

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian *explanatory*. Menurut Singarimbun dan Effendi (2006 : 5), *explanatory research* penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengajuan hipotesis dengan menggunakan data-data yang sama. Penelitian ini menggunakan jenis *explanatory research* karena peneliti ingin menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara variabel-variabel perluasan merek terhadap ekuitas merek kecap ABC di Bandar Lampung dengan melakukan pengujian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2005:26). Sehingga dapat disimpulkan populasi adalah semua obyek atau subyek yang diteliti dalam penelitian. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen kecap ABC di Kota Bandar Lampung yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2002:109). Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara – cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Agar sampel yang diambil dapat *representative* atau mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *Purposive Judgement Sampling* yaitu sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Teknik ini merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang sangat erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Teknik ini dipilih oleh peneliti karena peneliti juga memiliki keterbatasan dana dan waktu.

Hair (2006:112) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Jumlah pertanyaan dari penelitian ini berjumlah 20, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel} &= 5 \times 20 \\ &= 100 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Dengan berdasarkan uraian di atas, maka jumlah responden yang dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dapat mewakili konsumen kecap ABC di Bandar Lampung yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dengan karakteristik demografi seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan yang telah ditentukan adalah sampel yang telah atau pernah melakukan pembelian kecap ABC minimal tiga kali dalam satu tahun ke belakang sebelum penelitian ini berlangsung,

selain itu sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui bahwa kecap ABC memiliki jenis/varian rasa.

3.2.3 Pengukuran Variabel

Menurut Sugiono (2006:84), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Peneliti ini menggunakan skala likert untuk mengukur pengaruh perluasan merek (*brand extension*) terhadap ekuitas merek (*brand equity*) kecap ABC di Bandar Lampung.

3.3. Sumber Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari sumber yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer yaitu data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Pada umumnya data primer ini sebelumnya belum tersedia, sehingga seorang peneliti harus melakukan pengumpulan sendiri data ini berdasarkan kebutuhannya (Sunyoto, 2011:22).
2. Data Sekunder yaitu data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan mengadakan studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku atau literatur yang ada hubungannya dengan objek penelitian (Sunyoto, 2011:23).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuesioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket. Pada umumnya isi materi kuesioner meliputi identitas responden dan butir-butir pertanyaan variabel penelitian beserta alternatif jawaban (Sunyoto, 2011:24). Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh data primer mengenai mengukur pengaruh perluasan merek terhadap ekuitas merek kecap ABC di Bandar Lampung. Adapun cara yang digunakan adalah dengan penyebaran kuisisioner kepada konsumen kecap ABC di Bandar Lampung.

2. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi bertujuan untuk mengetahui konsep – konsep yang berkaitan dengan penelitian. Selain itu data juga diperoleh dari berbagai jurnal, arsip dan sumber dokumen lain.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini secara garis besar di bagi menjadi dua yaitu variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*). Untuk lebih memperjelas, beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Perluasan Merek (X)

Dalam penyusunan skripsi ini variabel bebas yang ditetapkan adalah Perluasan Merek yang terdiri dari Kesamaan, Reputasi, Pengambil Resiko, Inovasi.

2. Variabel Ekuitas Merek (Y)

Dalam skripsi ini variabel terikat yang ditetapkan adalah Ekuitas Merek yang terdiri dari Kesadaran merek, Loyalitas merek dan Asosiasi merek.

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Item Pertanyaan	Pengukuran
Perluasan Merek (X)	Upaya penggunaan merek yang telah berhasil untuk meluncurkan produk baru atau hasil modifikasi ke dalam kategori baru. (Philip Kotler, 2009).	Kesamaan	1. Merek kecap yang pertama kali muncul dibenak saya adalah kecap ABC.	Skala likert 1 = STS (Sangat Tidak Setuju) 2 = TS (Tidak Setuju) 3 = N (Netral) 4 = S (Setuju) 5 = SS (Sangat Setuju)
			2. Semua varian rasa dari kecap ABC memiliki mutu dan kualitas yang sama.	
			3. Kecap ABC memiliki kesesuaian rasa untuk setiap masakan.	
		Reputasi	4. Saat saya diminta untuk menyebutkan produk kecap, saya akan menyebutkan produk kecap ABC.	
			5. Saya mengetahui bahwa produk kecap ABC memiliki beberapa versi atau jenis lainnya.	
			6. Kecap ABC adalah salah satu produk yang terpercaya dan dengan kualitas yang terjamin.	
		Pengambil Resiko	7. Saya beralih dari merek lain dan menggunakan produk kecap ABC karena saya pernah mencoba produk kecap ABC sebelumnya.	
			8. Menurut saya kecap ABC adalah produk utama dan unggul dibandingkan dengan produk lain.	

			9. Saya percaya jika kecap ABC akan memberikan manfaat dan keuntungan dibanding menggunakan produk lain.	
		Inovasi	10. Saya bersedia menggunakan produk kecap ABC saat ini dan dimasa yang akan datang.	
			11. Saya akan selalu mengikuti informasi tentang perubahan-perubahan dan perkembangan produk baru/ berbeda sari kecap ABC.	
			12. Saya selalu ingin mencoba jika kecap ABC mengeluarkan kecap dengan varian rasa terbaru.	
Ekuitas Merek (Y)	Nilai tambah yang diberikan pada produk dan jasa. (Philip Kotler, 2009).	Kesadaran merek,	13. Saya dapat langsung mengenali kecap ABC dengan hanya melihat logonya saja.	Skala likert 1 = STS (Sangat Tidak Setuju) 2 = TS (Tidak Setuju) 3 = N (Netral) 4 = S (Setuju) 5 = SS (Sangat Setuju)
			14. Saya ingat salah satu iklan kecap ABC yang ditayangkan di Televisi.	
			15. Apabila diminta untuk menyebutkan merek produk kecap, maka kecap ABC adalah merek yang pertama kali muncul dalam benak saya.	
		Loyalitas merek	16. Kecap ABC diproduksi oleh perusahaan yang dapat dipercaya dan memiliki nama baik.	
			17. Saya akan terus menggunakan kecap ABC.	

			18. Menurut saya kecap ABC adalah kecap yang dipercaya oleh semua konsumen dan memiliki mutu juga kualitas yang selalu terjaga.	
		Asosiasi merek.	19. Saya akan merekomendasikan kecap ABC kepada orang lain.	
			20. Saya akan tetap menggunakan kecap ABC walaupun harganya lebih mahal dibandingkan kecap lain.	

3.6. Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui reliabilitas dan validitas variabel – variabel yang diteliti menggunakan teknik pengujian sebagai berikut :

3.6.1. Uji Validitas

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden. Instrumen yang dibuat sebelum disebarakan kepada responden yang menjadi sampel penelitian harus diuji kevalidan dan kereliabelannya melalui analisis faktor, agar daftar pertanyaan yang dibuat tersebut benar-benar mampu menguak data sehingga mampu menjawab permasalahan hingga tujuan penelitian tercapai.

Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur secara tepat dan benar. Dengan mempergunakan instrumen penelitian yang memiliki

validitas yang tinggi, hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitian sesuai dengan keadaan atau kejadian yang sebenarnya dengan signifikansi dibawah 0,05 dan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) serta *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) minimal 0.5 dinyatakan valid dan sampel bisa di analisis lebih lanjut.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Croanbach's Alpa* dengan bantuan SPSS 16.0. Pengujian reliabilitas dilakukan dalam tahapan yaitu dengan membandingkan nilai pada *Croanbach's Alpa* dengan nilai pada *Croanbach's Alpa if item deleted*. Apabila ada pernyataan yang memiliki nilai *Croanbach's Alpa if item deleted* lebih besar dari pada *Croanbach's Alpa* maka pernyataan tersebut tidak reliabel dan harus dilakukan pengujian selanjutnya sehingga tidak ada pernyataan yang memiliki nilai *Croanbach's Alpa if item deleted* yang lebih besar dari *Croanbach's Alpa*. Uji reliabilitas dilakukan terhadap 100 responden yang menjadi konsumen kecap ABC di Bandar Lampung. Hasil uji realibilitas dengan nilai *Croanbach's Alpa* > 0.5 = Reliabel

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis dengan menggunakan pendekatan atau rumus statistik. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif yang digunakan adalah:

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis kuantitatif adalah riset yang cara pengolahan datanya dihitung menggunakan analisis sistematis. Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana. Analisis Regresi Linear Sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu buah variabel bebas terhadap satu buah variabel terikat. Analisis regresi linier sederhana dapat dilihat dalam persamaan berikut:

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat yaitu ekuitas merek

= konstanta

bx = perluasan merek

e = *standar eror*

3.7.2 Analisis Deskriptif

Alat analisis Deskriptif yang digunakan untuk pemecahan masalah adalah dengan menguraikan hasil jawaban kuesioner dari responden.