

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini merupakan penelitian *asosiatif*. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih, yang bersifat sebab akibat dan satu variabel (Independent) mempengaruhi variabel lainnya (dependent). (Sugiyono, 2016) Penelitian ini menguji pengaruh Variabel independen (variabel bebas) yaitu *Rebranding* (X1) dan *Repositioning* (X2) terhadap variabel *dependen* (variabel terikat) yaitu *Brand Equity* (Y) Gojek Indonesia.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti, data ini khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus (Sugiyono, 2016). Data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuisisoner yang dibagikan kepada pengguna Gojek.

#### **3.3 Metode pengumpulan Data**

Menurut (Sugiyono, 2016) metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuisisoner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan adalah metode survey melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan cara meyebar kuisisoner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang di teliti dan meminta kesedian responden untuk menjawab pertanyaan tersebut.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, pengumpulan data dilakukan peyebaran kuisisoner online ke seluruh pengguna Gojek Indonesia.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval (5,4,3,2,1). Dalam skala interval, kuisioner yang digunakan adalah kuisioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban. Berikut jawaban kuisioner penilaian:

**Tabel 3.1 Kuisioner Penilaian**

Penilaian	Skor	Skala
Sangat Setuju (SS)	5	Interval
Setuju (S)	4	
Netral (N)	3	
Tidak Setuju (TS)	2	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi penelitian ini adalah masyarakat seluruh Indonesia yang mengunduh aplikasi Gojek Indonesia periode 2019 sebanyak 155.000.000 pengguna yang diakses dari berita online m.bisnis.com pada tanggal 28 Desember 2019.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Non probability Sampling dengan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*. Berikut rumus Slovin dalam penelitian ini :

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

Keterangan

n : Jumlah Sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* dalam penelitian ini :

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

$$n = \frac{155.000.000}{(1 + 155.000.000 (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{155.000.000}{(1 + 155.000.000 (0,1))}$$

$$n = \frac{155.000.000}{156.000.000}$$

$$n = 99,35$$

$$n = 99,35 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Hasil perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini didapatkan jumlah responden sebanyak 99,35 demi memudahkan pengambilan sampel maka penulis membulatkan menjadi 100 responden.

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Usia minimal 17 tahun.
2. Pendidikan minimal SMA/SMK.
3. Pengguna aplikasi layanan Gojek.

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut (Sugiyono, 2009). Variabel penelitian ini adalah :

### 3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) atau *independen* (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi (Sugiyono, 2009). Variabel *independen* dalam penelitian ini adalah *Rebranding* (X1) dan *Repositioning* (X2).

### 3.5.2 Variabel Dependen

Variabel (Y) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2009). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Brand equity* (Y).

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut secara operasional, secara praktik, serta riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian yang diteliti sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Rebranding</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Rebranding</i> adalah perubahan nama, logo, identitas (Collange, 2015)	Posisi pola pikir dan perbedaan identitas aplikasi Gojek dibandingkan dengan aplikasi layanan sejenis.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sikap Konsumen</li> <li>• Ketertarikan terhadap hal baru</li> <li>• Kepercayaan terhadap integritas perusahaan</li> </ul>	Interval

<i>Repositioning</i> (X <sub>2</sub> )	<i>Repositioning</i> merupakan proses melakukan perubahan posisi dibenak konsumen dari posisi yang sudah ada, sehingga memberikan brand image baru dibenak konsumen (Tjiptono dan F.Tjandra 2012)	Persepsi di dalam benak konsumen mengenai aplikasi Gojek Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atribut</li> <li>• Produk</li> <li>• Manfaat</li> <li>• Kelompok pengguna</li> <li>• Pesaing</li> <li>• Kategori produk</li> <li>• Harga</li> </ul>	Interval
<i>Brand Equity</i> (Y)	<i>Brand equity</i> adalah serangkaian aset dan kewajiban ( <i>liabilities</i> ) merek yang terkait sebuah merek yang mengurangi atau menambah nilai yang diberikan suatu produk. (David A. Aaker dalam Makasi, et al, 2014)	Nilai tambah produk yang terdapat pada aplikasi Gojek Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Perceived Value</i></li> <li>• <i>Social Image</i></li> </ul>	Interval

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Validitas instrument merupakan arti seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrument (kuisioner) yang digunakan dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2016). Sesuatu instrument yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah dan untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus dilakukanya dengan menggunakan koefisien korelasi *produk moment*, diolah menggunakan SPSS versi 20 dengan kriteria uji validitas dalam penelitian ini sebagai berikut :

Prosedur Pengujian :

1. Ho : Data valid

Ha : Data tidak valid

2.  $H_0$  : Apabila  $\text{sig} > \alpha$  maka dinyatakan valid  
 $H_a$  : Apabila  $\text{sig} < \alpha$  maka dinyatakan tidak valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya (Sugiyono, 2016). Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Uji Reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya) dari suatu indikator yang digunakan dalam penelitian.

Berikut tabel Interpretasi Nilai R dalam penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi Nilai R**

<b>Koefisien r</b>	<b>Kategori</b>
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

## 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik Rambat Lupioadi (20015). Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil

sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Berikut prosedur pengujian normalitas dalam penilaian ini :

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila  $Sig < 0,05$  maka Ho ditolak (distribusi sample tidak normal)

Apabila  $Sig > 0,05$  maka Ho diterima (distribusi sample normal)

### 3.8.2 Uji Linieritas

Uji Linieritas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak (Rambat Lupioadi, 2015). Uji Linieritas pada penelitian ini menggunakan program SPSS 20. Berikut prosedur pengujian linieritas dalam penelitian ini :

1. Rumusan Hipotesis

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H<sub>1</sub> = Model regresi tidak berbentuk linear

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig)  $< 0,05$  maka Ho ditolak

Jika probabilitas (Sig)  $> 0,05$  maka Ho diterima

### 3.8.3 Uji Homogenitas

Uji homogenitas yaitu suatu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat (Rambat Lupioadi, 2015). Uji homogenitas pada penelitian ini penulis dibantu dengan program SPSS 20.

Berikut prosedur pengujian homogenitas dalam penelitian ini :

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Varians populasi adalah homogen.

H<sub>1</sub> : Varians populasi adalah tidak homogen.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka (Alpha) Ho ditolak

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka (Alpha) Ho diterima

### 3.8.4 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atas hubungan yang kuat di antara variabel bebas yang diikuti sertakan dalam pembentuk model regresi linier (Rambat Lupioadi, 2015).

Berikut prosedur pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini :

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas

Jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas

### 3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut (Rambat Lupioyadi, 2015) regresi linier berganda adalah analisis statistik yang yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20. Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu *rebranding* dan *repositioning* terhadap *brand equity*.

Berikut persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = *Brand equity*

X1 = *Rebranding*

X2 = *Repositioning*

a = *Konsanta*

e = *error*

b1,b2 = *Koefesien regresi*

### 3.10 Pengujian Hipotesis Penelitian

#### 3.10.1 Uji t

Uji t atau uji parsial adalah sebuah variabel bebas berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikatnya. Berikut uji t dalam penelitian ini :

##### 1. Pengaruh *Rebranding* (X1) Terhadap *Brand Equity* (Y)

Ho : *Rebranding* (X1) tidak berpengaruh terhadap *Brand Equity* (Y) Gojek Indonesia

Ho : *Rebranding* (X1) berpengaruh terhadap *Brand Equity* (Y) Gojek Indonesia

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai t hitung > t tabel maka Ho ditolak
- b. Jika nilai t hitung < t tabel maka Ho diterima

## 2. Pengaruh *Repositioning* (X2) Terhadap *Brand Equity* (Y)

Ho : *Repositioning* (X2) tidak berpengaruh terhadap *Brand Equity* (Y) Gojek Indonesia

Ho : *Repositioning* (X) berpengaruh terhadap *Brand Equity* (Y) Gojek Indonesia

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai hitung  $t >$  tabel  $t$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai hitung  $t <$  tabel  $t$  maka  $H_0$  diterima

### 3.10.2 Uji F

Uji simultan (uji F) uji serentak atau uji model atau annova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya/ Berikut uji F dalam peelitian ini :

Uji F : *Rebranding* (X1) dan *Repositioning* (X2) Terhadap *Brand equity* (Y)

Ho : *Rebranding* (X1) dan *Repositioning* (X2) tidak berpengaruh terhadap *Brand equity* (Y) Gojek Indonesia.

Ha : *Rebranding* (X1) dan *Repositioning* (X2) berpengaruh terhadap *Brand equity* (Y) Gojek Indonesia

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut :
  1. Jika nilai hitung  $F >$  tabel  $F$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

2. Jika nilai hitung  $F < \text{tabel } F$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk  $F$  Tabel pada  $db_1=k$  dan  $db_2=n-k-1$
3. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.

