

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Penentuan Populasi Dan Sampel**

Sampel adalah sebagian dari subjek penelitian populasi yang diteliti (Sugiyono,2005:56). Dalam penelitian ini yang akan dijadikan populasi adalah konsumen dari Toyota Avanza di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu sampel yang dipilih dengan cermat, dan pertimbangan sesuai dengan kriteria, sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Pemilihan sampel bertujuan ini dilakukan karena mungkin saja peneliti telah memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki karena mereka memang memiliki informasi seperti itu dan mereka memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Responden harus memiliki kriteria tertentu, yaitu responden yang dipilih merupakan orang-orang yang pernah memiliki dan menggunakan mobil Toyota Avanza di Bandar Lampung.

#### **3.2. Jenis Dan Sumber Data**

Penelitian ini akan menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka-angka seperti data isian kuisioner. Guna memperoleh data yang

representatif, penulis mengambil data berbagai sumber yang mendukung penelitian ini

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian, yaitu berupa kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh respon tentang efek terhadap ekuitas.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui penelusuran literatur yang berdasarkan dari buku teks dan artikel ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal internasional.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Kuisisioner

Kuisisioner merupakan suatu daftar pertanyaan yang telah disusun penulis untuk selanjutnya diajukan kepada responden/sampel yang terpilih untuk diisi.

Dalam penelitian ini kuisisioner yang diberikan kepada responden bersifat tertutup, dimana responden hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia dalam kuisisioner.

### **3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Terdapat dua variable umumnya pada penelitian yaitu:

a) Variabel bebas (*variable independent*)

Variable yang akan diteliti pengaruhnya, yaitu Atribut Produk

b) Variabel Terikat (*Variable Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi, dalam hal ini adalah Ekuitas Merek.

**Tabel 3.1. Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item Pengukuran	Skala
Atribut Produk (X)				Skala Likert
Utilitarian sumber: Davis, diadopsi oleh Sheng dan Theo (2012)	Evaluasi yang menilai kualitas barang dagangan, kualitas layanan, harga yang ditetapkan dan efisiensi belanja.			
Kemudahan Penggunaan ( <i>ease of use</i> ) (X1)	Suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi dapat dengan mudah dipahami.	<p>a) Kemudahan dalam penggunaan produk</p> <p>b) Pengoperasian sesuai dengan keinginan konsumen</p> <p>c) Fungsi dan kestabilan produk</p> <p>d) Penggunaan produk sangat flexibel</p>	<p>a) Konsumen merasa mudah menggunakan produk</p> <p>b) Konsumen merasa produk sesuai dengan keinginan</p> <p>c) Konsumen merasakan produk memiliki fungsi dan kestabilan</p> <p>d) Konsumen merasa produk sangat flexible</p>	

Tabel 3.1. Operasional Variabel (lanjutan)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item Pengukuran	Skala
Persepsi Manfaat ( <i>perceived usefulness</i> ) (X2)	Suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi informasi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja orang tersebut.	<p>a) Penggunaan produk membuat konsumen efisien</p> <p>b) Produk meningkatkan performa konsumen</p> <p>c) Produk membuat kinerja konsumen lebih efektif</p>	<p>a) Produk dapat membuat konsumen merasa efisien</p> <p>b) performa yang meningkat karena produk tersebut.</p> <p>c) Kinerja yang efektif karena produk tersebut</p>	Likert
<p>Hedonik sumber: Davis, diadopsi oleh Sheng dan Theo (2012)</p> <p>Hiburan (<i>entertainment</i>) (X3)</p>	<p>Hedonik mengacu pada sensasi, berupa kenikmatan dan kesenangan, yang diperoleh konsumen dari keseluruhan pengalaman membeli yang terkait dengan berbelanja.</p> <p>Segala sesuatu, baik yang berbentuk kata-kata, tempat, benda maupun perilaku yang dapat menjadi penghibur</p>	<p>a) Hiburan dapat menciptakan rasa nyaman</p> <p>b) Hiburan dapat meningkatkan kepuasan pada produk</p> <p>c) Hiburan bisa membuat perasaan menjadi senang</p>	<p>a) produk dapat membuat nyaman</p> <p>b) Kepuasan yang diperoleh karena hiburan produk</p> <p>c) Kesenangan yang diperoleh dari produk</p>	Likert

Tabel 3.1. Operasional Variabel (lanjutan)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item Pengukuran	Skala
		d) Fitur hiburan yang mudah digunakan	d) Fitur-fitur hiburan produk yang mudah digunakan	
estetika ( <i>aesthetics</i> ) (X4)	Aspek estetika mencakup reaksi konsumen terhadap estetika berbelanja, yaitu berada dalam toko memberi emosi yang positif bagi konsumen	a) Desain produk menarik b) Desain produk disukai c) Desain produk cocok untuk di lingkungan sekitar d) Desain dapat membuat konsumen menjadi bangga	a) desain dengan tampilan menarik b) Desain disukai dengan konsumen c) Konsumen senang dengan keberadaan produk d) Perasaan bangga konsumen karena produk tersebut.	Likert
Ekuitas Merek (Y)	Sekumpulan asset yang terkait dengan nama merek dan simbol, sehingga dapat menambah nilai yang ada dalam produk atau jasa tersebut	a) Loyal terhadap merek ( <i>loyal</i> ) b) Sadar terhadap merek produk ( <i>brand awareness</i> ) c) Karakteristik produk langsung muncul di pikiran ( <i>perceived quality</i> ) d) Dapat menyebutkan symbol dan logo dengan cepat ( <i>Brand Association</i> )	a) Kesetiaan pelanggan terhadap produk tersebut b) Kesadaran merek terhadap produk tersebut c) Konsumen hanya memikirkan produk tersebut d) Konsumen dapat dengan cepat menyebutkan symbol dan logo ketika ditanya tentang produk tersebut.	Likert

### 3.5. Instrumen dan Skala Pengukuran

Pengukuran instrumen penelitian akan memeerjelas dan mempermudah pemecahan masalah penelitian dan analisis serta interprestasi data. Berdasarkan sistem pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Ordinal dengan pengukuran skala Likert yaitu:

Jawaban sangat sangat setuju (SSS)	bobot nilai 7
Jawaban sangat setuju (SS)	bobot nilai 6
Jawaban setuju (S)	bobot nilai 5
Jawaban netral (N)	bobot nilai 4
Jawaban tidak setuju (TS)	bobot nilai 3
Jawaban sangat tidak setuju (STS)	bobot nilai 2
Jawaban sangat sangat tidak setuju (SSTS)	bobot nilai 1

### 3.6. Uji Instrumen

Setelah data terkumpul, maka data akan diolah untuk mengetahui valid dan reliabelnya instrumen penelitian.

#### 3.6.1. Uji Validitas

Sugiyono (2004 : 124) mengungkapkan bahwa analisis item dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor butir instrumen dengan skor total atau dengan mencari daya pembeda skor setiap item dari kelompok yang memberikan jawaban tinggi dan jawaban rendah. Hasil penelitian akan dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Bila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka instrument dinyatakan valid

dan dengan demikian juga sebaliknya, bila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka dinyatakan tidak valid,  $r_{hitung}$  bisa dilihat dari taraf signifikan 0,05 (5%).

### **3.6.2. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2004 : 137) Menyatakan bahwa “reliabilitas” berkenaan dengan derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu”. Reliabilitas instrumen menunjukkan tingkat keterandalan suatu alat ukur. Dimana tingkat reliabilitas memperlihatkan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan dan dipercaya. Butir pertanyaan yang sudah valid dalam uji validitas ditentukan reliabilitasnya. Bila  $r_{alpha}$  positif atau lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka pertanyaan reliabel dan sebaliknya bila  $r_{alpha}$  negatif atau lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka pertanyaan tidak reliabel.

## **3.7. Metode Analisis Data**

### **3.7.1. Transformasi Data Likert ke Data Interval**

Sebelum melakukan analisis regresi berganda, terlebih dahulu akan dilakukan pengolahan data dengan mengubah data ordinal menjadi data interval. Metode suksesif interval berfungsi untuk mengubah data ordinal menjadi data interval.

### **3.7.2. Uji Hipotesis**

#### **a. Regresi Berganda**

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengetahui kuatnya pengaruh variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) secara terpisah maupun bersama sama dengan variabel terikat.

Adapun rumusnya menurut Sugiyono (2008 : 279) sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e.$$

Keterangan:

- Y = Variabel (Ekuitas Merek)
- a = Bilangan konstanta sebagai titik potong
- b1, b2 = Koefisien regresi
- X1 = Variabel (Kemudahan Penggunaan)
- X2 = Variabel (Persepsi Manfaat)
- X3 = Variabel (Hiburan)
- X4 = Variabel (Estetika)
- e = Error item (variabel lain tidak dijelaskan).

Dalam penelitian ini, analisis data yang akan digunakan adalah analisis statistik inferensial dengan menggunakan program SPSS seri 20 for windows.

b. Uji t

Uji t akan digunakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individual (parsial) terhadap variabel terikat.

c. Uji F

Uji F akan digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat .

d. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Semakin tinggi R<sup>2</sup>, semakin penting suatu variabel karena dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variabel, maka akan digunakan koefisien determinasi untuk mengukur besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar koefisien determinasi terkoreksi atau model regresi, maka model didapatkan akan semakin baik.