

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rencana Penelitian

Rancangan penelitian secara umum dapat diartikan sebagai sketsa atau desain penelitian yang sengaja dibuat oleh peneliti. Rancangan penelitian dapat pula diartikan sebagai kerangka penelitian. Jadi sebelum menjalankan sebuah penelitian, peneliti harus membuat proposal penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono, menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang berdasar pada filsafat positivisme dan memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Jenis penelitian ini adalah penelitian *survey*, penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan dalam populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis”.³³

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel mediator dikarenakan menurut Baron dan Kenny penggunaan variabel mediasi untuk menjelaskan mekanisme dibalik hubungan antara variabel independen dan dependen.³⁴ Mereka menekankan bahwa dengan melibatkan variabel mediasi, peneliti dapat memahami bagaimana pengaruh variabel independen terjadi

³³ Sugiyono, Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif R&D, (Bandung: Alfabet, 2013), 224.

³⁴ Timothy Z. Keith, *Multiple Regression and Beyond Trird Edition*, (New York: Routledge, 2019), 180-185

melalui mediator, memberikan wawasan yang lebih dalam tentang proses tersebut.

Mereka menetapkan langkah-langkah analisis yang harus dipenuhi untuk mengidentifikasi mediasi, termasuk pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap mediator, mediator terhadap dependen, dan independen terhadap dependen. Ini membantu dalam membedakan antara mediasi sempurna dan parsial, serta meningkatkan pemahaman teoritis mengenai hubungan antar variabel dalam penelitian

B. Variabel Penelitian

Sugiyono mendefinisikan variabel penelitian sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang dikategorikan ke dalam variabel bebas (*dependent*), variabel terikat (*independent*) dan variabel penghubung (mediasi).

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab dari perubahan atau juga menjadi penyebab munculnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah *Brand Association* sementara variabel terikat ialah *Brand Loyalty* dan variabel mediasi adalah *Community Branding*.

C. Populasi dan Sampel

Sugiyono menjelaskan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

masyarakat didesa Bumirejo Malang, peneliti mengambil sampel dan menetapkan karakteristik sampel dengan pertimbangan berdasarkan dengan fenomena yang ditemui oleh peneliti berdasarkan wawancara awal pada masyarakat rw.13 desa Bumirejo mengenai alasan mengapa mereka menggunakan sebuah produk tertentu secara berulang kali. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu ibu rumah tangga di Rw. 13 desa Bumirejo Malang.

Dengan karakteristik:

1. Responden merupakan ibu rumah tangga di Rw. 13 desa Bumirejo Malang
2. Responden berumur 22-27 tahun
3. Responden merupakan pengguna suatu produk peralatan mandi tertentu secara berulang.

Dewasa muda sering kali membuat keputusan pembelanjaan yang dominan oleh faktor emosi dan keinginan untuk memuaskan kesenangan, bahkan jika barang tersebut tidak sepenuhnya dibutuhkan. Mereka cenderung membeli barang sebagai cara untuk meniru dan mengidentifikasi diri dengan grup sosial mereka, serta untuk merasa diterima dalam lingkungan sosial. Pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, terutama dari orang dewasa dan teman sebaya, memainkan peran krusial dalam membentuk pola konsumsi mereka. Mereka ingin menyesuaikan diri dan mencari identitas melalui benda-benda materi. Sehingga pada penelitian ini tertuju pada apakah keluarga masih menjadi preferensi subjek dalam memilih sebuah merek.

Sedangkan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan oleh peneliti yaitu teknik probability sampling, probability sampling adalah teknik

untuk mengambil sampel di mana peneliti menerapkan pilihan pada beberapa macam anggota populasi random untuk menjadi salah satu bagian dari sampel dengan parameter pada pemilihan ini.³⁵ Dengan menggunakan model *Cluster Random Sampling*, Teknik pengambilan sampel ini menentukan sampel berdasar kelompok wilayah dari anggota populasi penelitian. Pada teknik model ini subyek penelitian akan dikelompokkan menurut area atau tempat domisili anggota populasi. Tujuannya antara lain untuk meneliti tentang suatu hal pada bagian-bagian yang berbeda di dalam suatu wilayah tertentu.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan Data merupakan sesuatu yang penting dalam penelitian. Teknik ini merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.³⁶ Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey*, yaitu dengan menyebarkan kuesioner pada sampel yang akan diteliti. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan para responden. Pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini merupakan pertanyaan tertutup yang terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi data responden yang merupakan gambaran umum responden secara demografis, dan bagian kedua berisi daftar pertanyaan yang mewakili variabel.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Sugiyono adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen

³⁵ Sugiyono, Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif R&D, (Bandung: Alfabet, 2013), 224.

³⁶ Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 33.

yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yang bertujuan untuk mengungkapkan data kualitas jasa, bauran promosi, dan kepuasan pelanggan. Langkah awal dalam menyusun instrumen adalah membuat kuesioner. Penyusunan instrument dalam penelitian ini didasarkan pada konstruksi teoritik yang telah disusun sebelumnya. Kemudian atas dasar teoritik tersebut dikembangkan ke dalam indikator-indikator yang selanjutnya dikembangkan ke dalam butir-butir pertanyaan. Kuesioner dalam penelitian ini terdiri atas variabel-variabel asosiasi merek, *Brand Loyalty* dan *Community Branding*.

Dalam mengukur masing-masing variabel instrument penelitian ini menggunakan skala Likert dengan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu “sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju”. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut: ³⁷

Tabel 3.1

Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor	Skor
Sangat Setuju	4	1

³⁷ Sugiyono, Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif R&D, (Bandung: Alfabet, 2013), 224.

Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Table 3.2

Blueprint *Brand Association*

Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
		Favourable	Unfavourable	
Keunggulan Asosiasi merek	- Kepercayaan terhadap merek - Keunggulan merek	1, 2	3, 4	4
Kekuatan Asosiasi merek	- Fitur yang terpercaya - Inovasi yang terus berkembang - Pengenalan merek terhadap konsumen	7, 8, 9	5, 6, 10	6
Keunikan Asosiasi merek	- Harga jual yang stabil - Banyak pilihan produk	13, 14	11, 12	4

Table 3.3**Blueprint *Brand Loyalty***

Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
Cognitive loyalty	• Ketertarikan pada merek • Preferensi	1, 3, 9	5, 8, 11	6
Affective loyalty	• Kepuasan • Reaksi Emosional	2, 4, 10	6, 7, 12	6
Conative loyalty	• Ketertarikan pelanggan dengan merek • Kepercayaan terhadap merek	13, 14	15, 16	4
Behavioural loyalty	• Tindakan terhadap merek	17, 18	19, 20	4

Table 3.4**Blueprint Community Branding**

Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
		Favourable	Unfavourable	
Kesadaran	• Legitimasi • Loyalitas pelanggan oposisi	1, 2, 3	4, 5, 6	6
Ritual dan Tradisi	• Tradisi • Berbagi cerita merek	10, 11, 12	7, 8, 9	6
Tanggungjawab	• Integrasi • Mempertahankan anggota • Membantu dalam penggunaan merek	13, 14, 15	16, 17, 18	6

F. Teknik Analisis Data Inferensial

Statistik inferensial merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menentukan sejauh mana kesamaan antara hasil yang diperoleh dari suatu sampel dengan hasil yang akan didapat pada populasi secara keseluruhan. Dengan demikian, statistik inferensial membantu peneliti untuk mencari tahu

apakah hasil yang diperoleh dari suatu sampel dapat digeneralisasi pada populasi.

Menurut Sugiyono, analisis inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya dapat disimpulkan sebagai populasi. Analisis inferensial juga dikenal sebagai statistik induktif atau statistik probabilitas.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur. Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Dengan demikian valid tidaknya suatu alat pengukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat.

Azwar, mengatakan apabila koefisien pada korelasi dalam butir dengan skor total skala yang akan dikorelasikan sama dengan atau lebih besar dari pada 0,300. Apabila tidak bisa dipenuhi secara koefisien sebesar 0,300 dapat diturunkan sebesar 0,75.³⁸ Jika skala yang dikorelasikan sama dengan atau lebih dari 0,75 maka aitem dianggap valid. Uji validitas yang

³⁸ Saifudin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 131.

akan dilakukan oleh peneliti menggunakan program penghitungan dalam *SPSS 24 for windows*.

Reliabilitas berkaitan dengan ketepatan prosedur pengukuran dan konsistensi. Suatu alat ukur dinilai reliabel (handal), jika pengukur tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu.³⁹ Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji ketepatan instrument pengukur dengan konsistensi diantara butir-butir pertanyaan dalam suatu instrument. Reliabilitas berkaitan dengan ketepatan prosedur pengukuran dan konsisten. Data yang tidak reliabel (tidak andal), tidak dapat diolah lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang biasa. Suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukur tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu.

Reliabilitas yang dinyatakan dengan koefisien alpha mempunyai rentang antara 0 sampai 1. semakin mendekati angka 1 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji alpha cronbach yang menggunakan program perhitungan *SPSS 24 for windows*. Dengan pedoman:

Tabel 3.5

Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Alpha	Kriteria
>0.75	Reliabilitas tinggi
0.75	Reliabilitas sedang
0.55	Reliabilitas rendah

³⁹ Singgih Santoso, *Mengelola Data Statistik secara Profesional*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2001).

2. Analisis Statistik Deskriptif

Uji deskriptif statistik adalah metode pengumpulan dan penyajian data untuk menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik objek yang diteliti. Uji deskriptif statistik dapat dilihat dari nilai rata-rata hitung (mean), standard deviasi, maximum, dan minimum.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas yang akan digunakan dalam penelitian ini memiliki dua tahapan. Pertama untuk menguji normalitas pada tiap variabel untuk tahap kedua ialah pada ujian normalitas untuk seluruh variabel secara bersama juga sering disebut dengan *multivariate normality*. Maka oleh sebab itu apabila tiap variabel normal secara individu, bukan berarti jika diuji secara bersama (*multivariat*) akan memungkinkan berdistribusi normal

4. Uji Mediator

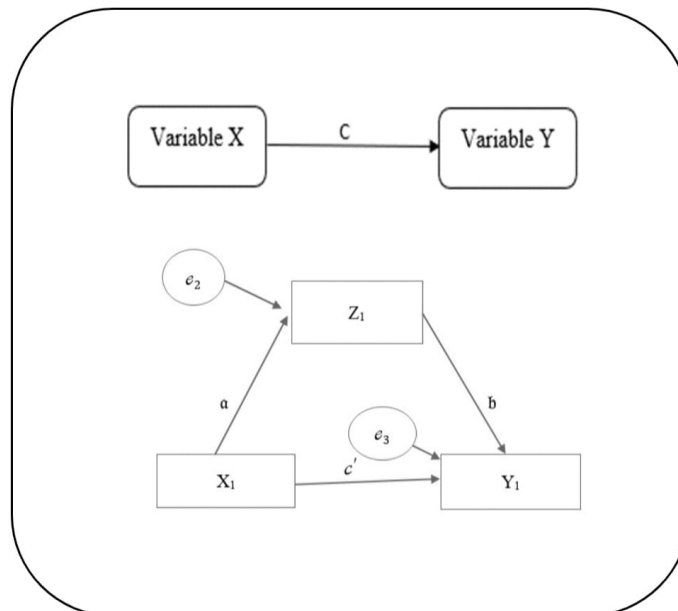
Analisis mediator adalah uji hubungan kausal hipotesis dimana variabel independen berpengaruh terhadap variabel mediasi, dan kemudian kedua variabel akan mempengaruhi variabel dependen. Variabel mediator ialah variabel yang memediasi pengaruh diantara variabel independen dan variabel dependen. Uji mediator dilakukan menggunakan analisis jalur. Analisis jalur ialah langkah analisi hubungan sebab akibat variabel dengan regresi berganda disaat variabel independennya mempengaruhi variabel dependen tidak hanya secara langsung tetapi juga tidak langsung. Tiga variabel yang akan diuji adalah variabel bebas *Brand Association*, variabel terikat *Brand Loyalty*, dan variabel mediator *Community Branding*.

Software yang digunakan dalam analisis jalur pada penelitian ini ialah *SPSS 24* for windows.

Baron dan Kenny mengungkapkan empat langkah untuk menguji variabel mediator. Berikut adalah langkah-langkahnya:⁴⁰

a. Spesifikasi Model

Kerangka Uji Mediator



Berdasarkan diagram diatas dihasilkan spesifikasi model sebagai berikut:

$$\gamma = i_1 + c\mathcal{X} + e_1$$

$$\gamma = i_2 + c'\mathcal{X} + bM + e_2$$

$$M = i_3 + a\mathcal{X} + e_3$$

⁴⁰ Timothy Z. Keith, *Multiple Regression and Beyond Trird Edition*, (New York: Routledge, 2019), 180-185.

Keterangan:

X = Variabel *independen*.

Y = Variabel *dependen*.

Z = Variabel Mediator.

a = Parameter variabel *independen* dengan variabel mediator.

b = Parameter variabel mediator dengan variabel *dependen*.

c = Pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

c' = Pengaruh antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dengan memasukkan variabel mediator

e = Std. error hubungan antar variabel.

b. Langkah/Asumsi Uji Mediator

1) *Direct Effect* (variabel X terhadap variabel Y)

Direct effect atau efek langsung adalah pengaruh yang terjadi secara langsung dari satu variabel ke variabel lainnya, Pengaruh langsung yang terjadi ketika variabel *independen* langsung mengarah pada variabel *dependen*.

2) *Indirect Effect* (variabel X terhadap Z)

Indirect effect adalah pengaruh tidak langsung dari suatu variabel terhadap variabel lain melalui variabel perantara. Dalam penelitian, analisis *indirect effect* digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel terhadap variabel lain.

3) *Indirect Effect* (variabel Z terhadap Y)

Indirect effect adalah pengaruh tidak langsung dari suatu variabel terhadap variabel lain melalui variabel perantara. Dalam penelitian, analisis *indirect effect* digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel terhadap variabel lain.

4) *Total Effect*

Total effect adalah pengaruh keseluruhan dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen, yang merupakan hasil penjumlahan antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Dalam analisis model jalur, *total effect* mencakup semua jalur yang menghubungkan dua variabel, baik secara langsung maupun melalui variabel perantara. Misalnya, jika variabel X mempengaruhi Y secara langsung dan juga melalui Z, maka *total effect* dari X ke Y adalah jumlah dari pengaruh langsung X ke Y dan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z.