

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah *SmartPhone* BlackBerry.

2. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah Mahasiswa yang menggunakan *SmartPhone* Blackberry di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang telah menggunakan *SmartPhone* BlackBerry minimal 3 bulan secara langsung yang berupa jawaban dari pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner meliputi pertanyaan dengan indikator kesukaan akan merek meliputi kesukaan merek, membandingkan, kebiasaan, keputusan membeli. Pada citra diri indikatornya meliputi kepribadian, keinginan dan kemampuan membeli. Serta kepuasan konsumen meliputi pertimbangan kepuasan dan kualitas pemakai *SmarPhone* BlackBerry di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Komunitas BlackBerry di jejaring sosial menyatakan bahwa merasa sudah lebih dari 3 bulan menggunakan BlackBerry dan merasa puas dan nyaman (*langitsabrina.wordpress.com*).

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu (Jogiyanto, 2010). Kriteria yang menjadi anggota dalam penelitian ini yaitu kepada pengguna *SmartPhone* Blackberry yang telah menggunakan minimal 3 bulan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jumlah sampel pada penelitian ini 100 responden. Sampel yang baik minimal lebih dari 30 responden (Singarimbun dan Efendy dalam Susanto, 2008).

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui survey dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang harus dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara langsung memberikan kuesioner kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menggunakan Smartphone Blackberry minimal 3 bulan.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan obyek yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh informasi agar bisa ditarik suatu kesimpulan.

Dalam penelitian ini variabel yang akan diuji terdiri dari variabel independen dan variabel dependen, yaitu :

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), variabel independen juga sering disebut sebagai variabel prediktor (Jogiyanto, 2010). Variabel Independen pada penelitian ini meliputi :

a. Kesukaan Merek (X1)

Kesukaan merek adalah konsumen menggunakan suatu produk untuk memperlihatkan konsep dirinya yang terdapat dalam dirinya (Yudhiantoro, 2004).

Indikator yang digunakan untuk mengukur merek adalah:

- 1) Kesukaan Akan Merek
- 2) Kebiasaan
- 3) Membandingkan
- 4) Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada kriteria yang dikembangkan, keputusan diambil merupakan keputusan akhir yang telah melalui proses-proses sebelumnya.

Indikator tersebut lalu dibuat pertanyaan dalam kuesioner yang pengukurannya menggunakan skala *likert*. Disini digunakan kuesionernya Danang Yudhiantoro (2004). Pertanyaan dalam kuesioner ini untuk mengukur kesukaan merek adalah :

- (1) Saya lebih menyukai *SmartPhone* merek BlackBerry daripada merek lainnya.
- (2) Saya lebih sering menggunakan *SmartPhone* merek BlackBerry daripada menggunakan merek lainnya. BlackBerry adalah merek *SmartPhone* yang saya pilih / saya lebih menyukai dibandingkan merek *SmartPhone* lain.
- (3) Saya lebih menyukai membeli *SmartPhone* merek BlackBerry dibandingkan merek lainnya.

a. Citra Diri (X2)

Setiap aktifitas pembelian konsumen, dasarnya adalah adanya keinginan untuk menyamakan citra diri konsumen dengan citra dari merek yang paling kita sukai (Gerpott dan Schindler (2001) dalam Wendri, 2011).

Indikator yang digunakan untuk mengukur kesesuaian citra diri adalah:

- 1) Kepribadian
- 2) Keinginan
- 3) Kemampuan Membeli

Indikator tersebut lalu dibuat pertanyaan dalam kuesioner yang pengukurannya menggunakan *skala likert*. Disini digunakan kuesionernya Danang Yudhiantoro (2004). Adapun pertanyaan kuesioner untuk mengukur kesesuaian citra diri adalah :

- a) Dengan menggunakan *SmartPhone* merek BlackBerry dalam berbagai kegiatan adalah sesuai dengan saya melihat diri saya.
- b) Orang-orang yang sama dengan saya menggunakan *SmartPhone* merek BlackBerry dalam berbagai kesempatan.
- c) Dengan menggunakan *SmartPhone* merek BlackBerry dalam berbagai kegiatan mencerminkan siapakah diri saya.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah sering disebut sebagai variabel output atau sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Jogiyanto, 2010). Variabel Independen pada penelitian ini meliputi :

a. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli (Kotler dan Armstrong, 2008). Pengalamannya yang menyenangkan setelah dia mempergunakan produk atau merek tersebut. Indikator dalam kepuasan adalah:

- 1) Pertimbangan Kepuasan
- 2) Kemampuan merek
- 3) Kualitas.

Indikator tersebut lalu dibuat pertanyaan dalam kuesioner yang pengukurannya menggunakan *skala likert*. Disini digunakan

kuesionernya Danang Yudhiantoro (2004). Adapun pertanyaan kuesioner untuk mengukur kepuasan konsumen :

- a) Setelah mempertimbangkan segala hal saya merasa sangat puas dengan *SmartPhone* merek BlackBerry.
- b) Seluruh kualitas dan fasilitas *SmartPhone* merek BlackBerry adalah sangat bagus.
- c) Jika ada orang bertanya kepada saya, dengan yakin saya akan merekomendasikan *SmartPhone* merek BlackBerry.

F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang harus diukur berhubungan dengan kenyataan (*actually*). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* dengan taraf signifikansi kurang dari 5%. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuan dengan nyata atau benar. Alat ukur yang tidak valid adalah yang memberikan hasil ukuran yang menyimpang dari tujuannya (Jogiyanto, 2010).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu pengukur yang menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep (Jogiyanto, 2010). Suatu pengukur telah dikatakan reliabel (dapat diandalkan) jika dapat dipercaya. Supaya dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa

pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto, 2010).

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah nilai *Cronbach 'Alpha*. Jika semakin tinggi mendekati angka 1 maka semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya. Jika nilai *Cronbach 'Alpha* diatas 0,60 maka reliabilitas diterima (Azwar, 1997 dalam Dika, 2010). Pengujian regresi ini dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 16.0 *for windows*.

G. Uji Hipotesis dan Analisa Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan / atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Jogiyanto, 2010). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen.

Analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda, oleh karena itu variabel independen dalam penelitian ini mempunyai lebih dari dua variabel (tiga variabel independen), maka

regresinya disebut regresi berganda. Analisa regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kesukaan merek, citra diri) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Bentuk umum persamaan regresi berganda antara kesukaan merek dan citra diri serta kepuasan konsumen, yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

X1 = kesukaan merek

X2 = citra diri

b1, b2 = besaran koefisien dari masing-masing variabel

e = error

2. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen (Rusli, 2011). Uji statistik t digunakan untuk menguji kesukaan merek, citra diri, kepuasan konsumen. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 5%), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar dari pada 0,05 maka variabel

independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.