

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada mahasiswa S1 reguler Fakultas Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2007.

#### 3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

Beberapa variabel yang digunakan dalam pengukuran data adalah :

Tabel 3. Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.

No	Variabel Operasional	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	Pembeli beralih merek ( <i>Switcher</i> )	Pembeli yang sering berpindah merek	Harga merek lain, berpindah merek.	Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan
2	Pola kebiasaan membeli ( <i>Habitual Buyers</i> )	Tindakan konsumen dalam melakukan pembelian terutama pada faktor kebiasaan	Tingkat pembelian ulang dan kecenderungan pemakaian	Skala Likert yaitu merespon pernyataan dengan
3	Kepuasan konsumen ( <i>Measuring Satisfaction</i> )	Perasaan senang ataupun kecewa setelah membandingkan kinerja produk	Puas atau tidak karena kemampuan produk (harga, rasa, kemasan, khasiat)	memilih lima pilihan jawaban yang terbagi menjadi: 1.Sangat Setuju

Tabel 3 (lanjutan).

4	Merek Kesukaan ( <i>Liking The Brand</i> )	Merek yang paling diminati karena adanya perasaan emosi pengguna produk.	Rasa emosi/suka terhadap merek (simbol, logo, citra produk, citra perusahaan, nilai)	2.Setuju 3.Ragu-ragu 4.Tidak Setuju 5.Sangat Tidak Setuju
5	Komitmen ( <i>Committed Buyers</i> )	Keinginan konsumen untuk terus menggunakan merek tersebut dan menganjurkan pada orang lain	Rekomendasi merek pada orang lain	

### 3.3 Teknik Penentuan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan *non-probability sampling* melalui metode *judgment sampling* yaitu sampel yang mengandalkan pada penilaian perorangan dalam proses pemilihan unsur-unsur dan bahwa setiap unsur populasi akan dimasukkan ke dalam sampel. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 reguler FE Unila angkatan 2007 yang memiliki ciri yaitu sedang mengonsumsi atau pernah mengonsumsi Pepsodent 12 jam, mahasiswa yang hanya sebagai pengguna, dan mahasiswa yang sebagai pemutus pembelian dengan jumlah sampel yang diambil menurut Malhotra yaitu 5-10 kali jumlah variabel penelitian. Variabel dalam penelitian ini sebanyak 5 buah dikali 10 yaitu minimum 50 responden. Sedangkan menurut Krejcie dan Morgan (1970) (dalam Teknik Sampling oleh Hasan Mustafa pada <http://home.unpar.ac>) membuat daftar yang bisa dipakai untuk menentukan jumlah sampel dimana untuk populasi sebanyak 319 maka sampel yang digunakan sebanyak 175. Adapun

sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 180 orang sehingga jumlah tersebut telah memenuhi syarat yang ditetapkan oleh Krejcie Morgan dan Malholtra.

### 3.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Validitas

Validitas adalah pernyataan seberapa jauh data dalam kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menghitung validitas ini digunakan rumus korelasi *product moment* menurut Arikunto (1998:162) sebagai berikut :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = Keeratan hubungan (korelasi)

n = Jumlah pertanyaan

x = Skor pertanyaan

y = Skor total

Setelah diketahui nilai koefisien korelasi, langkah selanjutnya adalah dengan membandingkan nilai koefisien korelasi tersebut dengan nilai r tabel. Penilaian berdasarkan r hitung > r tabel maka butir instrumen dianggap valid. Jika r hitung < r tabel maka butir instrumen dianggap tidak valid.

#### 2. Reliabilitas

Reliabilitas yaitu sejauh mana suatu hasil pengukuran konsisten apabila alat ukur ini digunakan berulang kali. Alat ukur dianggap reliabel jika  $r/\alpha \geq r$  tabel. Alat

pengukuran yang digunakan dengan menggunakan rumus alpha ( $\alpha$ ) menurut Arikunto (1998:193) sebagai berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2_t} \right)$$

Keterangan :  $r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya jumlah pertanyaan

$\alpha^2$  = Varians total

$\sum \alpha^2$  = Jumlah varians butir

Dengan rumus varian :

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \left( \frac{\sum X}{n} \right)^2}{n}$$

Keterangan : n = Jumlah sampling

x = Nilai skor yang dipilih

Pengukuran tingkat reliabilitas dan validitas penelitian ini menggunakan *software* SPSS 12.0.

### 3.5 Analisis Data

#### 3.5.1 Tabel Tabulasi Silang

Tabel tabulasi silang merupakan cara deskriptif sederhana untuk melihat data hasil penyebaran kuesioner. Misalnya untuk mengetahui merek pasta gigi kesukaan mahasiswa Fakultas Ekonomi. Apakah memilih Pepsodent, Close Up, atau yang lain. Cara ini dilakukan dengan dua cara yaitu pertama, tabel distribusi frekuensi yaitu tabel yang menjelaskan jumlah pemunculan data jawaban dari responden

kuesioner. Tabel ini merangkum jumlah pilihan respon dari daftar pertanyaan.

Kedua, total nilai jawaban yaitu gabungan keseluruhan nilai dari hasil penghitungan.

### 3.5.2 Rata-rata

Rata-rata adalah nilai tengah yang memberikan gambaran umum dari seri pengamatan loyalitas terhadap merek pasta gigi Pepsodent 12 jam. Rata-rata digunakan untuk mengetahui nilai tunggal dari setiap variabel penelitian, sehingga dapat digunakan untuk mendeskripsikan variabel penelitian yang dibahas.

Hasil penghitungan pada masing-masing unsur pertanyaan digabung dalam rata-rata gabungan yaitu dengan menggunakan menurut Sudjana (2002:69):

$$x = \frac{\sum ni \bar{x}_i}{\sum ni}$$

Keterangan:  $x$  = rata-rata gabungan dari  $i$  sub

$$\sum ni = \text{banyaknya ukuran}$$

$$\bar{x}_i = \text{rata-rata masing-masing sub}$$

Penelitian ini menggunakan lima interval kelas dimana nilai interpretasi yang diberikan dapat dibalik disesuaikan dengan tujuan penelitian. Formulasi setiap kelas dapat dihitung dengan rumus Durianto dkk (2001:43) :

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilaitertinggi} - \text{nilaiterendah}}{\text{banyakkelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Tabel 4. Rentang Skala Level Jawaban

1,00-1,80	Sangat jelek
1,80-2,60	Jelek
2,60-3,40	Cukup
3,40-4,20	Baik
4,20-5,00	Sangat baik

Sumber: Strategi Menaklukan Pasar, Durianto dkk, 2001

### **3.5.3 Presentase (%)**

Presentase digunakan untuk melihat seberapa besar jumlah *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, dan *committed buyer*, agar dapat dibuat piramida loyalitas merek.

### **3.5.4 Piramida Loyalitas**

Piramida loyalitas yaitu pengelompokkan tingkat loyalitas konsumen terhadap merek Pepsodent. Piramida ini memperlihatkan jumlah konsumen yang masuk kategori *switcher*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand* dan *committed buyer*. Bentuk ideal dari piramida loyalitas ini yaitu piramida terbalik, dimana semakin ke atas semakin melebar. Artinya semakin ke atas jumlah *committed buyer* semakin banyak.