

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Islam Indonesia yang sedang dan pernah menggunakan sepatu merek Converse.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus utama dalam sebuah penelitian (Sugiarto, 2017).

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah Mahasiswa aktif pada perguruan tinggi yang ada di Yogyakarta. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang diambil berdasarkan karakteristik tertentu (Sugiarto, 2017).

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah mahasiswa perguruan tinggi di Yogyakarta yang pernah dan sedang memakai sepatu merek Converse.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Teknik *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan dalam mendapatkannya (Sugiarto, 2017).

Dalam praktiknya peneliti mendapatkan sampel yang mampu mengisi kuesioner melalui *Google Form*. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan cara melakukan penghitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z_{\frac{1}{2}\alpha}}{E} \right)^2$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

Z : Luas kurva normal standar

α : Taraf signifikansi yang ditolerir peneliti

E : Deviasi sampling maksimum

Dalam penelitian ini taraf signifikansi pengujian (α) sebesar 1%, sehingga jika dilihat dari tabel $Z_{\frac{1}{2}\alpha}$ menunjukkan nilai sebesar 2,58. Sedangkan untuk toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel (E) sebesar 10%, maka berdasarkan rumus tersebut didapatkan besarnya sampel sebesar :

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{2,58}{0,1} \right)^2$$

$$n = 166,41$$

Dengan begitu didapatkan jumlah sampel dari perhitungan tersebut sebanyak 166,41 atau dibulatkan menjadi 166 responden.

3.3 Definisi Operasi Variabel Penelitian

Ada beberapa variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini seperti: satu variabel bebas (*independent*) yaitu citra merek, satu variabel terikat (*dependent*) yaitu loyalitas pelanggan, dan satu variabel antara yaitu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan bila berhubungan dengan citra merek menjadi variabel dependen, namun bila berhubungan dengan loyalitas pelanggan menjadi variabel independen.

Berikut adalah rincian masing-masing definisi operasional dan indikator masing-masing variabel dalam penelitian ini:

3.3.1 Citra Merek

Citra merek adalah nama, simbol atau fitur yang digunakan untuk membedakan satu produk dengan produk perusahaan lain (Neupane, 2015). Menurut Martisiute et al, (2010) merek merupakan aset tidak berwujud dan kondisional untuk menghasilkan profitabilitas perusahaan dan kompromi pada nilai fungsional dan emosional. Indikator citra merek sepatu merek Converse sebagai berikut: (Sondoh *et al*, 2007).

- 1) Pengalaman
 - Memberikan rasa nyaman
 - Frekuensi pemakaian
- 2) Simbolis
 - Menjaga citra baik
 - Sesuai kelompok sosial
- 3) Sosial
 - Diterima oleh masyarakat
 - Meningkatkan rasa percaya diri
- 4) Fungsional
 - Kualitas terjamin
 - Desain tidak termakan zaman
- 5) Meningkatkan Penampilan
 - Memberikan solusi
 - Memberikan kesan baik

3.3.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk(atau hasil) terhadap ekspektasi pelanggan. Menurut Tjiptono & Chandra (2016) kepuasan adalah perasaan baik yang dimiliki pelanggan untuk mencapai sesuatu atau ketika sesuatu yang pelanggan inginkan itu tercapai. Indikator dari kepuasan pelanggan sepatu merek Converse adalah sebagai berikut: (Sondoh *et al*, 2007).

- 1) Saya merasa sepatu merek Converse dapat memenuhi kebutuhan saya
- 2) Saya merasa menggunakan sepatu merek Converse memberikan pengalaman yang memuaskan
- 3) Saya merasa sangat puas dengan keputusan saya menggunakan sepatu merek Converse
- 4) Saya merasa puas dengan pilihan saya menggunakan sepatu merek Converse
- 5) Saya merasa pilihan saya menggunakan sepatu merek Converse sangat tepat

3.3.3 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Menurut Kotler & Keller (2009) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang disukai. Khan (2012) juga menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan konsep gabungan antara loyalitas perilaku (kesediaan pelanggan untuk membeli ulang produk perusahaan) dan

- | | |
|--------------------------------|----------------|
| 2) Jawaban setuju | diberi bobot 4 |
| 3) Jawaban netral | diberi bobot 3 |
| 4) Jawaban tidak setuju | diberi bobot 2 |
| 5) Jawaban sangat tidak setuju | diberi bobot 1 |

Dalam pengumpulan data responden mengisi sendiri kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti, karena responden dirasa cukup dan mudah untuk memahami isi dari kuesioner tersebut. Penyebaran kuesioner dilakukan menggunakan *Google Form* dengan menyebarkan *link* kepada responden.

Untuk mendapatkan hasil sebuah penelitian yang baik, maka perlu dilakukan pengukuran dengan uji instrumen penelitian. Alat ukur yang digunakan harus memenuhi kesahihan dan keandalan, sehingga pengujian alat ukur dengan menggunakan uji validasi dan reliabilitas.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Validitas dilakukan untuk menyatakan keakuratan atau ketepatan, sedangkan uji validitas dalam penelitian dilakukan guna menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi yang sebenarnya diukur (Sugiarto, 2017). Reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi data dan stabilitas data. Suatu data dikatakan reliabel bila data tersebut konsisten dan menunjukkan adanya ketelitian (Sugiarto, 2017). Berdasarkan pengertian yang telah disebutkan, reliabilitas berkaitan dengan instrumen yang bebas dari bias dan konsistensi instrumen. Pengambilan data pada mulanya sebanyak 53 responden untuk diuji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 25. Pengujian digunakan untuk mencari indikator mana yang valid dan reliabel

yang kemudian indikator tersebut akan disebarkan ke lebih banyak responden. Pengujian validitas dilakukan dengan teknik *product moment correlation* atau sering disebut *person correlation*. Nilai signifikansi yang diperoleh, lalu dibandingkan dengan nilai signifikansi (r) *product moment* yaitu sebesar 5% (0,05). Dinyatakan valid apabila nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$ (Sugiarto, 2017). Dalam penelitian ini uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach's *Alpha*, sehingga data dianggap reliabel bila koefisien alphanya $> 0,70$ (Sugiarto, 2017). Pengujian ini mengambil responden yang pernah menggunakan dan sedang menggunakan sepatu merek Converse pada mahasiswa di Yogyakarta.

Tabel 3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel / Indikator	Sig.	Cronbach's Alpha	Status
Citra Merek		0,880	Reliabel
BE1	0,000		Valid
BE2	0,00		Valid
BE3	0,00		Valid
BE4	0,00		Valid
BE5	0,00		Valid
BE6	0,00		Valid
BE7	0,02		Valid
BE8	0,05		Valid
BE9	0,00		Valid
BE10	0,00		Valid
Kepuasan Pelanggan (CS)		0,923	Reliabel
CS1	0,00		Valid
CS2	0,00		Valid
CS3	0,00		Valid
CS4	0,00		Valid
CS5	0,00		Valid
Loyalitas Pelanggan (LT)		0,927	Reliabel
LT1	0,00		Valid
LT2	0,00		Valid
LT3	0,00		Valid
LT4	0,00		Valid

Sumber: Data primer diolah, 2019

Hasil perhitungan uji instrumen validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.1. Pada uji validitas menunjukkan bahwa setiap butir indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid atau sah. Hal tersebut disebabkan oleh signifikansi dari r hitung menunjukkan masing-masing sebesar $< 0,05$. Sedangkan dalam uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ sehingga indikator dari setiap variabel tersebut dinyatakan reliabel. Dengan demikian setiap butir indikator dari setiap variabel dapat digunakan dalam penelitian ini.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami, dan diinterpretasikan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik. Sebelum digunakan untuk analisis, data perlu diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan program statistik AMOS 22. Uji validitas data menggunakan model *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Data dinyatakan valid apabila memenuhi syarat *standardized loading estimate* yang harus sama dengan 0,50 atau lebih (Ghozali, 2014).

Sedangkan untuk menguji reliabilitas data dapat menggunakan *construct reliability*. Data yang dinyatakan reliabel yakni memenuhi syarat *construct reliability* 0,70 atau lebih. Sedangkan reliabilitas 0,60 – 0,70 masih dapat diterima dengan ketentuan validitas indikator dalam model baik (Ghozali, 2014).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan dengan memaparkan atau mendeskripsikan data, untuk menggambarkan informasi yang dapat digali dari data secara komprehensif (Sugiarto, 2017). Dengan demikian analisis deskriptif menjelaskan atau menggambarkan data penelitian ke dalam bentuk kalimat, sehingga mudah dipahami dan lebih ringkas. Analisis didasari oleh hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden.

3.6.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis menggunakan teknik statistika untuk membuktikan hipotesis yang diajukan. Alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diolah dengan program statistik AMOS 22. Teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan untuk menguji model pengukuran dan struktural terkait dengan hipotesis penelitian (Tu *et al*, 2012), sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji beberapa variabel dependen sekaligus dengan beberapa variabel independen.

Terdapat beberapa tahapan dalam pemodelan dan analisis SEM menurut Ghozali (2014), yaitu:

- 1) Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Peneliti harus melakukan sejumlah pencarian dengan telaah pustaka untuk mendapatkan pengembangan model teoritis. Pembeneran secara

teoritis yang kuat menambah keyakinan peneliti dalam pengujian sebuah model kausalitas dengan menganggap adanya hubungan sebab akibat antar variabel.

2) Menyusun Jalur (*path diagram*) dan Persamaan Struktural

Langkah selanjutnya yaitu menyusun hubungan kausalitas menggunakan diagram jalur serta menyusun persamaan struktural. Model teoritis yang sudah disusun, digambarkan kedalam sebuah diagram jalur untuk mempermudah melihat hubungan kausalitas yang ingin diuji.

Setelah model teoritis dikembangkan dan digambarkan dalam diagram jalur, dilakukan konversi spesifikasi model kedalam rangkaian persamaan. Terdapat dua hal yang perlu dilakukan dalam tahap ini yaitu menyusun model struktural dimana menghubungkan antar konstruk laten (endogen maupun eksogen) kemudian menghubungkan konstruk tersebut dengan variabel indikator yang ada.

3) Memilih Jenis Input matriks dan Estimasi model yang Disusulkan

Langkah berikutnya yaitu menentukan input data yang digunakan dalam perhitungan dimana data akan diubah menjadi matriks kovarian atau korelasi. Matriks kovarian memiliki kelebihan dalam memberikan perbandingan antara populasi atau sampel yang berbeda dimana koefesennya harus diinterpretasikan untuk membentuk konstuk. Sedangkan matriks korelasi memiliki rentang umum yaitu 0 sampai dengan 1, sehingga memungkinkan dilakukannya perbandingan

antar koefisien. Matriks kovarian lebih dipilih oleh beberapa peneliti karena lebih sesuai untuk melihat hubungan kausalitas.

Ukuran sampel menjadi salah satu penentu pula dalam penghitungan yang dilakukan untuk menghasilkan dasar estimasi *sampling error*.

Ukuran sampel minimum yang disarankan yaitu 5-10 observasi untuk setiap parameter yang di estimasi. Apabila parameter yang di estimasi sebanyak 20, maka jumlah sampel minimum yaitu 100 - 200.

Setelah data yang diinput telah dikembangkan, peneliti harus menentukan program komputer yang digunakan untuk melakukan estimasi contohnya AMOS 22.

4) Menilai Identifikasi Model Struktural

Tahap selanjutnya yaitu masalah identifikasi yang menggambarkan indikasi model dapat diselesaikan atau tidak dengan menetapkan konstrain yang lebih banyak dalam model. Apabila solusi dari sebuah parameter struktural bisa dihasilkan, maka disebut *identified* sehingga model tersebut dapat diuji.

5) Uji Validitas dan Reliabilitas AMOS

Tahap ini dilakukan untuk menilai unidimensionalitas serta reliabilitas konstruk. Unidimensionalitas merupakan asumsi perhitungan reliabilitas dan ditunjukkan ketika indikator konstruk memiliki *acceptable fit* satu faktor model. Pendekatan yang digunakan untuk menikai model pengukuran yaitu dengan mengukur *compsite reliability* serta *variance extracted* untuk setiap konstruk. Tingkat reliabilitas yang

diterima secara umum ialah $> 0,70$ sedangkan reliabilitas $< 0,70$ dapat diterima untuk penelitian secara eksploratif. Sedangkan angka yang direkomendasikan untuk menilai *variance extracted* $> 0,50$. Rumus untuk menghitung *construct reliability* dan *variance extracted* adalah sebagai berikut:

$$\text{Construct reliability} = \frac{(\sum \text{std loading})^2}{(\sum \text{std loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Dalam melakukan penilaian melibatkan signifikansi dari koefisien. SEM memberikan hasil nilai estimasi koefisien, *error standard* dan *critical value* (cr) untuk setiap koefisien. Memungkinkan tingkat signifikansi tertentu (0,05) maka dapat menilai signifikansi masing-masing koefisien secara statistik.

6) Menilai Kriteria *Goodness of Fit*

Pada langkah ini dilakukan penilaian kesesuaian dalam pengukuran input yang digunakan dengan prediksi model atau yang sering disebut dengan *goodness-of-fit*. Terlebih dahulu dilakukan evaluasi kesesuaian data dengan asumsi dalam SEM.

Setelah asumsi SEM telah dievaluasi, selanjutnya yaitu menentukan kriteria yang digunakan dalam evaluasi model dan pengaruh yang ditunjukkan dalam model tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh model yang digunakan mampu menjelaskan data sampel yang ada (sesuai atau *fit*) melalui beberapa penilaian sebagai berikut:

a. *Likelihood Ratio Chi-Square (X^2)*

Nilai *chi-square* yaitu ukuran untuk mengevaluasi keseuaian model secara keseluruhan atau ukuran fundamental dari *overall fit*.

Sebuah model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi-square* semakin rendah dan menghasilkan nilai probabilitas (p) > signifikasnsi (α), ($\alpha = 0,05$) artinya input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi tidak ada perbedaan.

b. CMIN / DF

Nilai *chi-square* statistik (x^2) dibandingkan dengan derajat kebebasan (*degree of freedom / DF*) juga dapat digunakan untuk mengetahui x^2 relatif yang menunjukkan adanya perbedaan antara matriks kovarian yang diteliti dengan yang diestimasi. Nilai atau indeks diperoleh dengan menghitung CMIN (*the minimum sample discrepancy function*) dibagi dengan DF. Nilai CMIN/DF memiliki rentang nilai ≤ 2 merupakan indikasi bila dinyatakan *fit*

c. GFI

GFI (*goodness-of-fit indeks*) merupakan ukuran relatif dengan menghitung proporsi tertimbang dari varian dalam matriks kovarian data sample yang dijelaskan dengan matriks kovarian populasi. Nilai GFI memiliki rentang nilai 0 – 1 dari *poor fit* hingga *perfect fit*.

d. RMSEA

RMSEA (*the root mean square error of approximation*) merupakan indeks atau ukuran yang digunakan untuk memperbaiki kecenderungan statistik *chi-square* menolak model dengan jumlah sampel besar. Nilai RMSEA yaitu antara 0,05 – 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima.

e. AGFI

AGFI (*adjusted goodness-of-fit*) merupakan pengembangan GFI yang disesuaikan dengan rasio derajat kebebasan untuk *null model*. Nilai yang direkomendasikan yaitu sama atau $> 0,90$.

f. TLI

TLI (*tucker Lewis index*) yang juga sering disebut *no normed fit index* (NNFI) dimana merupakan ukuran yang menggabungkan ukuran *proposed model* dan *null model* serta nilai TLI 0 – 1,0. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau $> 0,90$.

g. NFI

NFI (*normed fit index*) merupakan ukuran perbandingan antara *proposed model* dan *null mode*. Nilai NFI akan bervariasi dari 0 (*no fit at all*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Seperti halnya TLI tidak ada nilai *absolute* yang dapat digunakan sebagai standar, tetapi umumnya direkomendasikan sama atau $> 0,90$.

Dari penjelasan tersebut, dapat dilihat bahwa nilai pengujian dengan program AMOS adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kriteria Goodness of Fit

No	Goodness of fit	Cut off Value
1.	Chi-Square (X^2)	Semakin rendah
2.	Probability	> 0,05
3.	CMIN / DF	≤ 2
4.	GFI	> 90%
5.	RMSEA	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
6.	AGFI	$\geq 0,90$
7.	TLI	$\geq 0,90$
8.	NFI	$\geq 0,90$

Sumber: Ghozali (2014)

