



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3 Metode Penelitian

3.1 Pendekatan dan Metodologi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif, melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada responden. Teknik penggunaan angket adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Instrumen berupa lembar daftar pertanyaan dapat berupa angket (kuesioner), *checklist*, ataupun skala (Umar,2010:167).

3.2 Metode dan Tipe Riset

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif. Penelitian eksplanatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2004:11). Pada penelitian eksplanatif, minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan.

Dimensi waktu dalam penelitian ini adalah *cross section*. *Cross section* mengemukakan bahwa sebuah studi dapat dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan dalam satu kurun waktu saja, mungkin selama periode harian, mingguan, atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian (Sekaran, 2007:177).

Tabel 3.1 Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	Metode yang digunakan	Unit Analisis	<i>Time Horizon</i>
T-1	Eksplanatif	Survei	Individu-Pelanggan	<i>Cross Sectional</i>
T-2	Eksplanatif	Survei	Individu-Pelanggan	<i>Cross Sectional</i>

Sumber : Penulis, 2013

1. T-1 : Untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara *social media twitter* sebagai alat promosi dengan loyalitas pelanggan Fred Perry Plaza Indonesia.
2. T-2: Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *social media twitter* sebagai alat promosi terhadap loyalitas pelanggan Fred Perry Plaza Indonesia.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2012:80). Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek / subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek itu. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Fred Perry Plaza Indonesia pada bulan Februari hingga April 2013 yang berjumlah 1384 populasi. (Sumber : *Store Manager Fred Perry Plaza Indonesia, 2013*)

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus representatif (mewakili). Dalam mengambil sampel menggunakan teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Menurut Sugiyono (2012:81) teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *Probability Sampling* dan *Non probability Sampling*, dimana peluang setiap sampel untuk terpilih sebagai contoh tidak dapat diketahui dengan pasti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan fokus pada *purposive sampling* dimana ini merupakan cara pengambilan sampel dari anggota dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, sampelnya adalah pelanggan dari Fred Perry Plaza Indonesia yang juga merupakan follower dari akun twitter fredd perry Indonesia.

Penentuan jumlah sampel yang mampu mewakili populasi, dipergunakan rumus Slovin (Sangadji dan Sopiah,2010:189)

Rumusnya adalah :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{1384}{1 + (0,1)^2 \cdot 1384}$$
$$n = \frac{1384}{14,84}$$
$$n = 93 \text{ sampel}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel pada penelitian ini 10%.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasionalisasi penelitian, memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan dalam melakukan pengukuran (Sarwono, 2006:27).

1. Variabel *Social Media Twitter* Sebagai Alat Promosi (X)

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel *Social Media Twitter* Sebagai Alat Promosi

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Social Media Twitter</i> Sebagai Alat Promosi (X)	<i>Transparancy</i>	a. Informasi <i>up to date</i> . b. Informasi bersifat terbuka untuk semua kalangan.	Likert
	<i>Dialogue and Communication</i>	a. Perolehan informasi lebih efisien. b. Kontak secara personal dan cepat mendapatkan <i>feed back</i> .	Likert
	<i>Networking Relationship</i>	a. Tercipta hubungan pelanggan dengan <i>brand</i> . b. Saling berbagi informasi.	Likert
	<i>Multi Opinion</i>	a. Pelanggan bebas memberikan masukan / saran.	Likert

Sumber (Juju dan Sulianta,2010:7)

2. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan (Y)	<i>Repeat Purchase</i>	a. Memiliki produk favorit, melakukan pembelian dengan Fred Perry Plaza Indonesia secara berulang.	Likert
	<i>Immunity</i>	a. Tidak menghiraukan produk –produk pesaing b. Tidak menghiraukan promosi pesaing.	Likert
	<i>Reverse Others</i>	a. Merekomendasikan Fred Perry Plaza Indonesia. b. Menceritakan hal-hal baik tentang Fred Perry.	Likert
	<i>Accros product or service</i>	a. Pelanggan bersedia menggunakan produk atau jasa lain yang ditawarkan oleh Fred Perry Plaza Indonesia.	Likert

Sumber (Griffin,2005:31)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a) Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Kelebihan sumber data primer adalah peneliti dapat mengumpulkan data sesuai dengan yang diinginkan karena data yang tidak relevan

relevan dapat dieliminasi atau setidaknya dikurangi. Data yang di peroleh pun lebih akurat, tetapi memerlukan waktu, tenaga, dan biaya yang lebih besar dibandingkan jika peneliti menggunakan data sekunder.

- **Kuesioner**

Kuesioner adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket, sehingga dalam waktu relatif dapat menjangkau banyak responden. Responden diberi kuesioner secara langsung dan diminta untuk mengisi semua pertanyaan yang tercantum di dalam kuesioner. Kuesioner berisi pertanyaan umum mengenai profil responden dan pertanyaan pokok yang menyangkut tema dan masalah yang diteliti. Penulis memberikan kuesioner kepada para pelanggan Fred Perry Plaza Indonesia.

- b) Data sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan histories yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun tidak di publikasikan. (Sangadji dan Sopiah, 2010:44).

- **Studi Kepustakaan**

Studi pustaka dapat digunakan sebagai pengumpul data apabila informasi yang dikumpulkan bersumber dari dokumen, seperti : buku jurnal, surat kabar, majalah, notulen rapat, dan sebagainya. Penulis mendapatkan data sekunder mengenai profil tentang Fred Perry Plaza Indonesia melalui website Fred Perry yang tersedia online dan melalui bagian *Marketing Public Relation* Fred Perry Plaza Indonesia untuk mengetahui jumlah populasi dan struktur organisasi Fred Perry Plaza Indonesia.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data dalam penelitian ini dilakukan sesuai dengan jenis pengolahan data yang dilakukan dan menyusunnya untuk keperluan penelitian. Teknik Pengukuran data dalam penelitian ini adalah menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial (Sugiyono,2012:93). Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pertanyaan yang harus diisi responden. Setiap pernyataan atau pertanyaan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata, yaitu :

Tabel 3.4 Skala Likert

Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu – Ragu	RR	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Setuju	STS	1

Sumber : (Sugiyono,2012:94)

Berdasarkan kategori-kategori tersebut dapat diketahui bobot nilai tertinggi adalah 5 dan bobot nilai terendah adalah 1. Untuk mengetahui *range* maka selisih antara bobot nilai tertinggi dan bobot nilai terendah adalah $5 - 1 = 4$, dan untuk mengetahui jumlah interval kelas dan besar interval kelas dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$i = \frac{R}{k} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Keterangan : R = *Range* (rentang kelas)
 k = Jumlah Interval Kelas
 i = Besar Interval Kelas

3.6.1 Uji Validitas

Validitas menguji seberapa baik suatu instrumen yang dibuat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS 19,0. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Untuk menghitung validitas menggunakan teknik korelasi *Pearson product moment*.

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi
 $\sum X_i$ = Jumlah skor item
 $\sum Y_i$ = Jumlah skor total
 n = Jumlah responden

Selanjutnya dihitung dengan Uji-t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t = Nilai t_{hitung}

r = Koefisien korelasi hasil r_{hitung}

n = Jumlah responden

Distribusi (Tabel t) untuk $\alpha = 0,1$ dan derajat kebebasan ($df = n-2$)

Dasar pengambilan keputusannya, yaitu:

- Jika r_{hitung} positif dan r_{hitung} > r_{tabel}, variabel tersebut valid.
- Jika tidak memenuhi r_{hitung} positif dan r_{hitung} < r_{tabel}, maka variabel tersebut tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Keandalan (reliabilitas) suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan) dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Dengan kata lain, keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai ketepatan sebuah pengukuran (Sekaran, 2006:40).

Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Kurang Reliabel
>0.20 – 0.40	Agak Reliabel
>0.40 – 0.60	Cukup Reliabel
>0.60 – 0.80	Reliabel

>0.80 – 1.00	Sangat Reliabel
--------------	-----------------

Sumber: Triton (2006, 248)

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Bila r hitung $> 0,60$ maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.

Bila r hitung $< 0,60$ maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel

Dalam Umar (2005,195) dipaparkan enam macam pengukuran reliabilitas, yaitu Tes-Retest, Spearman-Brown, Kuder dan Richardson (dengan rumus K-R 20 dan K-R 21), Cronbach's Alpha (α), dan observasi.

Dalam penelitian ini, teknik uji reliabilitas yang digunakan adalah Cronbach's Alpha (α). Merupakan rata-rata dari semua koefisien belah dua yang dihasilkan dari beberapa cara membelah skala item-item. Koefisien - koefisien tersebut bervariasi dari 0 sampai 1. Nilai sebesar 0,6 atau kurang menyatakan bahwa konsistensi internal reliabilitas tidak memuaskan. Rumus Cronbach's Alpha (α) dapat digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya merupakan rentangan antara beberapa nilai atau berbentuk skala

3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak untuk membuktikan penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Cara untuk mendeteksi normalitas distribusi data, salah satunya menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pengambilan keputusan yang diajukan adalah :

- Jika angka signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,10$ maka data berdistribusi normal.

- Jika angka signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* $< 0,10$ maka data tidak berdistribusi normal.

Angka Sig. atau signifikansi dapat diperoleh dengan perhitungan *test of normality* atau plot melalui alat bantu SPSS 19 dengan tingkat kepercayaan 90% atau tingkat kesalahan 10%.

3.6.4 Uji Korelasi

Uji Kolerasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Product Moment Pearson*. Hubungan antar variabel dapat berbentuk searah (+) atau terbalik (-). Nilai koefisien korelasi berkisar antara -1 sampai +1. Koefisien korelasi bernilai + (searah), dalam model regresi bermakna semakin tinggi nilai X maka semakin tinggi nilai Y.

Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan & Kuncoro, 2008

3.6.5 Teknik Analisis Data

Pengukuran pengaruh penggunaan *social media twitter* sebagai alat promosi terhadap loyalitas pelanggan dilakukan dengan menggunakan uji analisis regresi sederhana melalui alat bantu SPSS 19. Analisis regresi linear sederhana digunakan jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu.

Rumus regresi linear sederhana (Kriyantono, 2010 : 184) adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tidak bebas/dependen yang diprediksi)

X = variabel bebas (subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)

a = nilai intercept (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka menjadi penurunan.

Nilai a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$