

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (kausal), antara satu variabel independen (bebas) yaitu Analisis *Brand Trust* (X1) dan *Brand Affect* (X2) terhadap variabel dependen (terikat) yaitu *Brand loyalty* (Y) pada iPhone.

3.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu berupa data dalam bentuk jawaban yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden yang sedang menggunakan *smartphone* iPhone.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet Sugiyono, (2017). Dalam kuesioner tersebut terdapat pertanyaan mengenai data diri responden serta pertanyaan dari indikator tiap-tiap variabel yang digunakan dalam peneliti. Petanyaan dalam kuesioner ini diukur dengan menggunakan skala *semantic differential scale*. Skala ini berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub). Dengan *semantic differential scale* variabel yang akan diukur dijabarkan dalam dua kutub yaitu baik-buruk, tinggi-

rendah, selalu-tidak pernah, besar-kecil dan lainnya berhubung dengan kutub positif dan negatif. *Sematic differential scale* merupakan skala untuk mengukur sikap, tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban yang sangat positif dibagian kanan garis dan jawaban negatif terletak dibagian kiri garis atau sebaliknya.

Pengukuran menggunakan *sematif differential scale* menghasilkan data interval, berikut contohnya :

Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat setuju
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---------------

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah Pengguna iPhone.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini sampel diambil dari populasi yaitu pengguna iPhone. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*. Yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang memiliki smartpone iPhone.
2. Jenis kelamin baik perempuan maupun laki-laki.
3. Usia mulai dari 17- 55 tahun.

4. Lama penggunaan *smartphone* Iphone (minimal 6 bulan).

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang mempunyai iPhone dan yang pernah menggunakan iPhone.

Hair, *et al* (2010), menyatakan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, digunakan ukuran sampel dengan mengkali 10 pada variabel yang dianalisa atau tiap indikator. Jumlah pernyataan dari penelitian ini berjumlah 11, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel} &= 10 \times 11 \\ &= 110 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan uraian di atas, maka jumlah responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 110 responden yang dapat mewakili konsumen yang memiliki Iphone.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah : *Brand Trust* dan *Brand Affect* sebagai (X).

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel (Y) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini terhadap *Brand Loyalty*.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan variabel yang sedang diteliti. Menurut Wiratna Sujarweni (2019) variabel penelitian dimaksudkan untuk arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukurann
<i>Brand Trust</i> (X1)	Kepercayaan merek (<i>brand trust</i>) akan menentukan kesetiaan konsumen terhadap merek dan kepercayaan akan berpotensi menciptakan hubungan-hubungan yang bernilai tinggi. Bambang (2017)	persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan	1. Kepercayaan Terhadap Merek 2. Keamanan Suatu Merek 3. Kejujuran Suatu Merek Yusuf, Gecti, dan Zengin(2014)	<i>Interval</i>
<i>Brand Affect</i> (X2)	<i>Brand affect</i> adalah suatu respon emosional yang positif sebagai akibat dari penggunaan suatu merek	Pengaruh merek menggambarkan hubungan antara konsumen dan merek di bawah kategori	1. Merek Memberi Kepuasan 2. Merek membuat Kepuasan 3. Merasa Puas Saat	<i>Interval</i>

	tertentu Yusuf Gecti, dan Zengin (2014).	tertentu dan itu bisa terjadi dianggap sebagai evaluasi umum konsumen untuk merek	Memakai Merek Yusuf, Gecti, dan Zengin(2014)	
<i>Brand Loyalty</i> (Y)	Loyalitas merek adalah perilaku niat untuk membeli sebuah produk dan mendorong orang lain untuk melakukan hal yang sama, yang mendatangkan profit bagi perusahaan Setyadi (2018)	Loyalitas merek adalah pilihan yang dilakukan konsumen untuk membeli merek tertentu dibandingkan merek yang lain dalam satu kategori produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Behavior measures</i> 2. <i>Measuring switch</i> 3. <i>Measuring satisfaction</i> 4. <i>Measuring linking brand</i> 5. <i>Measuring commitment</i> Rangkuti (2009) dalam Danny Alexander (2014)	<i>Interval</i>

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Instrumen penelitian ini adalah alat untuk mengukur nilai variabel yang diteliti guna memperoleh data pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Instrumen penelitian yang biasa digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Keabsahan suatu penelitian sangat ditentukan

oleh alat ukur yang digunakan, untuk menguji keabsahan tersebut digunakan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas, Putriani (2019) :

3.7.1 Uji Validitas

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis item yaitu dengan mengkorelasikan skor setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Sugiyono (2014:p188) menyatakan bahwa teknik korelasi untuk menentukan validitas item sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan dan item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.

Menurut Priyatno (2010) dalam Jika $r_{hitung} = r_{tabel}$ dengan sig. 0,05 maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan sig. 0,05 maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan tidak valid). Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) seri 20.0.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012:p173) mengemukakan bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukurobjek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dalam pengujian ini menggunakan metode *AlphaCronbach's*. Menurut Ghozali (2011) dalam Gunawan dan Sunardi (2016) suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbachalpha* (α) $> 0,6$. Sama halnya dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas

jugadapat dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) seri seri 20.0.

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode *Variance Based Structural Equation Model (Partial Least Square)*. Ananda (2015) menjelaskan bahwa SEM dikelompokkan menjadi dua pendekatan. Pendekatan pertama disebut sebagai *Covariance Based SEM (CBSEM)* dan pendekatan lainnya adalah *Variance Based SEM* atau yang lebih dikenal dengan *Partial Least Squares (PLS)*. Untuk melakukan analisa dengan menggunakan CBSEM maka *software* yang sering digunakan adalah AMOS dan LISREL Sedangkan untuk PLS, *software* yang sering digunakan adalah smart PLS. Pengelolaan data pada penelitian ini akan menggunakan Software smart PLS 3.2.8. Analisis PLS-SEM terdiri dari 2 sub model yaitu: *inner model* dan *outer model*.

3.8.1 Outer Model

Menurut Ananda (2015) analisa *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Analisa *outer model* dapat dilihat dari beberapa indikator :

a. Convergent Validity

Nilai *convergen validity* adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan > 0.7 sedangkan menurut Gangga Anuraga (2017) dalam skala pengukuran nilai *loading* 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup.

b. Discriminant Validity

Discriminant Validity merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada

konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk yang lain.

c. Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE yang diharapkan >0.5 .

d. Composite Reliability

Data yang digunakan *composite reliability* > 0.7 mempunyai reliabilitas yang sangat tinggi.

e. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha merupakan uji reliabilitas yang dilakukan untuk memperkuat hasil dari *composite reliability*. Menurut Eisingerich dan Gaia (2010) suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,7$.

3.8.2 Inner Model

Menurut Ananda (2015) analisa *inner model*/analisa struktural model dilakukan untuk memastikan bahwa model struktural yang dibangun robust dan akurat. Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

a. Path Coefficient

Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Semakin besar nilai *path coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen tersebut (Al-Azhar, 2017)

b. Koefisien determinasi (R^2)

Coefficient determination (R-Square) digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil R^2 sebesar 0,67 ke atas untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan pengaruh variabel eksogen (yang mempengaruhi) terhadap variabel endogen (yang dipengaruhi) termasuk dalam kategori baik. Sedangkan jika hasilnya sebesar 0,33 0,67 maka termasuk dalam

kategori sedang, dan jika hasilnya sebesar 0,19 - 0,33 maka termasuk dalam kategori lemah. (Al-Azhar, 2017)

c. Goodness of Fit Index (GoF)

Menurut Al-Azhar (2017) Penilaian *goodness of fit* diketahui dari nilai *Q-Square*. Nilai *Q-Square* memiliki arti yang sama dengan *coefficient determination (R-Square)* pada analisis regresi, dimana semakin tinggi *Q-Square*, maka model dapat dikatakan semakin baik atau semakin fit dengan data. Adapun hasil perhitungan nilai *Q-Square* adalah sebagai berikut:

$$Q = 1 - [(1 - R^2_1) \times (1 - R^2_2)]$$

3.8.3 Pengujian Hipotesis

Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai T-table dan T-statistic. Jika Tstatistic lebih tinggi dibanding nilai T-table, berarti hipotesis terdukung atau diterima (Hartono dalam Jogiyanto, 2009). Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95% (alpha 95 persen), maka nilai T-table untuk hipotesis satu ekor (one tailed) adalah > 1.6600 .