

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa rancangan penelitian adalah dimana penulis menyampaikan sumber informasi atau data dalam penelitian yang dilakukan. Adapun jenis penelitian eksplanatori adalah penelitian yang menjelaskan dan menghubungkan teori berdasarkan variabel yang ada kemudian diuji dengan hipotesis yang disimpulkan dan metode kuantitatif adalah penelitian yang berdasarakan data yang sudah ada dan siap diolah (Setiadi, 2013). Lokasi penelitian ini dilakukan di SMK Dwija Bhakti Jombang 2 Jombang.

3.2. Definisi Operasional Variabel

3.2.1. Variabel Indipenden

a. *Brand Image*

Brand image adalah kumpulan kesan yang ada dibenak konsumen mengenai suatu merek yang dirangkai dari ingatan-ingatan konsumen terhadap merek tersebut. Menurut (Biels, 1992) dalam Xian (2011) mengemukakan bahwa terdapat 3 indikator citra merek yaitu:

1. *Corporate image* (Citra Sekolah).

Citra sekolah merupakan *image* yang dibangun oleh sekolah itu sendiri

2. *User image* (Citra pemakai).

Citra pemakai merupakan *image* yang dapat dibentuk langsung pada saat konsumen menggunakan produk tersebut.

3. *Product Image* (Citra Produk).

Citra produk merupakan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan guna mendukung terciptanya *brand image* tersebut.

b. Word of Mouth

Word of mouth adalah komunikasi yang murni dilakukan oleh konsumen kepada konsumen lain tentang suatu produk barang atau jasa. Menurut Kotler (2009) indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *word of mouth* adalah sebagai berikut:

1. *To talk*

Maksudnya ialah ketika konsumen menceritakan kembali produk perusahaan kepada rekan atau calon konsumen lainnya.

2. *To promote*

Adalah saat konsumen membujuk dan mempromosikan produk kepada kerabat atau calon konsumen baru.

3. *To sell*

Adalah ketika seorang konsumen berhasil mengubah (*transform*) konsumen lain yang tidak percaya serta memiliki persepsi negatif dan tidak mau

mencoba sebuah produk menjadi percaya, berpersepsi positif dan akhirnya mau mencoba.

3.2.2. Variabel Dependen

a. Keputusan Memilih

Keputusan memilih adalah aktifitas di mana siswa-siswi memilih lembaga sekolah sesuai kebutuhan dan apa yang diinginkan. Keputusan yang dilakukan oleh siswa-siswi dalam memilih sebuah sekolah umumnya melalui beberapa tahapan, seperti pengenalan adanya kebutuhan, pencarian informasi tentang sekolah yang diinginkan, mengevaluasi informasi-informasi yang diterima, melakukan pilihan terhadap sekolah yang dianggap dapat memberi solusi atas masalah yang dihadapi dan melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, indikator untuk mengukur keputusan memilih sekolah diadaptasi dari proses keputusan pembelian menurut Kotler (2009), adapun indikator dari keputusan memilih adalah sebagai berikut :

1. Menganalisa atau pengenalan kebutuhan

Adalah sebuah tahap dimana siswa-siswi menyadari akan adanya kebutuhan.

2. Mencari informasi

Adalah tahap dimana siswa-siswi akan aktif mencari informasi mengenai sekolah yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

3. Mengevaluasi dari informasi yang didapat

Adalah tahap yang dilakukan oleh siswa-siswi untuk memilah-milah informasi sekolah yang diterima.

4. Melakukan keputusan memilih

Tahap dimana siswa-siswi menentukan pilihan sekolah yang diinginkan.

Tabel 3.1.
Indikator Pernyataan

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1	<i>Brand Image</i> Biel's (dalam Xian. 2011)	<i>Corporate image</i> (Citra Perusahaan)	a) SMK Dwija Bhakti 2 Jombang memiliki peralatan bengkel yang lengkap b) SMK Dwija Bhakti 2 Jombang memiliki kerjasama dengan industri otomotif c) SMK Dwija Bhakti 2 Jombang memiliki bengkel berstandart industri
		<i>User image</i> (Citra pemakai)	a) Siswa SMK Dwija Bhakti 2 Jombang memiliki prestasi dalam perlombaan di bidang otomotif b) Siswa-siswi SMK Dwija Bhakti 2 Jombang berperilaku sopan dan santun c) Siswa-siswi SMK Dwija Bhakti 2 Jombang mampu menyelesaikan tugas dengan baik
		<i>Product Image</i> (Citra produk)	a) Lulusan SMK Dwija Bhakti 2 Jombang memiliki daya saing b) Lulusan SMK Dwija Bhakti 2 Jombang memiliki kualitas yang bagus dalam dunia kerja
2	<i>Word of mouth</i> (Kotler, 2009)	<i>To talk</i>	Siswa-siswi berbicara tentang SMK Dwija Bhakti 2 Jombang dengan temannya

Lanjutan Tabel 3.1

		<i>To promote</i>	Siswa-siswi memperkenalkan SMK Dwija Bhakti 2 Jombang kepada temannya
		<i>To sell</i>	Siswa-siswi merekomendasikan kepada temannya untuk memilih belajar di SMK Dwija Bhakti 2 Jombang
3	Keputusan Memilih sekolah (Kotler, 2005)	Menganalisa atau pengenalan kebutuhan	Memilih belajar di SMK Dwija Bhakti 2 Jombang sesuai dengan jurusan yang diinginkan.
		Mencari informasi	Siswa-siswi mencari informasi tentang SMK Dwija Bhakti 2 Jombang
		Mengevaluasi dari informasi yang didapat	Siswa-siswi memilih SMK Dwija Bhakti 2 Jombang berdasarkan evaluasi yang dilakukan dari informasi-informasi yang didapat.
		Melakukan keputusan pemilihan	SMK Dwija Bhakti 2 jombang menyediakan program belajar sesuai apa yang diinginkan siswa-siswi

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah suatu obyek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2007). Populasi yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah siswa siswi kelas X di SMK Dwija Bhakti yang berjumlah 218 siswa.

3.3.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut dan sampel yang diambil haruslah bersifat representatif

(Sugiyono : 2009). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yaitu dengan *purposive sampling*. Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Lemeshow dikutip dalam Sari (2016:5) sebagai berikut:

$$\text{Rumus Lemeshow: } n = \frac{Z^2 \cdot 1 - \alpha/2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel yang dicari

$$Z^2 \cdot 1 - \alpha/2 = \text{Skor Z pada kepercayaan 95\%} = 1,96$$

$$d = \text{Alfa (0,1) atau sampling error} = 10\%$$

$$P = \text{Proporsi diasumsikan } 0,5$$

Dengan demikian jumlah sampel yang di ambil:

$$n = \frac{Z^2 \cdot 1 - \alpha/2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

3.4. Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua data yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diambil dengan cara wawancara dan menyebar angket pernyataan. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, *website*, dan lain-lain.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Didalam penelitian ini teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan kuesioner (angket) yang berisikan pernyataan dan wawancara dengan pihak sekolah. Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2007).

Pengukuran data menggunakan teknik pengukuran skala likert. Menurut (Ferdinand, 2014) teknik skala likert adalah mengharuskan responden memilih jawaban yang tersedia didalam kuesioner, seperti:

1. Sangat tidak setuju memiliki skor 1
2. Tidak setuju memiliki skor 2
3. Netral memiliki skor 3
4. Setuju memiliki skor 4
5. Sangat setuju memiliki skor 5

3.5. Uji Instrumen

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006).

Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor tiap item dengan total skor. Untuk mengetahui valid tidaknya suatu instrumen adalah dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel pada taraf signifikansi 0,05. Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka nilai item pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka nilai item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid

Tabel 3.2

Uji Validitas

Nomer	Variabel	No. Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	<i>Brand Image</i>	4	0,537	0,361	Valid
		5	0,613	0,361	Valid
2	<i>Word Of Mouth</i>	1	0,524	0,361	Valid
		3	0,633	0,361	Valid
3	<i>Keputusan Pemilihan</i>	2	0,659	0,361	Valid
		4	0,642	0,361	Valid

Sumber: SPSS 23

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat 6 item yang valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari pada nilai r tabel.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2006) Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Pada penelitian, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan internal consistency reliability yang menggunakan *Cronbach Alpha* untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuisioner berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Teknik ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

t^2 = Varian total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

Sebuah faktor dinyatakan reliabel/handal jika koefisien Alpha lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2006).

Tabel 3.3

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,611	16

Sumber: SPSS 23

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan reliabel atau handal karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2004). Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban item terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Nilai skor tertinggi} - \text{Nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

1,0 - 1,8 = Sangat Buruk

1,9 - 2,6 = Buruk

2,7 - 3,4 = Cukup

3,5 - 4,2 = Baik

4,3 - 5,0 = Sangat Baik

Sumber: Sudjana (2005)

3.6.2. Regresi Moderating Analysis

Menurut Ghozali (2009) moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_1X_2 + e$$

Variabel perkalian antara X1 dan X2 disebut juga variabel moderat oleh karena menggambarkan pengaruh moderating variabel X2 terhadap hubungan X1 dan Y. Semakin tinggi X1 dan X2 maka akan berpengaruh terhadap semakin tingginya Y.

3.8. Uji Hipotesis (uji T)

Menurut (Ghozali, 2006) Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi mempengaruhi nilai variabel dependen. Adapun hipotesis yang dipakai adalah:

1. Ho: $b_i = 0$, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. $H_a: b_i > 0$, artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.