

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Penelitian

3.1.1. Variabel Penelitian

Menurut Sekaran (2011) variabel penelitian adalah hal-hal yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu: variabel dependen dan independen. Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel *dependent* dan variabel *independent*.

1. Variabel Terikat (*Dependent Variables*) Ekuitas merek (Y)
2. Variabel Bebas (*Independent Variables*) terdiri dari :
 - a Citra merek
 - b Persepsi kualitas
 - c Potongan Harga

3.1.2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan penelitian. Definisi ini juga disebut definisi subjektif karena disusun berdasarkan keinginan orang yang akan melakukan penelitian. Adapun variabel penelitian dan definisi operasional dari penelitian ini dijelaskan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Citra merek (X1)	Seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu (Keller, 2009)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan kualitas merek 2. Ketertarikan pembelian karena citra merek 3. Kemampuan merek mengekspresikan secara personal 4. Rasa bangga pada merek (Keller, 2009)
Persepsi kualitas (X2)	Persepsi kualitas adalah penilaian terhadap nilai tambah yang terdapat dalam sebuah produk, tentunya yang diharapkan muncul dibenak konsumen adalah persepsi positif akan kualitas suatu merek (Saleem, 2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan kualitas secara fungsional 2. Kenyamanan bahan yang digunakan 3. Kelengkapan pilihan warna 4. Penggunaan merek secara berkelanjutan 5. Keragaman pilihan gaya (Saleem, 2015)
Potongan Harga (X3)	Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. (Sutisna, 2001)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat harga 2. Tingkat frekuensi 3. Tingkat jenis 4. Syaratdiskon (Sutisna, 2001)
Ekuitas merek (Y)	Kesadaran merek adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali dan mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. (Khan et al : 2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan mengenal merek 2. Kemampuan menyadari mutu sebuah merek 3. Adanya perbedaan promosi yang menarik 4. Familiar dengan merek 5. Kemudahan dalam mengenali logo sebuah merek 6. Desain Produk simpel (Khan et al : 2014)

Sumber : (Keller, 2009), (Saleem, 2015), (Manap, 2016), dan (Khan et al, 2014)

3.2. Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Data kuantitatif yang diperoleh dalam penelitian ini adalah seperti jumlah karyawan dan hasil angket yang diperoleh dari Rabbani Cabang Jepara.

3.2.2. Sumber Data

Menurut Sugiyono (2013) sumber data adalah pengambilan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari lapangan. Sumber ini dapat diperoleh peneliti melalui:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang bersal langsung dari objek penelitian, yaitu berupa kuisioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi tentang faktor-faktor dari citra merek, persepsi kualitas dan potongan harga, serta pengaruhnya terhadap ekuitas merek. Cara pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan datang ke perusahaan Rabbani Jepara untuk berbelanja, peneliti mengamati pada pembeli yang datang di perusahaan Rabbani Jepara. Dan data yang diambil tersebut langsung diperoleh dari pengisian kuisioner oleh para pembeli Rabbani Jepara yang telah selesai berbelanja kebutuhan busana muslim di tempat tersebut. Adapun data yang dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti antara lain data usia responden, data jenis kelamin responden, data pendidikan

terakhir responden, data masa kerja responden dan data penghasilan responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui dokumentasi seperti buku literatur, jurnal penelitian terdahulu serta data lainnya yang menunjang materi penulisan pada penelitian ini bersumber pada perusahaan Rabbani Jepara.

3.3. Populasi, Teknik Sampel dan Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah sebagian seluruh kumpulan (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan, populasi bisa disebut sebagai totalitas subjek penelitian menurut Wijaya, (2013). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah pembeli produk busana muslim di Rabbani Cabang Jepara, jumlah populasi 240 pengunjung setiap bulannya di rabbani jepara. Data tersebut didapat dari rata-rata pengunjung yang datang setiap harinya berjumlah 10 pengunjung ditempat tersebut. Adapun data diperoleh dari informasi karyawan Rabbani Jepara.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya bisa keliru. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik

sampling yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono dalam Martono, 2013) Berdasarkan populasi dengan tingkat kesalahan yang peneliti gunakan adalah 10%. Menurut Wijaya (2013) penentuan jumlah sampel sangat tergantung dari karakteristik dan jumlah populasi. Apakah jumlah populasi diketahui secara jelas jumlahnya maka dapat digunakan beberapa rumes atau tabel. Salah satu rumus yang sering digunakan adalah rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis yang diinginkan (presentasi kelonggaran ketidak pastian karena kesalahan pengambilan sampel populasi sebesar 10%).

Dan untuk mencari besarnya minimal dalam penelitian ini, maka data yang tersedia dapat dihitung dengan rumus:

Perhitungannya adalah:

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$\text{Sehingga: } n = 240 / (1 + (240 \times 0,10^2))$$

$$n = 240 / (1 + (240 \times 0,01))$$

$$n = 240 / (1 + 2,4)$$

$$n = 240 / 3,4$$

$$n = 70,5 \text{ dibulatkan menjadi } 71$$

Berdasarkan hasil dari rumus diatas supaya sampel nantinya lebih mewakili dari populasi maka menggunakan sebanyak 71 pengunjung produk busana muslim Rabbani Jepara.

3.4. Metode Pengolahan Data

3.4.1. Pengeditan (Editing)

Editing adalah tahapan mengoreksi kesalahan yang terdapat dalam data dan kesalahan dalam memasukan data dari jawaban responden. Hal ini penting untuk menjaga keaslian dan kebenaran sebuah data Hasil penelitian

3.4.2. Pemberian Kode (Coding)

Coding adalah teknik untuk mengkategorikan data atau dapat dipandang sebagai proses merubah data mentah kedalam simbol-simbol, yaitu angka-angka yang dapat di hitung dan ditabulasi.

3.4.3. Pemberian Skor (Scoring)

Scoring merupakan pemberian skor pada jawaban kuisioner. Scoring dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan kriteria sebagai berikut:

- 1 Jawaban Sangat Tidak Setuju deiberi nilai 1
- 2 Jawaban Tidak Setuju Diberi nilai 2
- 3 Jawaban Netral diberi nilai 3
- 4 Jawaban Setuju diberi nilai 4
- 5 Jawaban Sangat Setuju diberi nilai 5

3.4.4. Pemberian Table (Tabulating)

Tabulation adalah pembuatan tabel agar mudah dipahami dan memudahkan pengelompokan jawaban-jawaban untuk keperluan analisa data.

Selanjutnya data dikumpulkan dan dikumpulkan dalam bentuk file dan disimpan pada sistem, sistem yang digunakan dalam pengumpulan data tabulasi menggunakan sistem aplikasi microsoft excel.

1. Angket(*Questionare*)

Data dikumpulkan menggunakan metode angket atau kuesioner, yaitu dengan memberikan secara langsung pertanyaan melalui kuisisioner kepada para responden. Angket digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi darikonstruk-konstruk yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini. Pernyataan dalam angket dibuat dengan menggunakan skala 1 s.d 5 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai. Daftar pernyataan tidak memuat pertanyaan identitas responden secara detil. Hal ini dilakukan dengan dua argumentasi. Pertama, identitas responden tidak terlalu bermakna dalam menjawab hipotesa penelitian. Kedua, hal ini untuk meningkatkan obyektifitas jawaban responden, karena responden bebas dalam memberikan jawaban sesuai dengan yang dialaminya tanpa ada keinginan untuk menyembunyikansesuatu.

2. Wawancara(*interview*)

Wawancara adalah metode atau cara mengumpulkan data serta berbagai informasi dengan jalan menanyakan langsung kepada seseorang yang dianggap ahli dalam bidangnya dan juga berwenang dalam menyelesaikan suatupermasalahan.

3. StudiKepustakaan

Penelitian yang telah dilakukan memperoleh data dan inforfasi yang

diperoleh dari buku-buku, hasil penelitian sebelumnya seperti skripsi, tesis, jurnal dan bahan bacaan yang lain

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya menurut Sugiyono, (2013). Kuesioner atau angket yang berisi sejumlah pernyataan yang kemudian dijawab oleh responden penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada para karyawan pada Rabbani Cabang Jepara, yang dilakukan sebanyak 30 orang sebagai sampel penelitian.

Skala yang digunakan adalah skala likert (likert scale), skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial menurut Sugiyono, (2013). Penilaian untuk masing-masing variable sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Skala Pengukuran Likert

Kode	Kriteria Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Kuesioner berupa daftar pertanyaan-pertanyaan dalam angket dibuat dengan menggunakan skala 1 – 5 untuk mendapatkan data yang bersifat

interval dan diberi skor atau nilai. Skala 1 – 5 dipilih dengan pertimbangan memudahkan responden dalam menentukan kategori sangat tidak setuju sampai dengan sangat sangat setuju. Responden yang akan dipilih dalam penelitian ini terbiasa dengan interval angka 1 sebagai kategori rendah dan 5 sebagai kategori paling tinggi. Skala penelitian sampai dengan 5 lazim digunakan oleh responden dalam menilai baik atau tidaknya suatu. Misalnya dalam penelitian ujian atau test asal sekolah. Nilai 5 lazim digunakan untuk member kategori hasilbaik. Penilaian semakin besar dari kategorinya semakin baik, dengan interval ini diharapkan dapat diperoleh hasil sesuai dengan persepsi responden. Pengisian kuesioner dilakukan hanya dengan memberi tanda centang pada skala 1 - 5 yang sudah tersedia.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu meng-ungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *pearson correlation*, yaitu dengan cara meng-hitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor (Ghozali, 2011). Kriteria valid atau tidak adalah jika korelasi antar skor masing masing butir pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikan $<0,05$ maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan jika korelasi skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor

mempunyai tingkat signifikan $>0,05$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2011).

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2011) Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat memberikan ukuran yang konstan atau tidak. Teknik yang digunakan adalah teknik koefisien *cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2011).

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik merupakan tahapan yang penting dilakukan dalam proses analisis regresi. Apabila tidak terdapat gejala asumsi klasik diharapkan dapat dihasilkan model regresi yang handal sesuai dengan kaidah BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*, yang menghasilkan model regresi yang tidak bias dan handal sebagai penaksir (Imam Ghozali, 2011)

3.5.4. Uji Multicollinearity

Menurut Ghozali (2011), Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Menurut Ghozali (2011) menyatakan bahwa, "Multikolinearitas dapat juga dilihat dari

- a nilai *tolerance* dan lawannya
- b *variance inflation factor* (VIF)". “Nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1

Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas” (Priyatno, 2013).

3.5.5. Uji Heteroscedasticity

Menurut Ghozali (2011), “Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain”. Pengujian terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan analisis korelasi Spearman antara *residual* dengan masing-masing variabel independen. “Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan *residual* lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas” menurut Priyatno, (2013). Uji heteroskedastisitas juga dapat diketahui dengan melakukan pengamatan terhadap grafik pada pola *scatterplot* yang dihasilkan melalui SPSS. Suatu regresi memiliki gejala heteroskedastisitas apabila pola *scatterplot* membentuk pola tertentu, jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.6. Uji Normalitas

Pengujian data atau uji kenormalan data dilakukan terlebih dahulu sebelum dilakukan uji hipotesis. “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal” menurut Ghozali, (2011). Mendeteksi data berdistribusi

normal atau tidak dapat menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. “Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat nilai signifikansi *residual*. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka *residual* terdistribusi secara normal” menurut Priyatno, (2013). Uji normalitas juga dapat diketahui dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* sebagai dasar pengambilan keputusannya. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2011) yaitu:

- a jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas,
- b jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

3.5.7. Uji Linearitas

Uji Linieritas merupakan analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier atau tidak. Apabila pola regresinya linier maka analisis model linier dapat dilakukan. Uji Linieritas penelitian ini menggunakan metode uji F pada taraf signifikansi 5% pada ketiga variabel tersebut. Jika nilai Signifikansi F_{hitung} kurang dari atau sama dengan 0,05 maka hubungannya bersifat linier (Muhson, 2015).

3.6. Uji Statistik

3.6.1. Analisis Regresi Berganda

Regresi Berganda digunakan untuk menganalisa data yang bersifat *multivariate*. Analisis ini digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen (Y), dengan variabel independen yang lebih dari satu (Imam Ghozali, 2011). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek (X1), persepsi kualitas (X2) dan potongan harga (X3) berpengaruh terhadap ekuitas merek Rabbani Cabang Jepara (Y). Persamaan regresi linear berganda dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y : Ekuitas merek

β_0 : Konstanta (constant)

β_{1-3} : Konstanta (constant)

X₁ : Citra merek

X₂ : Persepsi kualitas

X₃ : Potongan harga

e : Kesalahan (error)

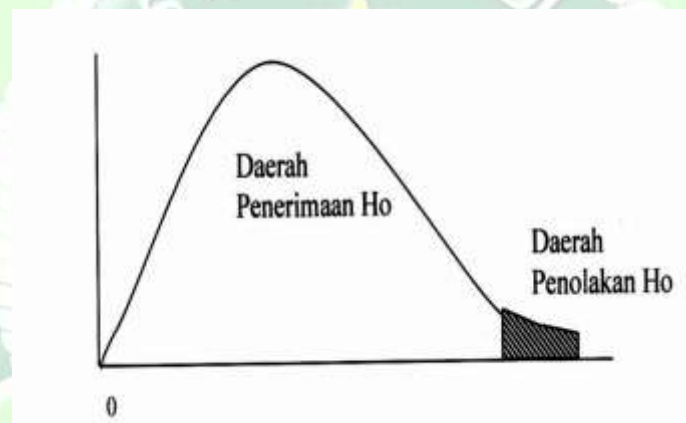
3.6.2. Uji F (uji secara individu)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2011). Uji F

ini digunakan untuk mengukur apakah variabel bebas (*independen*) secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (*dependen*).

Kriteria penilaian uji F adalah sebagai berikut :

- a. Nilai signifikansi $F < 0,05$ atau koefisien hitung signifikan pada taraf kurang dari 5% maka H_0 ditolak, yang berarti citra merek, persepsi kualitas dan potongan harga secara parsial mempengaruhi ekuitas merek.
- b. Nilai signifikansi $F > 0,05$ atau koefisien F hitung signifikan pada taraf lebih dari 5% maka H_0 diterima, yang berarti citra merek, persepsi kualitas dan potongan harga secara parsial mempengaruhi ekuitas merek.



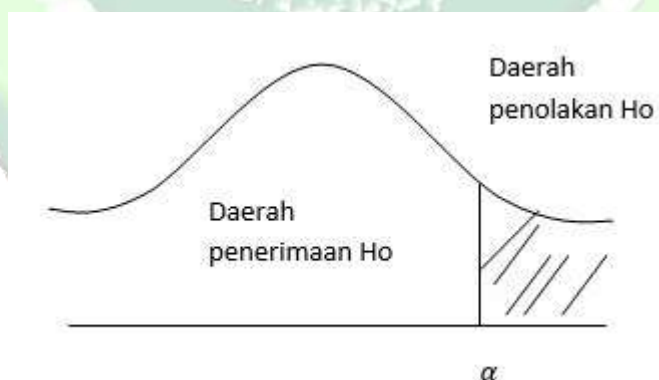
Gambar 3. 1
Grafik Daerah Batas Penerimaan Uji F

3.6.3. Uji t

Uji t Tes merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel bila datanya berada pada skala interval atau rasio (Martono, 2011). Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing- masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu (Sugiyono, 2016). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) $H_0 : \beta_1 = 0$ = artinya variabel independen (citra merek, persepsi kualitas dan potongan harga) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (ekuitas merek)
- 2) $H_a : \beta_1 \neq 0$ = artinya variabel independen (citra merek, persepsi kualitas dan potongan harga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (ekuitas merek) Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:
 - a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
 - b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Di samping membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} agar bisa menentukan H_0 diterima atau tidak, dapat pula dengan melihat nilai signifikansinya apakah lebih atau kurang dari (Sugiyono, 2017).



Gambar 3. 2
Skema Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0

3.6.4. Uji R (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen” (Ghozali, 2011). Perhitungan koefisien determinasi secara simultan yang dilakukan dengan *SPSS for Windows Release 21* dapat dilihat dari besarnya R square.

Koefisien Determinasi Parsial (r^2) Cara untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan oleh masing-masing variabel bebas maka perlu dicari koefisien determinasi secara parsial. Besarnya pengaruh X1, X2, X3 dan X4 terhadap Y dicari dengan menggunakan program *SPSS for Windows Release 21*. Semakin besar nilai r^2 maka semakin besar variasi sumbangan terhadap variabel terikat. Hasil koefisien determinasi secara parsial dapat dilihat dengan mengkuadratkan besarnya nilai *correlations partial*.

Menurut Imam Ghozali (2011) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka (R^2) pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted (R^2) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti (R^2), nilai Adjusted (R^2) dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

3.6.5. Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *IMB SPSS Statistic*. Merupakan sebuah program komputer statistiknya yang berfungsi untuk membantu dalam memproses data-data statistik secara tepat dan tetap, serta menghasilkan berbagai output yang dikehendaki pengambilan keputusan