

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Kriyantono (2012, h. 56) sendiri, penelitian kuantitatif sendiri memiliki tujuan untuk menguji suatu teori dan tentu saja hipotesis, baik itu mendukung maupun tidak pada sebuah teori, dan menggunakan data sebagai alat untuk membuktikan kebenaran suatu teori. Data tersebut dikumpulkan untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Ketika peneliti mencari data dan melakukan sebuah analisis, hasil yang diperoleh akan dibuktikan kembali dengan hipotesis, konsep, teori, dan asumsi yang telah dikemukakan sehingga mendapatkan hasil yang menjadi sebuah kesimpulan.

Sifat penelitian ini adalah eksplanatif. Menurut (Kriyantono, 2012, h. 69), penelitian eksplanatif memiliki arti dan tujuan untuk mencari sebab akibat dan menghubungkan akibat dari dua variabel yang ada. Maksudnya adalah hubungan antara variabel x dan variabel y. Tujuan dari penelitian ini juga untuk menghubungkan teori dan hipotesis yang sudah ada. Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti hubungan Pengaruh Citra Merek (Variabel X) Mobile Legends : Bang Bang terhadap Loyalitas (Variabel Y) Pemain.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Menurut (Kriyantono, 2012, h. 59),

Metode survei adalah metode pengumpulan informasi melalui penyusunan kuesioner pertanyaan terstruktur yang kemudian diajukan kepada responden yang disebut sampel dari suatu populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode ini karena cocok dengan judul penelitian dan sangat tepat untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan efektif.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner sebagai alat untuk mengumpulkan data yang disebar ke sampel yang mewakili populasi tertentu. Kuisisioner tersebut berisi pernyataan yang dibuat berdasarkan dimensi dan indikator yang telah dibuat oleh peneliti. Setelah menyebarkan kuisisioner tersebut, hasil dari kuisisioner tersebut akan diolah menggunakan program SPSS versi 25 sampai hasil data olahan tersebut bisa menghasilkan sebuah kesimpulan dari penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok atau serumpun objek yang akan menjadi sasaran penelitian (Bungin, 2013, h.101). Sedangkan arti Populasi menurut Sugiyono (2014, h. 119) adalah seluruh objek dan subjek yang karakteristiknya sesuai bagi kebutuhan peneliti yang akan dipelajari sehingga peneliti bisa

menarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut Instagram @realmobilelegendsid yang diikuti 3,6 juta pengikut. Angka tersebut merupakan data terakhir yang di *update* pada tanggal 12 Agustus 2019. sehingga peneliti memilih populasi dengan data terbaru dari instagram tersebut. Peneliti memilih populasi tersebut dikarena peneliti tidak dapat mendapatkan data dari sosial media Mobile Legends yang lain dan karena promosi serta informasi lebih banyak di Instagram dibandingkan facebook Mobile Legends.

3.3.2 Sampel

Sampel diartikan sebagai pemilihan dari sebuah populasi dengan syarat tertentu dimana sampel akan dipilih jika populasi tersebut memenuhi syarat untuk menjawab sebuah kuisisioner (Sugiyono, 2014, h.149). sampel yang dipilih dan sudah memenuhi syarat harus bisa mewakili populasi tersebut secara keseluruhan. Menurut (Bungin, 2013, h.108) Ada dua jenis rancangan sampel dalam penelitian yaitu :

1. Rancangan Sampel Probabilitas (*Probability Sampling Design*) Rancangan sampel probabilitas, yang memiliki arti dimana penarikan sampel berdasarkan pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memenuhi syarat untuk menjadi sampel.
2. Rancangan Sampel Nonprobabilitas (*Nonprobability Sampling Design*): Pada rancangan sampel probabilitas, penarikan sampel tidak penuh dilakukan dengan menggunakan hukum probabilitas, artinya bahwa tidak semua unit populasi memenuhi syarat untuk menjadi sampel.

Dalam penelitian ini, penarikan sampel melalui rancangan *nonprobability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* sendiri artinya pemilihan sampel dilakukan oleh peneliti berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Dalam menemukan sampel dari penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin untuk menghitung minimal sampel yang diperlukan. Jumlah pengikut Instagram @realmobilelegendsid adalah 3.600.000 pada tanggal 12 Agustus 2019.

Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{3.600.000}{1 + 3.600.000(0,05)^2} = 399,95 \rightarrow 400 \text{ orang}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Jumlah Populasi

e: Batas toleransi kesalahan

Berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin diatas didapatkan jumlah sampel minimal sebesar 400 orang dari jumlah pengikut Instagram @realmobilelegendsid pada tanggal 12 Agustus 2019. Batas nilai toleransi kesalahan diatas dinilai dengan presentase, peneliti menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 5% dengan nilai akurasi sebesar 95%.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang di teliti, yaitu Citra Merek dan Loyalitas. Variabel tersebut merupakan hal yang utama dan menjadi ide

pokok dalam penelitian kuantitatif. Variabel adalah suatu konsep yang mempunyai berbagai variasi didalamnya. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yaitu Citra Merek (Variabel X) terhadap Loyalitas (Variabel Y). Berdasarkan variabel diatas, maka operasionalisasi variabel yang tepat adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
Brand Image (x) Keller 2013, Tjiptono (dalam Mufariq, 2018, h.34)	Trustworthiness/Kekuatan kekuatan asosiasi merek	Brand Attributes	- Mobile Legends adalah permainan yang bisa dipercaya -Mobile Legends adalah permainan yang membutuhkan strategi
		Brand Benefits	Permainan Mobile Legends tidak mengecewakan
			- Saya merasa senang bermain Mobile Legends -Saya merasa bangga bermain Mobile Legends (ketike mencapai ranking tertinggi, menang saat bermain)
	Expertise/keahlian Keunggulan asosiasi merek	Desirability	-Mobile Legends adalah salah satu permainan unggulan dari permainan yang lain -Bermain Mobile Legends bisa menambah relasi dengan orang lain

		Quality	-Mobile Legends memiliki fitur yang menarik -Mobile Legends memiliki fitur yang beragam
	Attractiveness/daya Tarik Keunikan asosiasi merek	Points of difference	-Tampilan aplikasi Mobile Legends sangat menarik -Tampilan aplikasi Mobile Legends tidak membosankan - Mobile Legends memiliki grafik yang bagus - Hero Mobile Legends sangat menarik - Jenis permainan Mobile Legends beragam -Mobile Legends merupakan produk asal Cina yang berkualitas
Loyalitas pemain (y) Griffin 2013	Melakukan pembelian ulang secara teratur		-Saya sering bermain Mobile Legends -Bermain Mobile Legends merupakan hiburan bagi saya
	Merekomendasikan kepada orang lain		-Saya akan merekomendasikan bermain Mobile Legends kepada orang lain -Saya akan mengajak teman untuk bermain Mobile Legends -Saya akan mengajak keluarga saya bermain Mobile Legends

	Memiliki kekebalan terhadap produk pesaing		-Saya lebih memilih Mobile Legends dibanding permainan lain
			Saya tidak tertarik dengan game selain Mobile Legends
			Saya akan tetap bermain Mobile Legends

Sumber : Data olahan penulis, 2019

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat diperlukan untuk membantu dalam penelitian sehingga peneliti mendapatkan informasi yang tepat dan hasil yang pasti. Dalam penelitian ini, terdapat dua Teknik pengumpulan data yaitu Teknik pengumpulan data primer dan sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama di lapangan (Bungin, 2013, h.132). Dalam penelitian ini kuesioner menjadi data primer untuk penelitian yang ditunjukkan untuk kepada responden yaitu pengikut Instagram @realmobilelegendsid. Kuesioner akan disebarakan kepada 400 responden yang sudah ditentukan dari sampel.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2014,h. 93) skala *likert* dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah

skala dengan empat poin, bertujuan untuk mengurangi jawaban netral atau ragu-ragu dari responden. Pilihan jawaban yang digunakan dalam kuesioner adalah

Tabel 3.2 Nilai Skala *Likert*

No	Skala	Nilai
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2014, h.93

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Bungin, 2013, h.133). Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari riset kepustakaan, riset kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data melalui jurnal ilmiah, nuku referensi, bahan publikasi resmi, hingga online.

3.6 Teknik Pengukuran Data : Uji Validitas dan Realibilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas sendiri mempunyai arti sampai sejauh mana ketepatan dan kecermatan data yaitu suatu alat ukur (Sugiyono, 2014, h. 39). Dalam melakukan uji validitas, tujuan dari peneliti melakukan uji validitas adalah

untuk mendapatkan data dan hasil yang *valid* melalui kuisisioner yang disebar ke populasi. Dalam melakukan uji validitas, peneliti menggunakan aplikasi SPSS 25 *for windows*. Uji Validitas ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada 40 responden sesuai dengan populasi yang ditentukan. Setelah mendapatkan 40 responden, data tersebut diolah ke dalam SPSS dengan nilai toleransi kesalahan sebanyak 0,05 dengan acuan tabel nilai kritis Pearson. Dengan ini kuisisioner dinyatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ sebesar (0,312).

3.6.1.1 Uji Validitas *Pre-test*

Setelah menyebarkan kuisisioner secara online kepada 40 responden dan untuk menghitung hasil dari kuisisioner tersebut, peneliti menguji validitas yang menggunakan aplikasi SPSS 25 *for windows*. Dengan n (jumlah responden) = 40 dan $r \text{ tabel} = 0,312$ dengan nilai toleransi 5%, dengan demikian $r \text{ hitung}$ harus lebih besar dari 0,312.

Tabel 3.3 Uji Validitas Data *Pre-test* Variabel Citra Merek (X)

Indikator	R Hitung	R Tabel	Uji Validitas
XP1	.533	.312	Valid
XP2	.722	.312	Valid
XP3	.500	.312	Valid
XP4	.395	.312	Valid
XP5	.506	.312	Valid
XP6	.459	.312	Valid

XP7	.687	.312	Valid
XP8	.823	.312	Valid
XP9	.740	.312	Valid
XP10	.727	.312	Valid
XP11	.750	.312	Valid
XP12	.732	.312	Valid
XP13	.679	.312	Valid
XP14	.555	.312	Valid
XP15	.676	.312	Valid

Sumber : Data olahan penulis, 2019

Dari Data diatas, dapat dikatakan bahwa 15 pertanyaan variabel x memiliki hasil yang valid dikarenakan hasil dari R hitung > R Tabel yaitu >.312.

Tabel 3.4 Uji Validitas Data *Pre-test* Variabel Loyalitas (Y)

Indikator	R Hitung	R Tabel	Uji Validitas
YP16	.573	.312	Valid
YP17	.756	.312	Valid
YP18	.559	.312	Valid
YP19	.732	.312	Valid
YP20	.718	.312	Valid

YP21	.705	.312	Valid
YP22	.672	.312	Valid
YP23	.565	.312	Valid

Sumber : Data olahan penulis, 2019

Dari data diatas, dapat dikatakan bahwa 8 pertanyaan variabel y memiliki hasil yang valid dikarenakan hasil dari R hitung > R Tabel yaitu >.312

3.6.2 Uji Realibilitas

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji realibilitas. Dalam hal ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS 25 for windows. Metode yang digunakan adalah metode *Alpha Cronbach's*. Jika ditemukan bahwa nilai *Alpha* (α) hitung lebih besar dari pada r tabel (rhitung > rtabel) maka instrument penelitian dinyatakan realibel (Triton, 2006, h. 248).

Tabel 3.5 Tabel Nilai *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Realibilitas
0,00-0,20	Kurang Realiabel
0.20-0,40	Agak Realiabel
0,40-0,60	Cukup Realiabel
0,60-0,80	Realiabel
0,80-1.00	Sangat Realiabel

Sumber: Triton, 2006, h.248

3.6 Tabel Uji Reabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	15

Sumber : Data olahan penulis, 2019

Berdasarkan tabel 3.5 pada kolom *Cronbach's Alpha* diatas, menunjukkan nilai .924 sehingga variabel Citra Merek (X) bisa dikatakan sangat reliabel.

3.7 Tabel Uji Realibitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	8

Sumber : Data olahan penulis, 2019

Berdasarkan tabel 3.5 pada kolom *Cronbach's Alpha* diatas, menunjukkan nilai .884 sehingga variabel loyalitas (Y) bisa dikatakan sangat reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah mendapatkan data primer dan sekunder serta melakukan uji validitas dan realibilitas, selanjutnya peneliti akan menganalisis data agar keabsahan penelitian lebih kuat. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu analisis multivariat. Peneliti ingin mengetahui adanya hubungan antara variabel X dan Y. Dalam penelitian ini variabel *independent* (bebas) yaitu citra merek, sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu loyalitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Pada penelitian ini, uji normalitas merupakan salah satu tahap yang diuji terlebih dahulu. Menurut Ghozali (2018, p. 154) dalam melakukan analisis penelitian variabel, uji normalitas tidak selalu dibutuhkan tetapi hasil uji statistik akan jauh lebih baik jika semua variabel yang telah didistribusi memiliki hasil terdistribusi secara normal. Menurut Sarwono (2012, p. 96) data harus berbentuk seperti bel pada kurva baru dinyatakan normal, kurva bel sendiri memiliki ciri kurva harus berada di tengah dan menurun disisi kiri dan kanannya, selanjutnya kurva yang berbentuk bel tersebut harus simetris.

Langkah awal dalam menentukan normalitas harus dilihat pada uji hipotetsis dengan dilihat jika $\text{Sig.} < 0.05$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, sedangkan jika $\text{Sig.} > 0.05$ H_0 diterima, H_1 ditolak.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis grafik pada SPSS 25 *for windows* untuk menguji normalitas, yaitu dengan melihat grafik *P-Plot*, grafik histogram dan Kolmogorov-Smirnov.

3.7.2 Uji Koefisien Korelasi

Dalam Uji korelasi ini, tujuan dari peneliti adalah ingin mengetahui hubungan antara variabel x dengan variabel y. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Dalam uji korelasi ini, ada tiga bentuk yaitu *pearson product moment*, korelasi parsial, dan korelasi ganda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji korelasi berbentuk *pearson product moment*. Nilai korelasi pada pearson yaitu dari 1 dan 0. Berikut tabel nilai uji korelasi menurut (Sarwono 2012, h. 120) :

Tabel 3.8 Tabel Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sarwono 2012, h. 120

Dari tabel diatas, dapat terlihat bahwa jika nilai korelasi mendekati 1, maka hubungan antara variabel x dan variabel y semakin kuat, sebaliknya jika mendekati nilai 0, maka hubungan antara variabel x dan variabel y semakin lemah.

3.7.2 Analisa Regresi Linear

Penelitian ini menggunakan Teknik Analisis Regresi Linear Sederhana untuk menganalisis data. Regresi sendiri adalah model hubungan antara variabel sebagai dasar untuk melakukan estimasi. Menurut (Sugiyono, 2014, h. 270) Teknik Analisis Regresi Linear Sederhana merupakan teknik statistik untuk mengetahui dan menyusun hubungan antar variabel bebas X dan variabel terikat Y. Teknik Analisis Regresi Linear memiliki dua jenis yaitu Analisis Regresi Linear sederhana dan Regresi Linear Ganda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik Analisis Regresi Linear

Sederhana karena mempunyai dua variabel yaitu Citra Merek (Variabel X) dan Loyalitas (Variabel Y).

Persamaan Regresi Linear sederhana dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat (Loyalitas)

X : Variabel bebas (Citra Merek)

a : Konstanta (nilai Y apabila X=0)

b : Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)