$, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut tidak valid.

Dari hasil perhitungan, diketahui bahwa korelasi 10 item pernyataan variabel citra merek dapat dilihat pada tabel 3. Sedangkan korelasi 9 item pernyataan variabel kepercayaan merek dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek

No Item	r Hitung	r Kritis	Kesimpulan
1	0,824	0,361	Valid
2	0,659	0,361	Valid
3	0,384	0,361	Valid
4	0,748	0,361	Valid
5	0,801	0,361	Valid
6	0,821	0,361	Valid
7	0,702	0,361	Valid
8	0,895	0,361	Valid
9	0,758	0,361	Valid
10	0,895	0,361	Valid

Sumber: data diolah 2011

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek

No Item	r Hitung	r Kritis	Kesimpulan
1	0,803	0,361	Valid
2	0,692	0,361	Valid
3	0,451	0,361	Valid
4	0,795	0,361	Valid
5	0,772	0,361	Valid
6	0,793	0,361	Valid
7	0,698	0,361	Valid
8	0,856	0,361	Valid
9	0,794	0,361	Valid

Sumber: data diolah 2011

Dari tabel 3 dan tabel 4, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan citra merek dan kepercayaan merek adalah valid karena korelasi item tersebut lebih dari 0,361. Oleh karena pernyataan-pernyataan tersebut valid, maka data tersebut akan digunakan pada analisis selanjutnya.

2. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Crombat* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \times \frac{1 - \sum \alpha b^2}{\alpha^2}$$

Keterangan :

r_{ii} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \alpha b^2$ = Σ Varians butir pertanyaan

α^2 = Varians Total

Dengan rumus varians yaitu :

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

Keterangan:

- X^2 = Jumlah kuadrat skor
- X = Jumlah skor
- n = Banyaknya responden

sumber: Sugiyono (2007: 3)

Reliabilitas instrumen pada penelitian ini dihitung dengan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS 16. Reliabilitas diukur berdasarkan data yang terkumpul dari 100 responden, yang terdiri dari 10 item pernyataan citra merek yang valid dan 9 item pernyataan kepercayaan merek yang valid. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *alpha* lebih dari atau sama dengan 0,361. Keseluruhan hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Alpha	Keterangan
Citra Merek	0,914	Reliabel
Kepercayaan Merek	0,893	Reliabel

Sumber: data diolah 2011

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang disajikan pada tabel 5, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini adalah reliabel karena nilai koefisien *alpha* variabel citra merek dan kepercayaan merek lebih besar dari 0,361. Oleh karena itu berdasarkan uji coba instrumen ini sudah valid dan reliabel seluruh item

pernyataannya, maka data penelitian dapat digunakan lagi pada analisa selanjutnya.

I. Teknik Pengolahan Data

1. Editing

Editing merupakan kegiatan memeriksa data yang terkumpul, apakah sudah sesuai dengan masalah yang dibahas dan apakah data sudah cukup memenuhi syarat.

2. Koding

Koding adalah kegiatan memberi kode-kode tertentu pada masing-masing kategori atau nilai dari setiap komponen data yang terkumpul yang pada umumnya belum terorganisir dengan baik.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah mengelompokan data-data yang telah diberi kode kedalam bentuk tabel, agar data mudah dibaca, ditafsir dan digunakan.

J. Teknik Analisis

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk menguji hipotesis pertama secara parsial menggunakan uji statistik t dengan model regresi linier sederhana, yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksi

a = Harga Y bila X = 0

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekometrik dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

a. Uji Normalitas

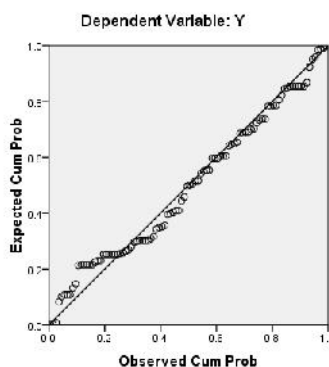
Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penggaggu atau residual memiliki distribusi normal. Model yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Gujarati, 2003:102). Untuk mengujinya akan digunakan alat uji normalitas, yaitu dengan melihat *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Dasar pengambilan keputusan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* adalah:

- a. jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2000:214).

Gambar 2.
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* di atas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas. Model regresi sederhana pun telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi yaitu terjadinya korelasi (hubungan) diantara anggota-anggota sampel pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah di setiap model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui apakah terjadi

atau tidak terjadi autokorelasi dalam suatu model regresi, digunakan *Durbin-Watson test* (D-W) (Santoso, 2000: 218). Dasar pengambilan keputusan menggunakan *Durbin-Watson test* yaitu (Santoso, 2000: 220):

1. Jika nilai D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika nilai D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel 6. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.650 ^a	.422	.416	3.924	1.728

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Salah satu penyimpangan asumsi dalam regresi sederhana adalah adanya autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian tertentu. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji ini menggunakan *Durbin Watson statistic* (D-W). Model bebas autokorelasi jika nilai DW berada diantara -2 sampai +2. Berdasarkan hasil uji autokorelasi di atas terlihat nilai *Durbin Watson* (D-W) model regresi adalah 1,728. Hal ini berarti tidak terdapat autokorelasi pada model regresi karena nilai tersebut lebih dari 1,567 dan kurang dari 2,371 (Gujarati, 2003:83).

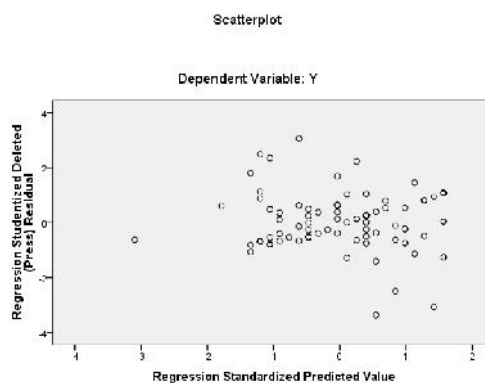
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi

yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi yaitu dengan melihat grafik *scatterplot* (Santoso, 2000:210). Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 3.
Grafik Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan hasil perhitungan Regresi Linear Sederhana pada gambar di atas bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk suatu pola tertentu seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit. Hal ini berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model

penelitian sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Merek pada pastagigi pepsodent.

3. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikan konstanta dari setiap variabel independen. Hipotesis yang diajukan adalah:

-Ho : Koefisien regresi tidak signifikan

-Ha : Koefisien regresi signifikan

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5 % dengan $df=(n-k-1)$. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

a. Jika $t_{hit} < t_{tab}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak

Jika $t_{hit} > t_{tab}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima

b. Jika probabilitas $> 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak

Jika probabilitas $< 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.