

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan jenis penelitian yang digunakan adalah *eksplanatory research* (penelitian penjelasan). Menurut Singarimbun dan Effendi (Ed 2008 : 5) *explanatory research* (penelitian eksplanatori) adalah merupakan penelitian penjelasan yang menyoroti hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Menurut Singarimbun dan Effendi (Ed 2008:5) penelitian yang mengukur fenomena sosial, pengembangan konsep, dan menghimpun fakta, serta menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis atau penelitian penjelasan. Penelitian ini menjelaskan asosiasi antara variabel dimensi-dimensi ekuitas merek melalui pengujian hipotesa yang telah dipaparkan pada bab II.

Berdasarkan instrument atau alat pengumpul data yaitu kusioner serta tujuan penelitian maka metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Sedangkan menurut Sanusi (2011:105) metode survey adalah cara pengumpulan data di mana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan dan pernyataan kepada responden baik dalam lisan maupun secara tertulis. Ditambahkan oleh Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed 2008: 3) menjelaskan bahwa data survei dikumpulkan dari sampel sebagai

perwakilan dari populasi. Sampel yang dipilih selanjutnya akan diberikan kuesioner untuk dijawab guna keperluan penelitian.

Maholtra (2005:196) berpendapat pula bahwa metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan ke responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik. Dalam metode ini pemerolehan informasi berdasarkan pertanyaan yang diajukan ke responden yang telah direncanakan sebelumnya secara sengaja dalam penelitian ini. Responden akan ditanyai mengenai berbagai pertanyaan mengenai perilaku, pengetahuan ataupun juga pandangan yang berkenaan dengan tema penelitian.

B. Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran

1. Variabel-variabel Penelitian

Kerlinger (1990:48) menyatakan suatu konstruk adalah abstraksi yang terbentuk oleh generalisasi hal-hal khusus yang digunakan dengan kesengajaan dan kesadaran penuh bagi suatu maksud ilmiah yang khusus, secara agak longgar konstruk-konstruk atau sifat-sifat yang akan dipelajari yang terbentuk dalam rumusan masalah penelitian dan teorisasi-teorisasinya sebagai sebuah variabel penelitian atau dapat dinyatakan bahwa variabel berasal dari definisi teori yang telah disusun sebagai penjelasan sifat operasional penelitian yang daripadanya dilekatkan suatu bilangan atau nilai yang kemudian dianalisis secara statistik.

Berdasarkan pengertian tersebut suatu konstruk merupakan konsep yang didefinisikan oleh para peneliti dalam istilah konseptual dan tidak dapat diukur secara langsung. Konstruk-konstruk penelitian berupa suatu abstraksi yang digunakan sebagai sebuah variabel penelitian berkenaan dengan judul atau berdasarkan teori yang telah diuraikan, kemudian dilekatkan suatu statistik.

Kerlinger (1990:49) menyatakan variabel adalah suatu sifat yang dapat memiliki bermacam nilai dan sesuatu yang bervariasi. Variabel apabila didefinisikan secara operasional adalah hal-hal yang teramati (Kerlinger, 1990:66). Konsep disebut juga dengan variabel laten yang merupakan suatu *entity* (utuhan obyek) tak teramati yang diduga melandasi variabel-variabel amatan. Lebih lanjut ditambahkan oleh Widayat dalam Widayat dan Amirullah (2002:18) bahwa suatu variabel dapat diartikan sebagai suatu karakteristik, ciri, sifat, watak atau keadaan yang melekat pada seseorang atau obyek. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel merupakan atribut, ciri, sifat, kemampuan dan ukuran lainnya yang berbeda-beda (bervariasi) yang ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji dan dipelajari. Penelitian ini menggunakan empat variabel yang diamati dari dimensi ekuitas merek, yang dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4 Variabel dan indikator atau *item*

No	Variabel	Indikator <i>Item-item</i>
1.	Kesadaran merek (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber mengenal merek Telkomsel 2. Puncak pikiran konsumen 3. Dominasi kesadaran konsumen dari Telkomsel
2.	Asosiasi merek (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi pemasaran 2. Mengetahui slogan Telkomsel 3. Popularitas Telkomsel 4. Asosiasi merek Telkomsel
3.	Persepsi kualitas (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kepercayaan kualitas Telkomsel 2. Faktor yang diutamakan 3. Kualitas Produk Telkomsel
4.	Loyalitas Merek (X_4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang kartu perdana Telkomsel 2. Merekomendasikan pada orang lain 3. Kesetiaan pada Telkomsel

2. Skala Pengukuran

Menurut Van Zanten (1994:244) hubungan statistik antara dua variabel atau lebih yang disebut dengan istilah asosiasi akan digunakan khususnya apabila variabelnya diukur pada skala nominal. Menurut Rangkuti (2001:65) skala nominal hanya sekedar membedakan suatu katagori dengan katagori lainnya dalam suatu variabel. Angka-angka yang diberikan pada objek merupakan label dan tidak diasumsikan adanya tingkatan antara satu katagori dan katagori lainnya dari satu variabel.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa sesuai dengan namanya skala nominal hanya merupakan suatu label, hanya bersifat kode atau lambang saja (tidak memiliki unsur jarak atau unsur nilai lebih suatu skor dari skor yang dibawahnya) dipergunakan untuk mempermudah proses pengklasifikasian.

Dalam penelitian ini tingkat skala pengukuran yang digunakan adalah skala nominal yang dinyatakan dalam criteria dan penggolongan.

Riduwan (2010 : 44) menjelaskan skala yang paling sederhana disusun menurut jenis (katagorinya) atau fungsi bilangan hanya sebagai symbol untuk membedakan sebuah karakteristik dengan karakteristik lainnya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (80:2009) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Maholtra (2004:364) populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset bisnis. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Arikunto (2002:108) bahwa populasi adalah keseluruhan obyek Populasi pada penelitian ini adalah para pengguna operator seluler Telkomsel pada warga di Kelurahan Lowokwaru Malang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan Menurut Maholtra (2004:364) sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Sampel yang diambil dari populasi harus dapat memberikan gambaran yang menyeluruh atas keseluruhan

populasi penelitian, hal ini mengandung arti bahwa sampel yang diambil tersebut harus dapat mewakili keseluruhan karakteristik dan sifat-sifat populasi yang diteliti sehingga pada proses generalisasi yang diambil akan diperoleh hasil yang dapat dibenarkan secara metodologis dan memenuhi kaidah-kaidah penelitian ilmiah.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Yamane dalam Rahmat (2002:99) adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan :

n = banyaknya sampel

N = jumlah populasi

d² = presisi yang diinginkan

Data populasi yang telah didapatkan tersebut, selanjutnya diolah menggunakan rumus Taro Yamane dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$= \frac{15227}{(15227) \cdot 0,1^2 + 1}$$

$$= 99,34 = 99 \text{ orang}$$

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportional stratified random*. Arikunto (2002:116) mengemukakan

bahwa teknik sampel proporsi atau sampelimbangan dilakukan untuk menyempurnakan penggunaan teknik sampel wilayah. Teknik *sampling* ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata secara proporsional. Pengambilan sampel dari setiap strata atau wilayah ditentukan seimbang atau sebanding dengan banyaknya subyek dalam masing-masing strata atau wilayah. Proses pengambilan sampel dilakukan secara acak sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Penetapan sampel responden dilakukan dengan menggunakan metode undian.

D. Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

a. Data primer

Menurut Sanusi (2011:105) data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data ini berkaitan langsung dengan warga pengguna Telkomsel, yaitu mengenai ekuitas merek kartu perdana Telkomsel. Pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner para pengguna operator seluler Telkomsel pada warga di Kelurahan Lowokwaru Malang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain (Sanusi, 2011:104) Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari jurnal, artikel, dan dokumen Kelurahan Lowokwaru Malang. Data ini dapat berupa gambaran lokasi penelitian, seperti batas dan luas wilayah, jumlah penduduk, karakteristik penduduk, dsb.

2. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya penelitian merupakan suatu usaha untuk melakukan pengukuran terhadap suatu fenomena-fenomena yang teramati, agar diperoleh hasil penelitian yang baik maka diperlukan suatu instrument khusus yang sesuai untuk melakukan pengukuran pada hal-hal yang diamati tersebut. Instrument penelitian menurut Sanusi (2011:67) adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial.

Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Arikunto (2002:128) kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui. Instrument penelitian yang telah disusun dan uji coba dilakukan, seharusnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas namun mengingat variabel dari penelitian ini diukur dalam skala nominal, yang berupa klasifikasi atau pengkatagorian, maka tidak diperlukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang dirancang.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam sebuah penelitian karena dengan analisis, data dapat diberikan arti dan makna yang berguna untuk memberikan jawaban dari tujuan penelitian dan sekaligus memecahkan masalah penelitian. Dengan demikian diperoleh manfaat yang dapat dipakai untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian. Mengingat bahwa tujuan penelitian ini adalah menguji hipotesis-hipotesis, maka analisis yang digunakan adalah metode statistik, dalam penelitian ini menggunakan asosiasi. Tujuannya adalah untuk mengetahui adanya hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2010:89). Lebih lanjut, untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel dilakukan uji asosiasi dengan menggunakan teknik *Chi-Square*. Hubungan dikatakan kuat apabila nilai C mendekati 1, sebaliknya nilai C semakin mendekati 0 maka semakin lemah. Signifikan hubungan dapat dilihat dari nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dikatakan signifikan. serta untuk mengetahui kekuatan asosiasi antar variabel diukur dengan melakukan uji-uji *independence* ukuran asosiasi yaitu : koefisien *phi* (Φ), koefisien *Cramer* (C) dan koefisien kontingensi *Pearson* (P).

1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif menurut Sanusi (2011:115) adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum

atau generalisasi. Yang termasuk dalam statistik deskriptif menurut Sugiyono (2009:148) antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase. Tujuan dari analisis ini adalah untuk membuat suatu deskriptif, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik penelitian dengan menggambarkan objek penelitian yang terdiri dari gambaran lokasi penelitian, keadaan responden yang diteliti, serta *item* yang didistribusikan dari masing-masing variabel yang dikumpulkan, diolah, dan ditabulasi dalam tabel, kemudian dilakukan pembahasan angka dan prosentase.

2. Analisis Asosiasi

Analisis asosiasi menurut Van Zanten (1994:244) adalah bentuk hubungan statistic antara dua variabel yang diukur pada skala nominal.

a. Proses penghitungan Asosiasi :

1) Menghitung *Chi-Square* (x^2)

Chi-Square menurut Van Zanten (1994:248) adalah suatu ukuran (uji) mengenai perbedaan yang terdapat antara frekuensi yang sebenarnya ada dalam populasi dan frekuensi yang diharapkan.

Rumus Chi-Square menurut Van Zanten (1994:249) adalah sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^b \sum_{j=1}^k \frac{(F_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Keterangan :

χ^2 = nilai Chi-Square

$\sum_{i=1}^b \sum_{j=1}^k$ = jumlah semua baris dan semua kolom

F_{ij} = frekuensi pengamatan dari baris i dan kolom j

E_{ij} = frekuensi yang diharapkan dari baris i dan kolom j

2). Uji-uji *Independence* Ukuran Asosiasi

Menurut Van Zanten (1994:244), kuatnya asosiasi antara dua variabel atau lebih dapat diukur dengan ukuran *Cramer*, ukuran asosiasi ini mengukur *interdependence* antara dua variabel simetrik (hubungan timbal balik antara dua variabel yang saling tergantung satu sama lain). Ukuran asosiasi dapat dirumuskan dalam koefisien, koefisien *Cramer* dan koefisien kontingensi *Pearson*. Ukuran asosiasi memiliki nilai antara 0 dan 1 untuk setiap tabel silang. Nilai *C* semakin mendekati 0 semakin memperlemah asosiasi antara variabel sebaliknya apabila koefisien kontingensi mendekati 1 maka

hubungan antara variabel akan menunjukkan semakin kuat (sempurna).

a) *Koefisien Phi* (Φ)

Rumus *koefisien Phi* (Φ) menurut Van Zanten (1994:254)

adalah sebagai berikut :

$$K \text{ Phi } (\Phi) = \frac{\sqrt{X^2}}{n}$$

Keterangan :

K Phi (Φ) = koefisien *phi*

X^2 = *Chi-Square*

n = banyaknya unsur di dalam sampel

b) *Koefisien Cramer*

Rumus C menurut Cramer dalam Van Zanten (1994:250)

adalah sebagai berikut :

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{N(\min(b,k)-1)}}$$

Keterangan :

C = koefisien *Cramer*

X^2 = *Chi-Square*

N = jumlah populasi

b = banyaknya baris tabel

k = banyaknya kolom tabel

min(b,k) = bilangan terkecil dari b dan k

c) *Koefisien Kontingensi Pearson*

Rumus koefisien kontingensi *pearson* dalam Van Zanten

(1994:254) adalah sebagai berikut :

$$KK \text{ Pearson } (P) = \sqrt{\frac{X^2}{X^2+n}}$$

Keterangan :

KK Pearson (P) = Koefisien Kontingensi *pearson*

X^2 = *Chi-Square*

n = Banyaknya unsur di dalam sampel

b. Keputusan Menerima atau Menolak Hipotesis

Pendekatan yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah Chi-Square, secara alternatif yang mendasarkan pada signifikan yang ditunjukkan dalam *output* SPSS yang mendasarkan pada pendekatan alternative dengan mendeteksi secara langsung tingkat signifikansi yang ditetapkan adalah di bawah 5% untuk menolak H_0 atau menerima H_a .