

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:11), penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat kuantitatif. Dalam penelitian deskriptif ini, peneliti berusaha mendeskripsikan kejadian atau peristiwa yang sedang menjadi penelitian. Berdasarkan pengertian di atas fenomena dalam penelitian yang akan diteliti adalah Analisis Citra Merek *Smartphone* iPhone di Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.2.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, berupa persepsi (opini, sikap, pengalaman) secara individual dan kelompok, hasil observasi suatu kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Dalam hal ini, data yang didapat yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan atau kuisisioner kepada responden berkaitan dengan citra merek *smartphone* iPhone.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data eksternal dalam berbagai bentuk yang digunakan oleh suatu organisasi, lembaga, atau perusahaan dimana data eksternal itu berasal dari atau diterbitkan oleh kalangan lain atau data yang diperoleh bukan secara langsung diperoleh dari sumbernya. Dalam penelitian ini data yang diperoleh secara tidak langsung berasal dari

wawancara langsung mengenai data penjualan *smartphone* iPhone di Bandar Lampung

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penulis mendapatkan data untuk penelitian ini, dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Cara pengumpulan data dengan membaca buku yang berkaitan dengan penelitian, skripsi maupun tesis sebagai acuan atau penelitian terdahulu serta jurnal-jurnal yang dapat membantu penelitian ini.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Cara pengumpulan data dalam penelitian lapangan menggunakan teknik kuisisioner. Teknik ini dilakukan secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Kuisisioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan suatu daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada pengguna *smartphone* iPhone sebagai respondennya.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai jumlah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga atau dianalisis. Populasi penelitian dapat berupa organisasi/perusahaan, individu, kelompok, atau dokumen. Sedangkan populasi menurut Sugiyono, (2014: 115) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* iPhone di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti atau diobservasi dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi (Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramukya Ikhsan, 2015:70). Menurut (Sugiyono, 2014:116) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Non-Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jenis *Non-Probability Sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* yaitu sampel yang diambil dengan kriteria tertentu dan dianggap mewakili suatu populasi. Peneliti menentukan kriteria sendiri untuk responden yang dipilih. Kriteria pemilihan sampel tersebut adalah :

1. Responden yang dipilih adalah konsumen berusia 17-45 tahun
2. Responden yang dipilih adalah konsumen yang menggunakan *smartphone* iPhone minimal selama 3 bulan.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Z-Score* adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z\alpha/2}{E} \right]^2$$

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 :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z_{0,05/2}}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[384,16 \right]^2 = 96 \text{ responden dibulatkan menjadi } 100$$

Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang merupakan pengguna *smartphone* iPhone di Bandar Lampung.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi, kemudian ditarik kesimpulannya (Prof. Dr. Sugiyono, 2014:58). Dalam hal ini, sesuai dengan judul dan rumusan masalah penelitian ini menganalisis tentang citra merek sebagai variabel pada *smartphone* iPhone.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi untuk masing-masing variabel dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut :

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator
Citra Merek	Citra merek menurut Tjiptono (2011:112) merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.	Deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen tentang Citra Merek <i>smartphone</i> iPhone yang ada di benak atau pikiran konsumen	<p>1. Kualitas Produk</p> <p>a. iOS sebagai sistem operasinya, membuat iPhone mampu bekerja dengan cepat dan sesuai dengan standar</p> <p>b. <i>Hardware</i> serta perangkat lainnya (<i>charger, headset, dll</i>) dibuat dengan bahan yang kuat sehingga tidak mengalami kerusakan yang parah</p> <p>c. Teknologi canggih</p> <p>d. Tidak mudah rusak</p> <p>2. Nama merek</p> <p>a. Perusahaan pembuat iPhone mempunyai reputasi yang baik</p>

			<p>b. Citra perusahaan yang sudah mendunia</p> <p>e. Terkenal atau populer</p> <p>3. Lokasi</p> <p>a. Mudah dijangkau karena berada didalam pusat perbelanjaan</p> <p>b. Terdapat outlet resmi</p> <p>c. Kemudahan dalam membeli</p> <p>4. Fasilitas</p> <p>a. Fasilitas <i>iMessage</i></p> <p>b. Fasilitas <i>stocks</i></p> <p>c. Fasilitas <i>FaceTime</i></p> <p>5. Pelayanan</p> <p>a. Garansi Internasional</p> <p>b. Terintegrasi dengan semua produk Apple</p> <p>6. Harga</p> <p>a. Secara tidak langsung menjamin kualitasnya</p> <p>b. Spadan dengan nilai atau <i>value</i> produknya</p> <p>c. Sesuai dengan kelebihan dan</p>
--	--	--	--

			<p>kecanggihan yang dimiliki iPhone</p> <p>7. Produk</p> <p>a. Produk inovatif</p> <p>b. Banyak varian tipe</p> <p>c. Memiliki desain (bentuk, warna, logo dll) yang minimalis, elegan serta menarik (<i>eye catching</i>)</p> <p>d. Memiliki fitur-fitur yang unik</p>
--	--	--	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terdapat di lapangan dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Alat ukur dikatakan valid apabila data yang dihasilkan menggambarkan ukuran kenyataan yang sebenarnya (Lupiyoadi, 2015:36).

Uji validitas menunjukkan sejauh mana tingkat interpretasi yang diperoleh memiliki makna yang sesuai apa yang diinginkan, sehingga penulis menguji validitas angket atau kuisisioner yang langsung diberikan kepada pengguna *smartphone* iPhone di Bandar Lampung.

Prosedur Pengujian :

1. Ho : Data berstatus tidak valid

Ha : data berstatus valid

2. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid

Uji Validitas dilakukan menggunakan program SPSS 20.0

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan. Alat ukur dikatakan reliabel apabila alat ukur digunakan dalam waktu yang berbeda atau responden yang berbeda mampu mengukur sesuatu yang memiliki keterbandingan (Lupiyoadi, 2015:54). Reliabel artinya dapat dipercaya.

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.0. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 - 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 - 0,7999	Tinggi
0,4000 - 0,5999	Sedang
0,0000 - 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: (Sugiyono, 2014)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Metode Cochran Q Test

Metode Cochran Q Test digunakan untuk menguji lebih dari 2 variabel apabila kedua variabel tersebut berhubungan. Pengujian ini dapat digunakan untuk data nominal maupun ordinal. Dengan demikian alat

analisis data menggunakan metode Cochran Q Test yaitu digunakan untuk mengetahui faktor dominan apa saja yang berhubungan pada citra merek *smartphone* iPhone di Bandar Lampung.

Rumus yang digunakan untuk pengujian adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{(k - 1) [k \sum_{j=1}^k G_j^2 - (\sum_{j=1}^k G_j)^2]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

Keterangan :

k = Jumlah variabel

N = Jumlah sampel

G_j = Total responden pada j variabel (kolom)

L_i = Total responden pada i pengamatan (baris)

Dimana Citra Merek dalam penelitian ini seperti yang tertuang di definisi operasional terdiri dari 22 atribut. Dari rumus tersebut dilakukan perhitungan dengan cara menghitung total baris (L_i) dan total baris (L_i²). Begitu juga pada kolom pangkat 2 (C_i²), nilai-nilai ini kemudian dihitung dengan menggunakan rumus *Cochran Q Test*, untuk melakukan pengujian atribu-atribut diatas. Pengujian atribut tersebut dapat dilakukan secara bertahap yaitu mulai dari seluruh 22 atribut, pengujian 21, pengujian 20, pengujian 19 sampai pada pengujian citra merek yang menunjukkan hasil dari atribut-atribut pembentuk citra merek *smartphone* iPhone di Bandar Lampung yang dipilih responden.

3.9 Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis

Ho : Tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

Ha : Terdapat hubungan yang cukup signifikan antar masing-masing atribut

2. Kriteria

Jika Q hitung $>$ dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung $<$ dari X_2 tabel 0,05 (df= k-1), maka Ho : diterima