

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Fakultas Ekonomi UII. Alasan pemilihan FE UII sebagai lokasi penelitian adalah karena banyak mahasiswa FE UII yang menggunakan Apple iPhone sehingga merupakan representatif yang cocok untuk melakukan penelitian.

#### **3.2 Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini ada lima variabel penelitian terdiri dari variabel independen diantaranya kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek serta variabel dependen yaitu minat beli

#### **3.3 Defenisi Operasional Variabel**

##### **3.3.1 Kesadaran Merek**

Variabel pertama adalah variabel independen yaitu kesadaran merek. Menurut Aaker (1991) Kesadaran Merek adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori merek tertentu. Kesadaran merek merupakan variabel independen dari minat beli. Pengukuran terhadap kesadaran merek mengacu pada instrumen yang dikembangkan oleh Jalilvand (2011) yang meliputi kesadaran konsumen akan merek, dapat mengenali merek dalam persaingan dan pandangan terhadap merek.

### **3.3.2 Asosiasi Merek**

Variabel selanjutnya dalam penelitian ini adalah Asosiasi merek. Asosiasi merek adalah segala kesan yang muncul di benak seseorang yang terkait dengan ingatannya mengenai suatu merek (Aaker, 1991). Asosiasi merek merupakan variabel independen dari minat beli. Indikator dalam variabel asosiasi merek meliputi karakteristik yang mudah diingat, logo yang mudah diingat serta kemudahan dalam membayangkan produk. Pengukuran ini merujuk kepada instrumen yang dikembangkan oleh Jalilvand (2011) tentang pengaruh elemen ekuitas merek terhadap minat beli

### **3.3.3 Persepsi Kualitas**

Variabel independen ketiga dalam penelitian ini adalah persepsi kualitas. Persepsi Kualitas adalah persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen (Aaker, 1991). Persepsi kualitas merupakan variabel independen dari minat beli. Jalilvand (2011) mengemukakan ada 4 indikator dalam variabel persepsi kualitas meliputi kualitas merek yang tinggi, kemungkinan kualitas merek yang tinggi, kemungkinan kehandalan merek yang tinggi dan kepastian kualitas merek.

### **3.3.4 Loyalitas Merek**

Variabel independen terakhir dari minat beli adalah loyalitas merek. Aaker (1991) mendefinisikan loyalitas merek sebagai suatu ukuran keterkaitan seorang pelanggan dengan sebuah merek. Indikator dalam variabel kesadaran

merek sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jalilvand (2011) meliputi konsumen tidak berpindah ke lain merek, menjadikan merek tersebut sebagai pilihan utama, kesetiaan pada keputusan pemilihan merek dan merek disukai oleh konsumen.

### **3.3.5 Minat Beli**

Variabel selanjutnya merupakan variabel dependen yaitu minat beli. Minat beli adalah variabel dependen dari 4 dimensi ekuitas merek dalam penelitian ini. Pengertian minat beli adalah kemungkinan bahwa pelanggan akan membeli produk tertentu (Wang dan Tsai, 2014). Spears dan Singh (2004) mendefinisikan minat beli sebagai rencana sadar individu untuk melakukan upaya untuk membeli merek. Pengukuran terhadap minat beli mengacu pada instrumen yang dikembangkan oleh Khan (2014). Indikator dalam variabel minat beli meliputi membeli dalam waktu dekat, pertimbangan membeli di masa yang akan datang dan memiliki niat membeli di masa yang akan datang.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Sugiyono, 2010). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Dengan skala likert memungkinkan responden menjawab berbagai tindakan pada setiap butir pertanyaan penelitian. Skala likert dalam kuesioner ini menggunakan 5 pilihan dengan skor sebagai berikut :

Tabel 3.1

Skala penilaian untuk pertanyaan positif dan Negatif

No	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1	Sangat Setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Ragu-ragu	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Sugiyono (2010)

### 3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Suryana (2010) data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Menurut Sugiyono (2010) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarkan kepada responden sesuai dengan permasalahan yang diteliti untuk memperoleh data yang berupa pernyataan responden yang dilakukan secara tertutup, artinya responden hanya memilih jawaban-jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Adapun isi dari kuesioner tersebut sebagai berikut:

- Bagian 1 : berisi tentang kesadaran merek
- Bagian 2 : berisi tentang asosiasi merek
- Bagian 3 : berisi tentang persepsi kualitas

Bagian 4 : berisi tentang loyalitas merek

Bagian 5 : berisi tentang minat beli

Untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel 34 buah kuesioner yang akan diuji. Uji validitas merupakan pengujian untuk menentukan suatu kuesioner sah atau tidak (Ghozali, 2006). Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan didalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan bantuan SPSS19 pengujian valid tidaknya suatu instrumen dapat dilihat dari tampilan *output Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated item total correlation*. Jika  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  Tabel dan nilai positif, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Sedangkan uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur seberapa konsisten jawaban dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Pengukuran ini dapat dilakukan melalui bantuan SPSS 19 dengan melihat nilai Cronbach Alpha. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $>0.60$ .

Jumlah sampel yang digunakan peneliti sebanyak 34 orang. Dengan demikian  $df = 34-2$  yaitu 32. Tabel  $r$  menunjukkan pada  $df$  sebesar 32 dengan tingkat kesalahan 0,05 atau 5% memiliki nilai 0.2869.

Tabel 3.2  
Hasil Uji Coba Validitas Angket

Variabel	Kode Indikator	r-hitung	r-Tabel 34 responden	Hasil
Kesadaran Merek	P1	0.854	0.2869	VALID
Kesadaran Merek	P2	0.860	0.2869	VALID
Kesadaran Merek	P3	0.893	0.2869	VALID
Asosiasi merek	P4	0.804	0.2869	VALID
Asosiasi merek	P5	0.810	0.2869	VALID
Asosiasi merek	P6	0.846	0.2869	VALID
Persepsi Kualitas	P7	0.874	0.2869	VALID
Persepsi Kualitas	P8	0.857	0.2869	VALID
Persepsi Kualitas	P9	0.925	0.2869	VALID
Persepsi Kualitas	P10	0.903	0.2869	VALID
Loyalitas merek	P11	0.629	0.2869	VALID
Loyalitas merek	P12	0.859	0.2869	VALID
Loyalitas merek	P13	0.814	0.2869	VALID
Loyalitas merek	P14	0.760	0.2869	VALID
Minat beli	P15	0.853	0.2869	VALID
Minat beli	P16	0.942	0.2869	VALID
Minat beli	P17	0.719	0.2869	VALID

Sumber : Data Primer, 2015

Dari perhitungan yang dilakukan terhadap masing-masing indikator variabel diperoleh hasil bahwa semua indikator memiliki r hitung yang lebih besar dari r Tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel valid untuk melakukan pengujian penelitian.

Kemudian selanjutnya adalah uji reliabilitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian, dengan syarat bahwa indikator yang reliabel memberikan nilai Cronbach Alpha  $>0,60$ . (Ghozali, 2006).

Hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3.3  
Hasil Uji Coba Reliabilitas Angket

Variabel	Cronbach Alpha	Hasil
Kesadaran Merek	0.840	RELIABEL
Asosiasi merek	0.760	RELIABEL
Persepsi Kualitas	0.914	RELIABEL
Loyalitas merek	0.772	RELIABEL
Minat beli	0.795	RELIABEL

Sumber : Data Primer. 2015

Pengujian reliabilitas variabel dengan melihat nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel. Hasil pengujian yang ditunjukkan Tabel 3.3 memperlihatkan bahwa semua variabel dalam pengujian ini memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0.60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bersifat reliabel untuk melakukan perhitungan.

Berdasar hasil uji coba validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang dilakukan, seluruh instrumen atau indikator dinyatakan valid dan reliabel untuk melakukan pengujian penelitian.

### 3.5 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang masih aktif dari semua angkatan. Sedangkan sampel dipilih dengan metode *accidental sampling*. Metode

*accidental sampling* yaitu metode dalam memilih sampel, dimana peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tadi ada di situ atau kebetulan dia mengenal orang tersebut (Mustofa. 2000). Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi penelitian ini dapat digunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

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

keterangan :

e : tingkat kesalahan pengambilan sampel

N : jumlah populasi penelitian

n : jumlah sampel

Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang aktif dari semua angkatan pada tahun ajaran 2015/2016 berjumlah 5413 orang. Tingkat kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan oleh peneliti sebesar 10%. Oleh sebab itu jumlah sampel minimal yang harus diteliti oleh peneliti adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{5413}{1 + 5413 \cdot 0.1^2}$$

$$n = 98.18$$

$$n = 98 \text{ orang (dibulatkan kebawah)}$$

maka dari perhitungan diatas jumlah sampel minimal yang harus diteliti oleh peneliti adalah sebanyak 98 orang.

## 3.6 Metode Analisis Data

### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *standar deviasi*, *varian*, *maksimum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2013).

### 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (Y), bila dua atau lebih independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). (Sugiyono, 2007)

Rumus regresi berganda:

$$Y = b_1.x_1 + b_2.x_2 + b_3.x_3 + b_4.x_4$$

Keterangan :

$Y$  : *Minat beli*

$b_1$  : koefisien regresi Kesadaran Merek

$b_2$  : koefisien regresi Asosiasi merek

$b_3$  : koefisien regresi Persepsi Kualitas

$b_4$  : koefisien regresi Loyalitas merek

$x_1$  : Kesadaran Merek

$x_2$  : Asosiasi merek

$x_3$  : Persepsi Kualitas

$x_4$  : Loyalitas merek

### 3.6.3 Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Menurut Ghozali (2013) uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Prosedur pengujian uji F adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesi operasional

Ho : Tidak ada pengaruh positif Kesadaran Merek. Asosiasi merek. Persepsi Kualitas dan Loyalitas merek secara bersama-sama terhadap minat beli merek Apple.

Ha : Ada pengaruh positif Kesadaran Merek. Asosiasi merek. Persepsi Kualitas dan Loyalitas merek secara bersama-sama terhadap minat beli merek Apple

2. Menentukan taraf signifikansi

$$\alpha = 5\%$$

3. Menetapkan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis

Ho gagal ditolak jika (p) probabilita  $\geq \alpha$

Ho ditolak jika (p) probabilita  $< \alpha$

4. Menghitung nilai statistik

Menghitung nilai statistik menggunakan perhitungan melalui alat statistika yaitu program SPSS19

5. Menarik kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari prosedur 3 dan prosedur 4

### 3.6.4 Pengujian hipotesis secara parsial (uji-t)

Menurut Ghozali (2013) uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Prosedur pengujian uji-t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis operasional

Ho : tidak ada pengaruh positif Kesadaran Merek. Asosiasi merek. Persepsi Kualitas dan Loyalitas merek secara parsial terhadap minat beli merek Apple.

Ha : ada pengaruh positif Kesadaran Merek. Asosiasi merek. Persepsi Kualitas dan Loyalitas merek secara parsial terhadap minat beli merek Apple.

2. Menentukan taraf signifikansi

$$\alpha = 5\%$$

3. Menetapkan kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis

Ho gagal ditolak jika (p) probabilita  $\geq \alpha$

Ho ditolak jika (p) probabilita  $< \alpha$

4. Menghitung nilai statistik

Menghitung nilai statistik menggunakan perhitungan melalui alat statistika yaitu program SPSS19

5. Menarik kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari prosedur 3 dan prosedur 4

### 3.6.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji heteroskedastisitas, multikolinieritas, normalitas dan linieritas.

#### 3.6.5.1 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas. Pada penelitian ini uji heterokedastisitas menggunakan pendekatan grafik melalui uji glejser dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Prosedur pengujian heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional:

Ho : Tidak ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda

Ha : Ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

$H_0$  : diterima jika residual pada gambar scatterplot terlihat menyebar secara acak.

$H_0$  : ditolak jika residual pada gambar scatterplot tidak terlihat menyebar secara acak

3. Membuat gambar scatterplot

Pembuatan gambar scatterplot dilakukan dengan menggunakan program SPSS19.

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan prosedur 2 dan 3

### **3.6.5.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2013) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional

$H_0$  : Tidak ada pengaruh multikolinieritas terhadap

model regresi

$H_a$  : Ada pengaruh multikolonieritas terhadap model regresi

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

$H_0$  diterima jika  $VIF < 10$  dan toleransi  $> 0.1$

$H_0$  ditolak jika  $VIF \geq 10$  dan toleransi  $\leq 0.1$

3. Menghitung nilai VIF dan toleransi

Perhitungan nilai VIF dan toleransi dilakukan dengan menggunakan program SPSS19

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan prosedur 2 dan 3

### 3.6.5.3 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Normalitas model regresi dapat dilihat dari hasil perhitungan One Sample Kolmogorov-Smirnov test. Adapun prosedur pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional :

$H_0$  : data residual berdistribusi normal

$H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:

$H_0$  : diterima jika tingkat signifikansi  $\geq 0.05$

Ho : ditolak jika tingkat signifikansi < 0.05

3. Penghitungan taraf signifikansi menggunakan program SPSS19
4. Menarik kesimpulan sesuai dengan prosedur 2 dan 3

#### 3.6.5.4 Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik (Ghozali, 2013). Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan uji Lagrange Multiplier (Ghozali, 2013). Uji ini bertujuan untuk mendapatkan  $c^2$  hitung atau  $(n \times R^2)$ . Langkah pengujiannya adalah:

1. Lakukan regresi dengan persamaan utama:  $PI = f(\text{BAWA}, \text{BASO}, \text{PEQ}, \text{BLO})$

2. Jika dianggap persamaan tersebut sudah benar spesifikasinya, maka nilai residualnya harus dihubungkan dengan nilai kuadrat variabel dependen dengan persamaan regresi :

$$U_t = b_1 \cdot \text{BAWA}^2 + b_2 \cdot \text{BASO}^2 + b_3 \cdot \text{PEQ}^2 + b_4 \cdot \text{BLO}^2$$

3. Dapatkan nilai  $R^2$  untuk menghitung  $c^2$  hitung

4. Jika  $c^2_{hitung} > c^2_{tabel}$ , maka hipotesis yang menyatakan model linear ditolak

### 3.6.6 Koefisien Determinansi Adjusted- $R^2$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan koefisien determinasi Adjusted- $R^2$ . Koefisien determinasi Adjusted- $R^2$  menunjukkan persentase total variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai  $R^2$  menunjukkan bahwa variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Sebaliknya jika nilai  $R^2$  mendekati 0, maka variasi dari variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen. Jika dalam uji empiris nilai Adjusted- $R^2$  adalah negatif maka nilai Adjusted- $R^2$  dianggap bernilai 0. Secara matematis jika nilai  $R^2 = 1$  maka Adjusted- $R^2 = R^2 = 1$  sedangkan jika nilai  $R^2 = 0$ , maka Adjusted- $R^2 = (1 - k)/(n - k)$ . Jika  $k > 1$  maka Adjusted- $R^2$  bernilai negatif (Ghozali, 2013).

### 3.6.7 Uji Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ )

Koefisien determinan parsial digunakan untuk mengetahui sumbangan variabel bebas / independen (X) secara parsial terhadap variabel terikatnya / dependen (Y). Nilai koefisien determinan parsial dapat dicari dengan mengkuadratkan koefisien korelasi ( $r$ ) parsial yang

diperoleh dengan perhitungan SPSS. variabel bebas yang mempunyai  $r^2$  yang paling besar. menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel terikatnya.

