BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan, biasanya berbentuk variabel. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian tersebut yang berjudul **"ANALISIS CITRA MEREK *(BRAND IMAGE)* SEPATU EDWARD FORRER PADA TOKO EDWARD FORRER DI BANDUNG".** Menurut Sugiyono (2003:31) "variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan".

3.2 Metode penelitian

Dalam memecahkan suatu masalah yang ada pada suatu penelitian diperlukan penyelidikan yang hati-hati, teratur dan terus-menerus. Sedangkan untuk mengetahui bagaimana seharusnya langkah-langkah penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode penelitian.

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai analisis citra merek *(brand image)* sepatu Edward Forrer pada Toko Edward Forrer Di Bandung. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini

adalah metode deskriptif analisis. Menurut Sugiyono (2005:21) “penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.” Metode deskriptif adalah metode penilaian yang mencari gambaran tentang sifat individu, keadaan gejala suatu objek dengan mencari masalah-masalah baru untuk mengisi kekurangan ilmu pengetahuan atau bersifat induktif.

Rancangan penelitian dengan cara analisis deskriptif ini dimaksudkan untuk menjelaskan dengan gambaran khusus bagaimana citra merek *(brand image)* sepatu Edward Forrer pada Toko Edward Forrer di Bandung.

3.2.2 Operasional Variabel

Dari penelitian tugas akhir yang berjudul,“Analisis citra merek *(brand image)* sepatu Edward Forrer pada Toko Edward Forrer di Bandung”. Penulis membuat operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
Citra merek *(brand image)*adalah"*Brand Image* didasari oleh berbagai ketertarikan yang dikembangkan oleh konsumen pada setiap waktu, brand, seperti manusia dapat berupa gagasan yang mempunyai masing-masing personality" **Menurut Shimp (2007:38)** .	Pemahaman konsumen mengenal merek secara keseluruhan	1. *Recognation* • Pengertian merek Adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan di gunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.	• Tingkat kemudahan dikenalnya Merek	**Ordinal**	1
		• Desain merek	• Kemenarikan desain merek		2
		• Pembuatan atribut dan logo	• Tingkat tingkat kemenarikan atribut logo		3
		2. *Reputation* • Merek yang selalu diingatkan	• Tingkat kemudahan mengingat merek	**Ordinal**	1
		• Image yang baik	• Tingkat keyakinan image		2
		• Kesan merek yang berkualitas	• Tingkat keyakinan merek yang berkualitas		3
		• Menemukan merek	• Tingkat kemudahan menemukan merek		4
		3. *Affinity* • Tingkat keyakinan konsumen terhadap	• Keyakinan terhadap	**Ordinal**	1

		merek • Sikap terhadap kualitas merek • Penilaian reputasi merek yang dimiliki • Merek mewakili kepribadian dan gaya hidup	merek • Tingkat keyakinan kualitas merek • Tingkat reputasi tinggi merek • Tingkat Merek mewakili kepribadian dan gaya hidup		2 3 4
		4. *Brand Loyalty* • Pembelian ulang merek • Konsumen selalu merekomendasikan merek • Penyampaian kesan positif • Menolak produk pesaing	• Tingkat keyakinan pembelian ulang • Tingkat konsumen selalu merekomendasikan merek • Tingkat kesediaan penyampaian kesan positif terhadap merek • Tingkat kesediaan menolak produk pesaing	**Ordinal**	1 2 3 4

Sumber : Data primer yang diolah

3.2.3 Sumber Data Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

   Data penelitian ini diperoleh dari peninjauan langsung kelapangan dengan menggunakan metode :

   a. Wawancara

      Dengan melakukan komunikasi langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan objek penelitian.

   b. Observasi

      Dengan melakukan pengamatan langsung ke objek penelitian dan melakukan pencatatan secara langsung dari apa yang akan dilihat

   c. Kuesioner

      Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Data Sekunder

   Data objek penelitian yang di dapat dari literatur perusahaan maupun dari pihak lain.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008:115).”Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempengaruhi karakteristik dan kuantitatif tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk diplajari dan kemudian ditarik kesimpulan”

Data yang akan dipakai dalam penelitian ini belum tentu merupakan keseluruhan dari suatu populasi. Hal ini patut dimengerti mengingat keterbatasan waktu, tenaga serta masalah heterogonitas dan homogenitas dari populasi. Maka penelitian ini menggunakan sampel populasi yang akan diteliti adalah konsumen yang melakukan kunjungan dan pembelian Sepatu Edward Forrer pada Toko Edward Forrer di Jl. Ir.H Djuanda No. 151 Bandung adalah sekitar kurang lebih 50 pengunjung per hari dan penulis mengambil 1500 pengunjung sebagai populasi dalam satu bulan, hal ini dikarenakan sesuai dengan laporan data pengunjung pada Toko sepatu Edward Forreryang dilakukan dalam satu bulan.

3.2.3.2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2008:116) “sampel adalah bagian dari sejumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut”. Penggunaannya adalah dengan mengambil sampel acak sederhana *(simple random sampling),* yaitu sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Adapun rumus yang representatif digunakan adalah menurut Slovin yang

dikutif dalam buku “Riset Pemasaran dan prilaku konsumen” oleh Husein Umar (2002:146) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : Jumlah sampel minimal

N : Jumlah populasi

e : persen kelonggaran ketidak teliti karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil e = 0.1

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1500}{1 + 1500(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1500}{1 + 1500(0.01)^2}$$

n = 93,75 dibulatkan menjadi 100

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian penulis menggunakan beberapa cara sebagai berikut :

1. *Library Research* (penelitian kepustakaan) yaitu mencari serta mengumpulkan data yang bersifat teoritis dengan cara membaca serta menelaah seperti buku-

buku teori dan koleksi lainnya yang berkaitan dengan kegiatan penelitian yang dilaksanakan.

a. Studi Dokumentasi, yaitu dengan mempelajari dokumen-dokumen yang ada diperusahaan yang berkenaan dengan masalah yang diteliti, seperti dokumen merngenai sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan sebagainya yang menunjang penelitian.
b. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku, makalah-makalah dan tugas akhir untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep-konsep yang sedang dibahas.

2. *Field Research* (pengamatan lapangan) yaitu teknik pengumpulan data mengenai masalah yang berkaitan dengan penelitian :
   a. Observasi, mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap masalah yang berkaitan dengan penelitian.
   b. Wawancara, untuk memperoleh keterangan berupa pertanyaan yang diajukan guna memperoleh data secara langsung dari sumber.
   c. Kuesioner, merupakan metode untuk memperoleh data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden

3.2.4.1 Uji Validitas

Untuk mengetahui tingkat ketepatan dan kecermatan alat ukur atau media kuesioner, maka diperlukan pengujian validitas dengan mencari nilai korelasi *Spearman Correlation*(r) pada masing-masing pertanyaan atau variabel dan dikonsultasikan dengan tabel r.Perhitungan valid tidaknya suatu butir pertanyaan

dilakukan dengan cara membandingkan angka koefisien korelasi butir dengan angka tabel. Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi (r_{xy}) dan nilai signifikansinya (probabilita statistik) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 100 responden, maka dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total.

Dari pengujian yang dilakukan dengan *Spearman Correlation*, dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil bahwa dari 15 pertanyaan yang digunakan dinyatakan valid karena mempunyai korelasi positif dengan skor total pertanyaan menghasilkan nilai r diatas 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 15 pertanyaan yang valid dalam penelitian ini.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi kuisioner alat ukur dalam mengukur hal yang sama pada responden yang berbeda. Suatu alat pengukur dikatakan dapat diandalkan jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama. Untuk mencari nilai indeks realibilitas dari *Spearman Brown.* Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan korelasi *Spearman Brown* dengan menggunakan SPSS, setelah dilakukan uji validitas diperoleh hasil bahwa 15 pertanyaan yang valid. 15 pertanyaan yang valid dilakukan uji reliabilitas mendapatkan skor 0.741 yang artinya diatas 0,5 dikatakan pertanyaan tersebut reliabel.

3.2.5 Rancangan Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelolaan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai *(scoring)* sesuai dengan sistem

3.2.5.1. Rancangan Analisis Deskriptif / Kualitatif

Analisis Deskriptif / kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Untuk maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penelitian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Sesuai dengan pernyataan dari Rendi Panuju (2000;45) menyatakan bahwa “untuk menentukan kategori tertinggi, sedang dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya” sebagai berikut :

1. Nilai indeks minimum adalah nilai skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum adalah nilai skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.

3. Interval adalah selisih antara nilai indeks maksimum dengan nilai indeks minimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut :

Skor minimum dalam persentase = $\frac{skorminimum}{skormaksimum} x\ 100\%$

= $\frac{1}{5} x100\%$

= 20 %

Skor maksimum dalam persentase = $\frac{skor\text{maksimum}}{skormaksimum} x\ 100\%$

= $\frac{5}{5} x100\%$

= 100 %

Interval dalam persentase = skor maksimum - skor minimum

= 100 % - 20 %

= 80 %

Panjang interval dalam persentase = $\frac{interval}{jenjang}$

= $\frac{80\ \%}{5}$

= 16 %

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut:

Table 3.2
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Rendah
36 % - < 52 %	Rendah
52 % - < 68 %	Cukup Tinggi
68 % - < 84 %	Tinggi
84 % - < 100 %	Sangat Tinggi

Sumber ; Dr. Ummi Narimawati, M.Si.(2007;85)