

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

a. Persiapan Penelitian

Sebelum mengadakan penelitian, langkah awal yang perlu dilakukan adalah persiapan penelitian agar tidak terdapat kendala dalam melaksanakan penelitian di lapangan, persiapan penelitian meliputi penyusunan alat ukur, penentuan skor untuk alat ukur serta persiapan administrasi. Namun sebelum penelitian dilakukan ada hal lain yang harus dilakukan diantaranya adalah :

- 1) Merumuskan masalah dan menetapkan tema penelitian serta menentukan tujuan yang akan dicapai.
- 2) Mencari literatur yang sesuai dengan penelitian setelah masalah dirumuskan, langkah selanjutnya adalah mencari teori, konsep, generalisasi yang dapat dijadikan landasan teori. Hal ini diperlukan untuk memperkuat dasar penelitian bukan coba-coba.
- 3) Melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing.
- 4) Membuat alat ukur yang dipakai dalam penelitian, alat ukur penelitian ini berupa angket dengan menggunakan skala Likert. Pernyataan angket disesuaikan dengan indikator variabel pada penelitian ini.
- 5) Menentukan populasi dan sampel penelitian.
- 6) Mengurus surat izin.

b. Penentuan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memutuskan untuk mengambil lokasi penelitian di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya , sesuai dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Citra Merek dan Konformitas dengan Loyalitas Merek Operator Seluler Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

c. Penyusunan Instrumen Penelitian

Alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan Hubungan Citra Merek dan Konformitas dengan Loyalitas Merek Operator Seluler Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya adalah dengan metode angket.

Adapun langkah-langkah dalam penyusunan metode angket adalah :

- a. Menentukan indikator setiap variabel yang didasarkan pada teori di Bab II.
- b. Membuat blueprint dari masing-masing kuesioner yang memuat prosentase dan jumlah pernyataan atau item yang akan digunakan sebagai pedoman penyusunan skala.
- c. Memuat dan menyusun pernyataan yang mencakup item *favourable* dan *unfavourable* berdasarkan blueprint yang telah dibuat.
- d. Penentuan nomer urut item dengan pertimbangan penyebaran yang merata pada item *favourable* dan *unfavourable*.

- e. Mengujicobakan angket yang digunakan untuk pengumpulan data dengan uji coba terpakai yaitu melaksanakan uji coba sekaligus dengan pengumpulan data.
- f. Dalam penelitian ini terdiri dari 150 item dari masing-masing variabel dimana ada 5 alternatif jawaban yakni Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

a. Penentuan Skor Alat Ukur

Setiap item yang disusun dalam kuesioner diberi nilai masing-masing alternatif jawaban. Dalam penelitian ini digunakan Skala Likert, dengan alternatif jawaban yang bergerak dari interval 1 dengan 5, yaitu tiap-tiap item yang favourable atau unfavourable mempunyai alternatif jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

b. Persiapan administrasi

Sebelum melakukan penelitian ada beberapa hal yang berkaitan dengan prasyarat administrasi yang harus dipenuhi sehubungan dengan prosedur perizinan penelitian, yang diantaranya adalah :

- a. Mengajukan surat permohonan ijin penelitian kepada Dekan Fakultas Dakwah Prodi Psikologi melalui staf akademik, surat izin penelitian

ini kemudian dikeluarkan oleh pihak fakultas pada tanggal 23 Juli 2014

- b. Tanggal 26 Juli 2014 peneliti menunjukkan surat izin ke bagian akademika rektorat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dan mengajukan permohonan izin penelitian.
- c. Kemudian pada tanggal 14 Agustus 2014 peneliti kembali mengunjungi bagian akademika rektorat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya guna mempertanyakan hasil perizinan yang dikeluarkan oleh bagian akademika rektorat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- d. Pada Juli 2014 peneliti langsung melakukan penelitian dengan menyebar angket skala Psikologi dengan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

c. Persiapan penelitian

Proses pelaksanaan penelitian ini dimulai pada Bulan Juli-Agustus 2014. dimulai dari proses lapangan sampai pada proses penyusunan laporan. Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan jumlah populasi sebanyak 11.422 mahasiswa. adapun besar jumlah sampel yakni 370 mahasiswa dengan berdasarkan teknik pengambilan *Simple Random Sampling*. Setiap sampel diberikan angket yang berisi 150 item pertanyaan yang dikembangkan dari indikator-indikator variabel.

Sebelum penyusunan proposal dilakukan terlebih dahulu peneliti melakukan observasi lapangan dengan meminta profil Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan menanyakan jumlah keseluruhan mahasiswa. Hal ini dilakukan agar mudah dalam proses penyebaran angket.

Pada proses selanjutnya adalah ujian proposal tanggal 22 April 2014 setelah ujian proposal dinyatakan lulus maka langkah selanjutnya adalah meminta surat izin kepada pihak akademik guna syarat sebagai pengajuan perizinan pada pihak Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Proses selanjutnya yaitu menyerahkan surat izin yang dilampirkan proposal penelitian untuk diserahkan kepada bagian akademika Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya guna meminta izin penelitian.

Setelah mendapat izin dari bagian akademika Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, kemudian peneliti melakukan rekap data untuk mempersiapkan pelaksanaan analisis secara statistik sehingga dapat diketahui apakah hipotesis penelitian yang diajukan diterima atau tidak. Analisis statistik dilakukan juga untuk sejauh mana validitas dan reliabilitas alat ukur yang dipergunakan dalam penelitian. Berikut tabel jadwal penelitian :

Tabel 4.1
Jadwal Penelitian

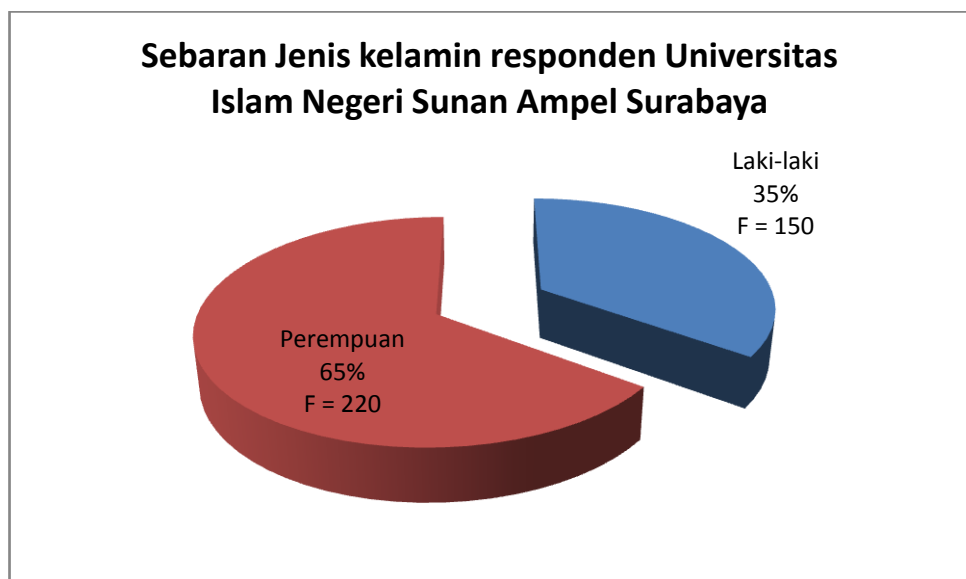
No.	Tanggal	Keterangan
1.	28 Maret 2014	Membuat proposal
2.	22 April 2014	Seminar proposal
3.	23 Juli 2014	Mengajukan surat izin penelitian
4.	26 Juli 2014	Permohonan izin penelitian di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
5.	Juli-Agustus 2014	Menyebarkan kuesioner

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

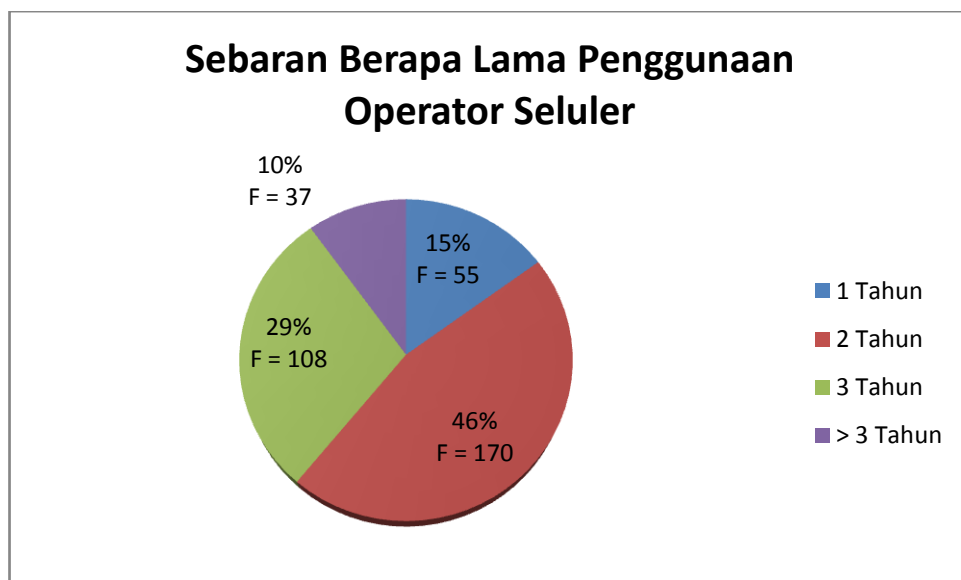
Berikut disajikan hasil analisis data yang didapat dari lapangan, Pada bagian awal disajikan karakteristik responden dalam penelitian ini, berdasar dari data yang diperoleh dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, responden dari penelitian ini terdiri dari laki-laki sebanyak 150 (40%) orang dan perempuan sebanyak 220 (60%) untuk sebagaimana digambarkan dalam tabel 4.2.

Tabel 4.2:.



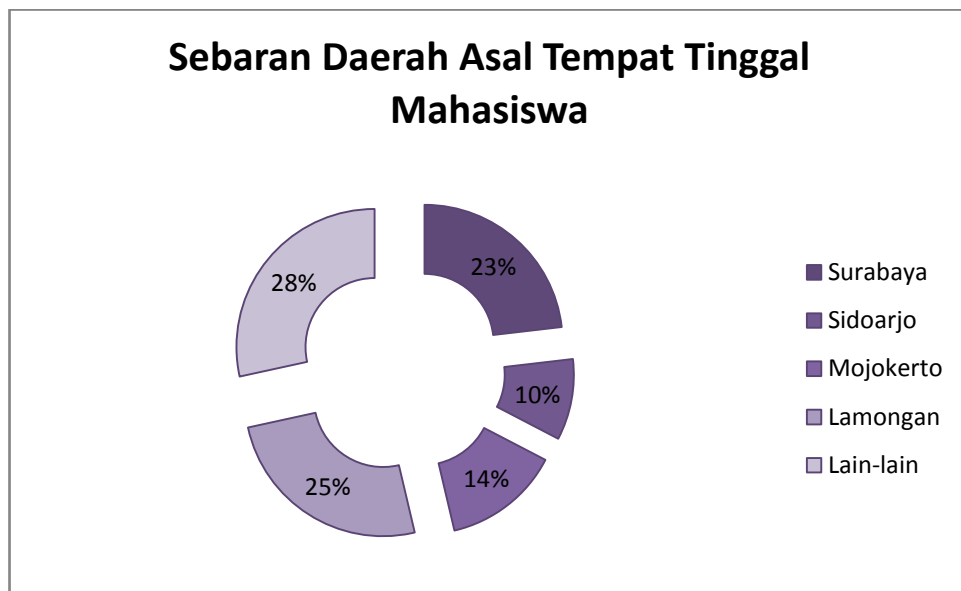
Tabel 4.3 sebaran berapa lama penggunaan operator seluler. Sebanyak 55 mahasiswa menggunakan merek operator seluler baru satu tahun, 170 mahasiswa menggunakan merek operator seluler baru dua tahun, 108 mahasiswa menggunakan merek operator seluler tiga tahun, dan 37 mahasiswa menggunakan merek operator seluler lebih dari tiga tahun.

Tabel 4.3



Tabel 4.4 dan Gambar 4.2 sebaran lokasi daerah asal pengguna operator seluler. Sebanyak 86 mahasiswa berasal dari Surabaya, 38 mahasiswa berasal dari Sidoarjo, 53 mahasiswa berasal dari Mojokerto, 93 mahasiswa berasal dari Lamongan, dan 100 mahasiswa berasal dari lain tempat.

Tabel 4.4



C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis 1 : Terdapat Hubungan Antara Citra Merek Dan Konformitas Dengan Loyalitas Merek

Tabel 4.5

Pengujian Korelasi Simultan

R	R ²	F	p
0.070	0.005	0.912	0.402

Hasil uji korelasi secara simultan untuk menjawab hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan antara citra merek dan konformitas dengan loyalitas merek diperoleh nilai probabilitas sebesar 0.402 ($p > 0.05$), yang berarti bahwa hipotesis yang diajukan ditolak.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0.070 menunjukkan bahwa rentang hubungan antara citra merek dan konformitas dengan loyalitas merek tergolong kurang kuat ($r_{xy} < 0.50$) atau dapat dikatakan bahwa nilai korelasi tersebut termasuk dalam kategori sangat rendah. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi sebesar 0.005 yang berarti bahwa citra merek dan konformitas mampu memberikan kontribusi terhadap loyalitas merek sebesar 0,5%.

2. Uji Hipotesis 2 : Terdapat Hubungan Antara Citra Merek Dengan Loyalitas Merek

Tabel 4.6

Variabel	Korelasi	Signifikansi
Citra Merek	-0.069	0.093
Loyalitas Merek		

Dari tabel tersebut dapat diperoleh besarnya korelasi -0.069, dengan signifikansi 0.093, karena signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima yang berarti H_a ditolak. Artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara Loyalitas Merek dengan Citra Merek. Berdasarkan harga koefisien korelasi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra merek tidak diikuti pula dengan tingginya loyalitas merek.

3. Uji Hipotesis 3 : Terdapat Hubungan Antara Konformitas Dengan Loyalitas Merek

Tabel 4.7

Variabel	Korelasi	Signifikansi
Konformitas	0.051	0.166
Loyalitas Merek		

Dari tabel tersebut dapat diperoleh besarnya korelasi 0,051 dengan signifikansi 0,166, karena signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima yang

berarti H_a ditolak. Artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara Loyalitas Merek dengan Konformitas. Berdasarkan harga koefisien korelasi dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi konformitas diikuti pula dengan tingginya loyalitas merek.

Berdasarkan penghitungan manual, dapat diketahui koefisien determinasi pada citra merek dan konformitas sebagai variabel bebas sebagai berikut.

Tabel 4.8

Nilai Sumbangan Efektif

Variabel	Koefisien (β)	<i>Cross-Product</i>	Regresi	R ²
Citra merek	-0.054	-5.385	356.722	0.4%
Konformitas	0.015	4.328		0.1%
Total				0.5%

Dari tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi parsial pada variabel citra merek sebesar 0.4% yang berarti bahwa citra merek mampu memberikan kontribusi atau sumbangan efektif sebesar 0,4% terhadap pencapaian loyalitas merek. Dan konformitas sebagai variabel kedua memberikan kontribusi sebesar 0,1% pada loyalitas merek. Jadi variabel citra merek lebih berkontribusi daripada variabel konformitas terhadap loyalitas merek.

Tabel 4.9**Tabel Durbin-Watson**

Durbin-Watson
.495

Pada tabel di atas dapat dilihat telah terjadi otokorelasi, karena angka Durbin-Watson sebesar 0.495 yang berada pada kisaran angka <1 dan >3 . Yang berarti penelitian ini tidak dipengaruhi oleh waktu.

D. Pembahasan

Setelah dilakukan analisis data dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Ganda. Dengan bantuan program SPSS 16 *for Windows*, diperoleh hasil analisis dengan linier berganda didapat bahwa hubungan antara citra merek dan konformitas dengan loyalitas merek dengan nilai R tabel sebesar 0.070, dengan signifikansi $0.402 > 0.05$. Antara citra merek dengan loyalitas merek dengan menggunakan teknik koefisien korelasi sebesar -0.069 dengan signifikansi $0.093 > 0.05$. Sedangkan konformitas dengan loyalitas merek dengan menggunakan teknik koefisien korelasi sebesar 0.051 dengan signifikansi sebesar $0.166 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan kata lain pada hipotesis pertama tidak terdapat hubungan citra merek dan konformitas dengan loyalitas merek operator seluler pada mahasiswa. Pada hipotesis kedua tidak terdapat hubungan antara citra merek dengan loyalitas merek operator seluler pada mahasiswa. Pada hipotesis ketiga tidak terdapat

hubungan antara konformitas dengan loyalitas merek operator seluler pada mahasiswa.

Loyalitas merek didefinisikan sebagai tingkat dimana konsumen mempunyai sikap positif terhadap merek, mempunyai komitmen terhadap merek itu, dan memiliki niat untuk tetap melakukan pembelian secara kontinyu. Loyalitas merek dipengaruhi secara langsung oleh kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap merek yang terakumulasi dalam jangka waktu tertentu.

Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek.

Konformitas adalah sebuah fenomena sosial dimana seseorang menyesuaikan tingkah laku, sikap dan pandangan agar sesuai dengan orang lain (kelompok). Didalam konformitas ada suatu tekanan yang tidak kelihatan dari lingkungan yang memaksa seseorang agar bertingkah laku sesuai dengan apa yang diharapkan kelompok.

Pada uji analisis regresi berganda tidak menunjukkan korelasi yang signifikan antara citra merek dan konformitas dengan loyalitas merek, kemudian pada loyalitas merek dan citra merek tidak menunjukkan korelasi yang signifikan, begitu pula sebaliknya pada loyalitas merek dan konformitas juga tidak menunjukkan korelasi yang signifikan pula. Ini berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Maukar D.C. (2013) yang

menunjukkan terdapat hubungan antara konformitas dengan loyalitas merek. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Rizan dan kawan-kawan (2012) yang menunjukkan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

Diperkirakan masih banyak lagi variabel-variabel yang dapat mempengaruhi variabel loyalitas merek. Diantaranya pada penelitian yang dilakukan oleh Maukar D.C. (2013) kepercayaan merek atau *brand trust* dapat mempengaruhi loyalitas merek. Kemudian pada penelitian yang dilakukan Rizan dan kawan-kawan (2012) identitas sosial dapat juga mempengaruhi loyalitas merek, pada penelitian yang dilakukan Rizan dan kawan-kawan identitas sosial justru lebih dominan daripada konformitas dalam mempengaruhi loyalitas merek.

Dari pembahasan diatas maka dapat disimpulkan yang pertama tidak terdapat hubungan antara citra merek dan konformitas dengan loyalitas merek operator seluler pada mahasiswa. Yang kedua tidak terdapat hubungan antara citra merek dengan loyalitas merek operator seluler pada mahasiswa. Yang ketiga tidak terdapat hubungan antara konformitas dengan loyalitas merek operator seluler pada mahasiswa.

Penelitian ini tidak lepas dari beberapa kelemahan. Penelitian ini masih membutuhkan banyak perbaikan. Adapun kelemahan-kelemahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kalimat dalam skala yang kurang dimengerti oleh responden

- b. Adanya *social desirability* atau bukan keadaan sebenarnya, kondisi atau situasi pada saat penelitian juga dapat diasumsikan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Salah satunya dikarenakan adanya kecenderungan untuk memenuhi harapan-harapan sosial dalam mengisi skala, dan adanya norma-norma yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.
- c. Responden berusaha menutupi yang hal sebenarnya terjadi pada dirinya, sehingga mungkin dalam menjawab pertanyaan tidak sesuai dengan yang dialaminya