

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi / Objek penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di PT.Pos Indonesia Jalan Sudirman Pekanbaru. Penelitian dilakukan di PT. Pos karena semakin banyaknya jasa pengiriman saat ini sehingga penulis ingin melakukan analisis kekuatan merek jasa pengiriman barang pada PT. Pos Indonesia di masyarakat Kota Pekanbaru.

3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3.1. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Menurut Aaker, ekuitas merek merupakan serangkaian asset dan kewajiban yang terkait dengan sebuah merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan sebuah produk atau jasa kepada perusahaan dan atau pelanggan perusahaan tersebut.	Brand Awareness	1.Saya menyadari keberadaan PT Pos karena mudah ditemui 2.Saya mengenali PT Pos hanya dengan melihat warna perusahaannya yang mencolok 3.Saya mengingat	

		<p>merek PT Pos sebagai jasa pengiriman dengan layanan yang beragam</p> <p>4. Saat menyebutkan merek jasa pengiriman barang, PT Pos adalah yang pertama muncul di benak saya</p> <p>5. Saat akan menggunakan jasa pengiriman barang, PT Pos merupakan pilihan pertama saya</p>	
	Perceived Quality	<p>1. Pelayanan yang diberikan PT Pos mengesankan</p> <p>2. Saya yakin menggunakan PT Pos atas kualitas layanan yang</p>	

		<p>diberikan</p> <p>3..Karyawan PT Pos mampu menjawab keluhan konsumen dengan baik</p> <p>4.Karyawan PT Pos mau membantu konsumennya dengan ramah</p>	
	<p>Brand Associations</p>	<p>1. PT Pos merupakan Jasa pengiriman barang dengan kualitas layanan yang memuaskan</p> <p>2.konsumen merasa aman ketika menggunakan jasa pengiriman barang</p> <p>3.PT Pos memiliki pesaing yang kompetitif</p> <p>4.PT Pos lebihunggul</p>	

		dibandingkan pesaing lainnya	
	Brand Loyalty	<p>1.Saya lebih memilih menggunakan jasa PT Pos dibanding yang lainnya</p> <p>2. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Pos</p> <p>3. Saya menyukai variasi layanan yang ditawarkan PT Pos</p> <p>4. Saya akan merekomendasikan PT Pos kepada kerabat saya yang lain</p>	

<p>Menurut Setiadi (2003) pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya.</p>	<p>-Pengenalan masalah</p> <p>-Pencarian Informasi</p> <p>-Evaluasi Alternatif</p> <p>-Keputusan Pembelian</p>	<p>1.kebutuhan akan jasa pengiriman barang</p> <p>1.mencari informasi mengenai PT Pos Indonesia</p> <p>1.kecocokan dengan PT Pos Indonesia sebagai alternatif jasa pengiriman</p> <p>2.keunggulan PT Pos Indonesia dibanding yang lainnya</p> <p>1.keyakinan bahwa PT Pos Indonesia yang terbaik</p> <p>2.Kepastian untuk memilih PT Pos Indonesia</p> <p>3.Keyakinan barang aman dan sampai tepat waktu</p>	
---	--	--	--

		1. keyakinan akan menggunakan jasa PT Pos Indonesia kembali	
	-Pasca pembelian	2. merasa puas dengan pelayanan	

3.3 Populasi dan Sampel

1.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang PT. Pos Indonesia Jalan Sudirman Pekanbaru.

1.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data sehingga diperoleh sampel pengguna jasa PT. Pos Indonesia sebanyak 60 orang.

1.4 Jenis dan sumber data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari penyebaran kuisisioner terhadap konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Pos Indonesia.

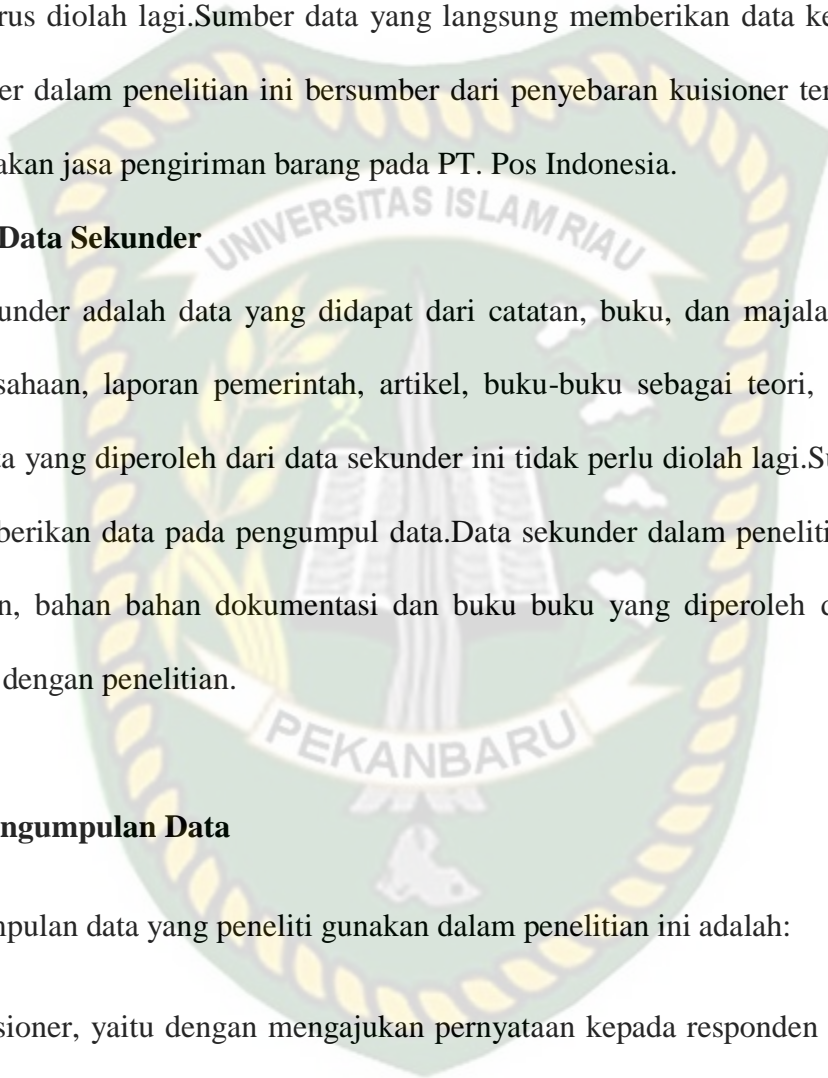
1.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari perusahaan, bahan-bahan dokumentasi dan buku-buku yang diperoleh dari perpustakaan yang berkaitan dengan penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1.) Kuisisioner, yaitu dengan mengajukan pernyataan kepada responden tentang pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian
- 2.) Observasi, yaitu dengan mengamati langsung atau peninjauan secara cermat di lapangan tentang pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian.



Skala yang digunakan di dalam kuisioner menggunakan skala ordinal yaitu angka angka yang dinilai berdasarkan tingkatan. Skala ordinal dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 3.2 Alternatif Pilihan Jawaban

Penyataan	Nilai bobot
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono,2010).Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuisioner. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r_{hitung} (correlated item-total correlation) dengan nilai r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir pernyataan tersebut dinyatakan sah (valid).

b.Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel (Ghozali, 2011). Suatu kuisioner dinyatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

1.6.2 Analisis Regresi Sederhana

Analisis Regresi Sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam model regresi, variabel independen menerangkan variabel dependennya. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linier, dimana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel Y secara tetap. Sementara pada hubungan non linier, perubahan variabel X tidak diikuti dengan perubahan variabel y secara proporsional. seperti pada model kuadratik, perubahan x diikuti oleh kuadrat dari variabel x. Hubungan demikian tidak bersifat linier.

Secara matematis model analisis regresi linier sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = a + bx + e$$

Y adalah variabel dependen atau respon

A adalah intercept atau konstanta

B adalah koefisien regresi atau slope

e adalah residual atau error

1.6.3 Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan kuat/tidaknya hubungan linier antar dua variabel. Koefisien korelasi biasa dilambangkan dengan huruf r dimana nilai r dapat bervariasi dari -1 sampai $+1$. Nilai r yang mendekati -1 atau $+1$ menunjukkan hubungan yang kuat antara dua variabel tersebut dan nilai r yang mendekati 0 mengindikasikan lemahnya hubungan antara dua variabel tersebut. Sedangkan tanda $+$ (positif) dan $-$ (negatif) memberikan informasi mengenai arah hubungan antara dua variabel tersebut. Jika bernilai $+$ (positif) maka kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang searah. Dalam arti lain peningkatan X akan bersamaan dengan peningkatan Y dan begitu juga sebaliknya. Jika bernilai $-$ (negatif) artinya korelasi antara kedua variabel tersebut bersifat berlawanan. Peningkatan nilai X akan dibarengi dengan penurunan Y .

1.6.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1 , maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang digunakan dalam penelitian mampu menjelaskan variabel dependennya.

1.6.5 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji signifikan parsial bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (Ekuitas merek) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial