

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Berdasarkan metode penelitian, jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian survei. Penelitian survei 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-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2009:7). Pendekatan survei dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada individu sebagai responden.

B. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

2. *Brand Community*

Brand Community merupakan persepsi individu terhadap suatu komunitas yang didasarkan pada seperangkat hubungan sosial dan persamaan komitmen terhadap produk, merek, dan aktivitas konsumsi di antara penggemar merek tertentu.

3. Loyalitas Merek

Loyalitas merek adalah sikap konsumen yang menyenangi satu merek yang menimbulkan kesetiaan dan komitmen pada diri konsumen serta memiliki keinginan yang kuat untuk membeli ulang merek yang sama pada masa sekarang dan masa yang akan datang.

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. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Item	No. Item
1.	Kualitas Produk (X_1)	1. Kinerja	a. Ketangguhan mesin	1
			b. Kecepatan motor	2
		2. Fitur	a. Aksesoris pelengkap	3
		3. Reliabilitas	a. jaminan terhadap kerusakan	4
		4. Konformasi	a. Kenyamanan pemakaian	5
		5. Daya tahan	a. Daya tahan produk	6
		6. Kemampuan pelayanan	a. Pelayanan pada saat pembelian	7
			b. Pelayanan service motor	8
	7. Estetika	a. Bentuk body motor	9	
	8. Persepsi terhadap kualitas	a. Keyakinan terhadap kualitas produk	10	

No.	Variabel	Indikator	Item	No. Item
2.	<i>Brand Community</i> (X ₂)	1. Kesadaran bersama	a. Legitimasi b. Loyalitas merek	1, 2 3
		2. Ritual dan tradisi	a. Merayakan sejarah merek b. Berbagi cerita merek	4, 5 6
		3. Tanggung jawab moral	a. Integrasi dan mempertahankan anggota b. Membantu dalam penggunaan merek c. Kepercayaan terhadap kualitas produk	7, 8 9 10
3.	Loyalitas Merek (Y)	1. Kognitif	a. Persepsi terhadap merek b. Kepercayaan terhadap merek	1, 2 3, 4
		2. Afektif	a. Perasaan terhadap merek b. Komitmen terhadap merek	5 6, 7
		3. Konatif	a. Sikap terhadap merek b. Perilaku di masa yang akan datang	8 9, 10

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009:72). Adapun Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009:73). Kemudian menurut Istijanto (2006:109) yang dimaksud dengan sampel adalah merupakan bagian yang diambil dari populasi.

Pengambilan sampel menurut Arikunto (2002:107), apabila subyek penelitian kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, dan apabila jumlah subyeknya lebih besar atau di atas 100 maka dapat diambil antara 10% sampai 15% atau 20% Sampai 25% atau lebih.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Yamaha V-Ixion Club Lampung yang seluruhnya berjumlah 60 orang.

Dengan demikian berdasarkan pendapat Suharsimi Arikunto, maka penelitian ini akan mengambil seluruh populasi untuk diteliti sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi.

E. Sumber Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari :

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2009:137). Data primer tersebut diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti yaitu pada responden yang menjadi anggota Yamaha V-Ixion Club Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2009:137). Data sekunder tersebut diperoleh secara tidak langsung baik dari literatur-literatur ataupun dari bahan-bahan tertulis yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penulisan skripsi ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara :

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan adalah sumber informasi yang telah ditemukan oleh para ahli yang kompeten di bidangnya masing-masing sehingga relevan dengan pembahasan yang sedang diteliti, data tersebut diperoleh melalui literatur-literatur dan tulisan-tulisan lain yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Yaitu data yang diperoleh secara langsung yang dilakukan melalui cara:

a. Observasi

Yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian pada Yamaha V-Ixion Club Lampung.

b. Kuesioner

Yaitu menyebarkan angket/kuisisioner yang berisikan pertanyaan terstruktur untuk mendapatkan informasi dari responden penelitian.

c. Dokumentasi

Yaitu metode pengumpulan data melalui pencatatan terhadap laporan-laporan, arsip-arsip dan sebagainya.

G. Skala Pengukuran

Pengukuran tingkat jawaban responden dilakukan dengan menggunakan Skala Likert 5 tingkat/poin (Tjiptono, 2004:96). Pengukuran dengan menggunakan Skala Likert ini memiliki kelebihan dalam keragaman skor (*variability of scorer*), sehingga konsumen dalam hal ini dapat mengekspresikan tingkat pendapat mereka terhadap pelayanan yang mereka terima bisa mendekati kenyataan yang sebenarnya.

Tabel 4. Pemberian Bobot Nilai untuk Variabel Penelitian

Jawaban	Skor Penilaian
▪ Sangat Setuju	5
▪ Setuju	4
▪ Cukup Setuju	3
▪ Tidak Setuju	2
▪ Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Tjiptono (2004:96)

H. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Kuesioner

Pengujian validitas kuesioner dilakukan untuk menunjukkan apakah kuesioner yang akan disebar kepada responden layak (valid) atau tidak disebar, dengan menggunakan rumus korelasi product moment (Sugiyono, 2009:235) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \Sigma XY - (\Sigma X) (\Sigma Y)}{\sqrt{[(N \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2) \cdot (N \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)]}}$$

Di mana :

- r_{xy} = Koefisien Korelasi
- N = Jumlah Sampel
- X = Variabel Kualitas Produk (X_1), Brand Community (X_2)
- Y = Variabel Loyalitas Merek

Tahapan dalam menguji validitas dengan menggunakan SPSS 17.0 for Windows evaluation Version sebagai berikut (Rangkuti, 2007:17).

a. Menyusun Matriks Data Mentah

Matriks data mentah berisi nilai-nilai data asli dari kuisioner. Matriks ini berukuran $m \times n$ (m adalah jumlah responden dan n adalah jumlah variabel).

b. Menentukan Hipotesis

H_0 = Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor.

H_1 = Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor.

c. Menentukan r_{tabel}

Dengan melihat tabel r berdasarkan nilai df dan tingkat signifikansi, maka dapat ditentukan besarnya r_{tabel} .

d. Mencari r_{hitung}

Nilai r_{hitung} untuk tiap-tiap item dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*.

e. Pengambilan Keputusan

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item tersebut valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengertian reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten (Sunyoto, 2009:68).

Pengukuran keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan program komputer SPSS, dengan fasilitas Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$.

Untuk perhitungan uji validitas dan uji reabilitas menggunakan bantuan Program Microsoft Excel dan Program Statistika SPSS v.17.0 for Windows Evaluation Version.

I. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi. Model regresi akan dapat dijadikan alat

estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) yakni tidak terdapat heteroskedastisitas, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terdapat autokorelasi (Sunyoto, 2009:79). Jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasnya standar error. Jika terdapat multikolinearitas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Dengan adanya autokorelasi mengakibatkan penaksir masih tetap bias dan masih tetap konsisten hanya saja menjadi tidak efisien. Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan. Pengujian-pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r \leq 0,60$) (Sunyoto, 2009:79).

2. Uji Homoskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homoskedastisitas. Persamaan yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola

yang teratur, baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang (Sunyoto, 2009:82).

3. Uji Normalitas

Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali (Sunyoto, 2009:84).

4. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya) (Sunyoto, 2009:91 - 92). Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan dengan uji Durbin-Watson (DW), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW di bawah -2 ($DW < -2$).
- b. Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW berada di antara -2 dan $+2$ ($-2 < DW < +2$).
- c. Terjadi autokorelasi negatif jika DW di atas $+2$ ($DW > +2$).

J. Teknik Analisis Data

Setelah memperoleh data, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis dekriptif dan analisis inferensial sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang menggambarkan secara rinci, dengan interpretasi terhadap data yang diperoleh melalui pendekatan teoritis. Dalam hal ini adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan melalui pendekatan teori, kemudian dideskripsikan atau dijelaskan. Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan mendeskriptifkan semua data seluruh variabel dalam bentuk distribusi frekuensi dan dalam bentuk tabel yang kemudian diberikan interpretasi terhadap data pada tabel tersebut.

2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial dilakukan melalui pengujian sebagai berikut:

1. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier, yang melibatkan beberapa variabel bebas, untuk digunakan sebagai alat prediksi. (Sugiyono, 2009:200).

Rumus persamaan regresi linier berganda tersebut yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Di mana :

- Y = Loyalitas Merek
- X₁ = Kualitas Produk
- X₂ = *Brand Community*
- a = *Intercept* (Titik Potong)
- b = Koefisien Regresi

2. Uji Hipotesis

Kemudian untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan Uji t dengan rumus, yaitu :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Riduwan, 2004:137)

Ho: $r = 0$; Tidak ada pengaruh yang signifikan variabel X_1 , X_2 terhadap variabel Y.

Ha : $r \neq 0$; Ada pengaruh yang signifikan variabel X_1 , X_2 terhadap variabel.

Kriteria pengujian signifikansi :

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka signifikan, dengan kata lain tolak Ho terima Ha.

Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka tidak signifikan, artinya terima Ho, tolak Ha.

Taraf signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$ atau 5%.

Adapun untuk menguji hipotesis secara keseluruhan (simultan) digunakan Uji F:

$$F_{\text{hit}} = \frac{R^2 (n - k - 1)}{k (1 - R^2)}$$

Keterangan :

F_h = Pengujian signifikansi koefisien regresi berganda

R = Koefisien regresi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Untuk mengetahui tingkat signifikansi adalah sebagai berikut :

Ho: $R = 0$; Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap variabel Y.

$H_a: R = 0$; Ada pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap variabel Y .

Kriteria pengujian signifikansi :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka signifikan, dengan kata lain tolak H_0 , terima H_a .
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka tidak signifikan, artinya terima H_0 , tolak H_a .

Taraf signifikansi yang dipergunakan $\alpha = 0,05$ atau 5%.