

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan survey pada Followers akun Instagram @aerostreet.shoe. Pengambilan data survey dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google forms*. Waktu penelitian ini dimulai pada bulan September 2022 – Februari 2022.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Suryani dan Hendrayadi (2015: 109) Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu mengembangkan dan menggunakan model matematis teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.

Sedangkan menurut Sugiyono (2015: 23) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*), jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor yang biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentan skor atau pertanyaan yang diberi bobot.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey, menurut Suryani dan Hendrayadi (2015: 115) penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi.

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan data, baik dalam bentuk tabel maupun grafik, mencari rata – rata (mean), nilai tengah (median), standar deviasi dan lainnya.

D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menjadi dasar dalam pengumpulan data sehingga tidak terjadi kesalahan terhadap data yang diambil. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2016: 38).

1. Definisi Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono,2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

a. Variabel Bebas X (*Independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Sugiyono (2017: 39). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah daya tarik iklan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014: 454) menyatakan bahwa daya tarik iklan adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.

b. Variabel Terikat Y (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Sugiyono (2017: 39). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah brand awareness.

Menurut Kotler dan Keller (2016: 364) menyatakan bahwa brand awareness merupakan kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi merek dalam kondisi berbeda, seperti tercermin oleh pengenalan merek mereka atau prestasi pengingatan.

2. Operasional Variabel

Operasional variabel yang menjadi objek dalam penelitian memiliki dimensi – dimensi sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel X
(Brand Image)

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Brand Image Keller (2013: 8)	<i>a. Favoribility</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek yang baik dan berkualitas 2. Merek produk memiliki citra yang baik sehingga banyak dibeli dan dipakai 3. Menambah rasa percaya diri
		<i>b. Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek yang menggunakan bahan berkualitas baik 2. Merek yang nyaman untuk dipakai sehari-hari 3. Merek logo yang mudah di ingat
		<i>c. Uniqueness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi dengan brand lainnya 2. Mengangkat nilai budaya dan model 3. <i>Image</i> merek yang baik

Tabel 3.2
Definisi Operasional dan Indikator Variabel Y
(Loyalitas Konsumen)

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
2.	Loyalitas Konsumen Yang & Peterson dalam Ismanto (2020: 163)	<i>a. Recommended</i>	1. Konsumen akan merekomendasikan serta mempromosikan merek 2. Konsumen menyukai produk 3. Mengatakan hal-hal positive mengenai merek
		<i>b. Refuse</i>	1. Berkomitmen menggunakan produk 2. Tidak mencoba produk lain 3. Dijadikan referensi utama dalam membeli
		<i>c. Repeat Purchase</i>	1. Kepuasan menggunakan produk 2. Membeli varian produk lainnya 3. Promo-promo yang ditawarkan

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diambil kesimpulannya. Sugiyono (2018: 130).

Populasi dalam penelitian ini adalah followers instagram Aerostreet shoe sebanyak kurang lebih 245.000 followers.

Populasi yang ditetapkan di penelitian ini mempunyai kriteria yaitu sebagai berikut :

- a) Merupakan followers dari akun Instagram @aerostreet.shoe
- b) Pernah menggunakan produk sepatu Aerostreet
- c) Akun yang *tag/mention* pada akun Instagram @aerostreet.shoe 2 tahun terakhir.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki dari populasi tersebut. Sugiyono (2016: 81). Dapat diartikan bahwa sampel adalah karakteristik yang dipunya dari populasi yang diteliti. Dalam mencari sampel pada penelitian dapat dilakukan melalui dua cara yaitu, teknik probability sampling adalah sampel yang diambil berdasarkan kemungkinan, dimana setiap anggota populasi memungkinkan untuk dapat dijadikan sampel, dan sampel ini dipilih secara acak. Non probability sampling adalah sampel yang sengaja dipilih oleh peneliti dalam menentukan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, menggunakan teknik probability sampling dalam arti pengambilan sample secara acak.

Dalam penelitian ini, tidak mungkin semua populasi dapat diteliti oleh penulis, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Dengan demikian, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan pada bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang tidak diteliti.

Dalam rangka mempermudah melakukan penelitian yang diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar seperti populasi pengguna akun Instagram yang menjadi *followers* akun @aerostreet.shoe, dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut.

Dalam menentukan jumlah sampel, digunakan pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan menggunakan rumus (Yamane) yaitu :

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{133}{1 + 133 (0,05)^2} = 99,8 \text{ (Dibulatkan menjadi 100)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus penentuan jumlah sampel, maka didapat jumlah sampel dari populasi dan ditentukan sebanyak 100 orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data, setelah dikumpulkan kemudian diolah sendiri oleh peneliti langsung. Saat melakukan metode data primer menggunakan metode kuesioner (angket).

Menurut Suryani dan Hendrayadi (2015: 173) kuesioner adalah teknik pengumpulan data atau pernyataan kepada orang lain yang di jadikan responden untuk dijawabnya.

Menurut Sugiyono (2017: 92) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara membuat daftar kuesioner dengan masing – masing kuesioner yang dilakukan untuk pengukuran tersebut bertujuan untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap kuesioner yang diisi harus mempunyai skala penilaian. Sugiyono (2017: 92).

Menurut Sugiyono (2017: 93) pada skala likert variabel yang ingin diukur untuk dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator itu dijabarkan sebagai acuan untuk menyusun item kuesioner. Item – item kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang jawabannya memiliki gradasi penilaian dari positif hingga sangat negatif.

Tabel 3.3

Kategori dan Penilaian Skala Likert

Kategori	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016:94)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media yang bersumber dari literatur, buku – buku, serta dokumen. Data yang dikumpulkan berisikan informasi dan teori – teori yang digunakan untuk mendukung peneitian iyalah mengumpulkan data dari buku– buku yang ada hubungannya dengan

periklanan atau iklan, daya tarik, televisi, *brand image*, dan bahan – bahan seperti skripsi, jurnal, *e-book*, serta data yang diperoleh dari *website – website* lainnya.

G. Teknik Analisis Data

Menurut Sujarweni (2015: 157) teknik analisis data suatu proses yang berhubungan dengan prosedur penelitian, analisis data dilakukan untuk bisa menarik kesimpulan guna menjawab persoalan – persoalan yang diajukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2016: 174) teknik analisis data merupakan suatu proses kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain telah terkumpul, dalam proses ini melakukan analisis data yang berupa jawaban dari seluruh responden yang telah dikumpulkan.

Data yang telah terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang teliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumus masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana.

Teknik analisis data dilakukan dengan tabel frekuensi dengan cara menyusun kuesioner yang kemudian dianalisis dan dijelaskan. Hasil yang telah dianalisa dapat dijadikan daftar yang memberikan gambaran dari penelitian ini yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen.

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Teknik pengolahan data dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan variabel dependen. Sugiyono (2017: 261).

Formulasi regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2016: 188).

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = nilai

A = nilai *intercept* (konstanta)

b = koefisien regresi

X = nilai variable independen

2. Uji Koefisien Regresi (Uji T)

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkatan 0,01. Jika probability t lebih kecil dari 0,01 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus :

Jika sig dari < 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho ditolak Jika sig dari > 0,01 atau 0,05, atau 0,1 maka Ho diterima (Suryani dan Hendrayadi, 2015: 104).

3. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus :

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi antara X dan Y

n = jumlah sampel

maka dengan demikian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 ditolak dan H1 diterima (tidak memiliki pengaruh)

H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada aspek ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran itu sendiri dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak aspek (kuantitatif) suatu aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang, yang dinyatakan oleh skornya pada instrumen pengukur yang bersangkutan. Suryani dan Hendrayadi (2015: 144).

Menurut Sugiyono (2017: 121) uji validitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur yang digunakan dalam mengukur itu valid suatu kuesioner atau instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Pengujian ini dilakukan dengan mengajukan pernyataan melalui kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada followers Instagram @aerostreet.shoe yang berjumlah 100 orang responden dengan signifikansi 10%. Dalam pengukuran tingkat validitas dan reliabilitas digunakan *software SPSS (Statistic Package for Social Science)* versi 24 *for windows*.

Uji validitas ini membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Dalam penelitian ini, nilai df (degree of freedom) dapat dihitung $df=n-2$ maka didapatkan $df=100-2=98$. Dengan tingkat signifikan 10% maka nilai r_{tabel} sebesar 0, Pengujian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* atau teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval lainnya. Simbol korelasi *product moment* ditulis dengan huruf "r".

Kriteria pengujian validitas ialah sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas dilakukan bersama – sama terhadap seluruh pertanyaan atau pernyataan kuesioner.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi antara hasil pengamatan dengan instrumen atau alat ukur yang digunakan pada waktu yang berbeda. Pernyataan yang sudah valid, dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika r alpha positif atau $> r$ tabel maka pernyataan reliabel
2. Jika r alpha negatif atau $< r$ tabel maka pernyataan tidak reliabel

Tujuan utama dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk mengetahui konsistensi dan keteraturan hasil dari suatu instrumen penelitian atas apa yang diukur, tingkat reliabilitas dapat dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach*. Untuk tabel penelitian berdasarkan skala 0 sampai dengan 1. Skala tersebut dikelompokkan menjadi lima kelas dengan *range* yang sama. Ukuran kemandapan *Alpha* dapat dilihat seperti tabel berikut :

Tabel 3.4
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

<i>Alpha</i>	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
> 0,20 – 0,40	Agak Reliabel
> 0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 – 0,80	Reliabel
> 0,80 – 1.00	Sangat Reliabel

Tabel diatas dapat dijelaskan jika *alpha* > 0,80 maka reliabilitas dibilang sempurna, jika *alpha* > 0,60 – 0,80 maka reliabilitas tinggi, jika *alpha* > 0,40 – 0,60 maka reliabilitas cukup reliabel, jika *alpha* < dari 0,40 maka reliabilitas rendah, jika *alpha* rendah kemungkinan besar ada satu atau beberapa pernyataan atau pertanyaan yang tidak reliabel.

I. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kuesioner dikatakan valid atau tidak. Dalam uji validitas, peneliti menggunakan SPSS versi 25 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung > r tabel maka butir pernyataan dikatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung < r tabel maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.

1. Uji Validitas X1 (Brand Image)

Hasil Uji Validitas X (Brand Image) dijelaskan pada table dibawah ini

Table 3.5

Hasil Uji Validitas X (Brand Image)

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0.740	0.1966	Valid
Pertanyaan 2	0.823	0.1966	Valid
Pertanyaan 3	0.767	0.1966	Valid
Pertanyaan 4	0.761	0.1966	Valid
Pertanyaan 5	0.794	0.1966	Valid
Pertanyaan 6	0.772	0.1966	Valid
Pertanyaan 7	0.747	0.1966	Valid
Pertanyaan 8	0.784	0.1966	Valid
Pertanyaan 9	0.857	0.1966	Valid
Pertanyaan 10	0.842	0.1966	Valid
Pertanyaan 11	0.734	0.1966	Valid

Sumber : Data dioleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel Disiplin Kerja dinyatakan Valid, hal itu dibuktikan dengan nilai r hitung > r tabel, $(n-k) = 100-2 = 98$ yaitu 0,1966. Dilihat dari tabel diatas terdapat nilai r tabel 0,1966 pada taraf signifikansi 0,05, dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

2. Uji Validitas Y (Loyalitas Konsumen)

Hasil Uji Validitas Y (Loyalitas Konsumen) dijelaskan pada table dibawah ini :

Table 3.6
Hasil Uji Validitas Y (Loyalitas Konsumen)

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
Pertanyaan 1	0.765	0.1966	Valid
Pertanyaan 2	0.741	0.1966	Valid
Pertanyaan 3	0.753	0.1966	Valid
Pertanyaan 4	0.868	0.1966	Valid
Pertanyaan 5	0.739	0.1966	Valid
Pertanyaan 6	0.787	0.1966	Valid
Pertanyaan 7	0.827	0.1966	Valid
Pertanyaan 8	0.797	0.1966	Valid
Pertanyaan 9	0.790	0.1966	Valid

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua butir pernyataan pada variabel Disiplin Kerja dinyatakan Valid, hal itu dibuktikan dengan nilai r hitung $>$ r tabel, $(n-k) = 100-2 = 98$ yaitu 0,1966. Dilihat dari tabel diatas terdapat nilai r tabel 0,1966 pada taraf signifikansi 0,05, dengan demikian data layak diteruskan sebagai data penelitian.

J. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu pekerjaan dapat dipercaya. Instrument yang valid umumnya pasti reliable, tetapi pengujian reliabilitas perlu dilakukan. Berikut hasil reliabilitas instrument:

a. Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X)

Tabel 3.7
Uji Reliabilitas Variabel Brand Image (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.778	12

Sumber : Data dioleh peneliti (2023)

Dari table diatas dapat dilihat bahwa variable brand Image dikatakan reliable, karena r hitung lebih besar dari pada 0,60, yaitu $0,778 > 0,60$ dikatakan variable dengan ketentuan $N = 10$ taraf signifikan 5%.

b. Uji Reliabilitas Variable Loyalitas (Y)

Tabel 3.8
Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.783	10

Sumber : Data dioleh peneliti (2023)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variable Loyalitas dikatakan reliable, karena r hitung lebih besar dari pada 0,60, yaitu $0,783 > 0,60$ dikatakan reliable dengan ketentuan $N = 10$ taraf signifikan 5%.