

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif, jenis penelitian deskriptif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif (Sugiyono, 2014,p.11). Metode yang digunakan yaitu survei, penelitian ini akan menganalisis citra merek *smartphone* Samsung dan Oppo di Kota Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengelolaan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada pengguna *smartphone* Samsung dan Oppo di Kota Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan secara langsung diperoleh dari sumbernya. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti salah satunya adalah data jumlah pengguna *smartphone* Samsung dan Oppo di Kota Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiono 2014,p.187) dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan menyusun skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi literatur, arsip, dokumentasi dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian. Dokumentasi, yaitu mengadakan pengumpulan secara langsung maupun terhadap objek penelitian mengenai masalah yang diteliti seperti tentang citra merek *smartphone* samsung dan *smartphone* oppo dan data lain yang mendukung penelitian serta beberapa penelitian sebelumnya dalam bentuk jurnal.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan peneliti memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Data tersebut dapat diperoleh dengan cara : Kuesioner, yaitu mengadakan pengumpulan data dengan membagikan kuesioner kepada responden yaitu pengguna *smartphone* Samsung dan Oppo di Kota Bandar Lampung mengenai hal-hal yang terkait dengan penelitian tentang citra merek *smartphone* Samsung dan Oppo di Kota Bandar Lampung.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk di jawab pengumpulan data dengan cara memberi kuesioner pertanyaan kepada responden yang menjadi pengguna *smartphone* samsung dan oppo di kota Bandar lampung

Skala pengukuran skala nominal. Berikut pengukuran skala kuesioner dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.1 skala pengukuran pertanyaan

PILIHAN JAWABAN	SKOR
YA	1
TIDAK	0

Sumber : (Narita, 2012)

3.4 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014,p.115) populasi adalah wilayah generalisasi, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasinya adalah pengguna *smartphone* Samsung dan Oppo di Kota Bandar Lampung

3.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014,p.116) berpendapat sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode dalam penelitian ini menggunakan sampel non probabilitas (*non-probability sampling*) dengan menggunakan teknik (*sampling purposive*). Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu.

Dalam penentuan sampel digunakan rumus Z-Score sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4} \frac{z^2 \alpha}{E^2}$$

Keterangan:

n =Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

z =Angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean

E = Kesalahan maksimal yang mungkin dialami

A = Tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$) artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses

pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel adalah :

Maka *smartphone* samsung :

$$n = \frac{1}{4} \frac{z_{0,05}^2}{0,1} = 384,16$$

$$n = \frac{1}{4} \frac{1,96^2}{0,1} = 96$$

$$n = \frac{1}{4} 384,16 = 96 \text{ responden dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel}$$

Maka *smartphone* oppo :

$$n = \frac{1}{4} \frac{z_{0,05}^2}{0,1} = 384,16$$

$$n = \frac{1}{4} \frac{1,96^2}{0,1} = 96$$

$$n = \frac{1}{4} 384,16 = 96 \text{ responden dibulatkan menjadi } 100 \text{ sampel}$$

dengan perhitungan tersebut, maka sampel akan diambil penulis dalam melakukan penelitian dibulatkan sebanyak 100 sampel dimana untuk memperoleh data peneliti menemui subyek yaitu orang-orang yang menggunakan *smartphone* Oppo sebanyak 100 orang

Dalam peneliti ini yang menjadi kriteria yaitu:

1. Berusia 17-45 tahun responden yang dipilih adalah konsumen yang menggunakan *smartphone* samsung dan oppo
2. Minimal sudah 5 bulan adalah pengguna *smartphone* samsung dan oppo

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono 2014,p.63). Dalam

penelitian ini yang menjadi variabel adalah citra merek *smartphone* Samsung dan Oppo di Kota Bandar Lampung

3.6 Operasional Variabel

Tabel 3.2. Operasional Variabel

Variabel	Definisi konsep	Atribut- Atribut	Skala
<i>Brand image</i>	Menurut Simamora (2011,p.89) menyatakan bahwa citra merek adalah keseluruhan dari persepsi konsumen mengenai merek atau bagaimana mereka mengetahuinya. Citra adalah persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang (<i>enduring perception</i>) maka tidak mudah untuk membentuk citra, sehingga bila telah terbentuk akan sulit mengubahnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas 2. Teknologi canggih 3. . Penggunaan mudah 4. Produk inovatif 5. Fasilitas multimedia 6. <i>Customer service</i> yang responsive 7. Garansi lama 8. Terdapat <i>outlet</i> resmi diberbagai kota 9. Kemudahan mendapatkan suku cadang 10. Kemudahan dalam membeli 11. Harga Kompetitif 12. Harga jual kembali stabil 13. Bentuk <i>fashionable</i> 14. Banyakvarian (bermacam-macam tipe) (Narita, 2012)	Nominal

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data agar data yang di peroleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid (Anwar sanusi, 2016). Pengujian validitas penelitian ini menggunakan 30 responden dengan taraf nyata 5% (Sugiyono, 2016). Berikut prosedur pengujian validitas dalam penelitian ini :

Hipotesis :

Ho : Data bersifat tidak valid

Ha : Data bersifat valid

Kriteria pengujian :

1. Apabila probabilitas sig < 0.05 maka Ho di tolak Ha di terima
Apabila probabilitas sig > 0.05 maka Ho di terima Ha ditolak
2. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS 17.0
(statistical program and service solution 17.0)

3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik (Anwar Sanusi, 2016). Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik formula Alpha Cronbach, melalui program SPSS 17.0 (Statistical Program and Service Solution 17.0). Kemudian untuk menginterpretasikan besarnya r alpha indeks korelasi menggunakan tabel interpretasi nilai r Alpha indeks korelasi berikut tabel interpretasi nilai r alpha indeks korelasi berikut tabel interpretasi nilai R dalam penelitian ini :

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Semangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0, 5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Sumber : (Sugiyono, 2016)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Metode Cochran Q Test

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui perbedaan citra merek *smartphone* Samsung dan Oppo di Kota Bandar Lampung yaitu dengan menggunakan uji *Cochran Q Test*. Metode ini dipergunakan untuk menguji lebih dari 2 variabel, apabila kedua variabel tersebut berhubungan. Pengujian ini dapat digunakan untuk data nominal ataupun ordinal (Fredy Rangkuti, 2013, p.183). dengan rumus *Cochran Q Test* sebagai berikut:

$$Q = \frac{(k-1) \left[\sum C_j^2 - \frac{(\sum R_i)^2}{k} \right]}{k \sum R_i - \sum R_i^2}$$

Dimana:

k = Jumlah variabel

C_j = Total responden pada j variabel (kolom)

R_i = Total responen pada I pengamatan (baris)

3.8.2 Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis

Ho : Jawaban responden untuk pernyataan merek samsung dan oppo memiliki proporsi jawaban yang sama

H1 : Tidak memiliki jawaban responden untuk pernyataan merek samsung dan oppo memiliki proporsi jawaban yang sama

2. Kriteria

Jika Q hitung > dari pada X₂ tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari pada X₂ tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima

