

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitian yang akan digunakan adalah *explanatory research* atau penelitian penjelasan. Penelitian penjelasan adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengajuan hipotesa. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* karena hendak menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara *brand name* dan *store image* terhadap niat beli konsumen seperti yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode survei yang merupakan metode dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Setelah data diperoleh kemudian hasilnya akan dipaparkan secara deskriptif dan pada akhir penelitian ini akan dianalisis untuk menguji hipotesis yang diajukan pada awal penelitian (Simamora, 2004).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam suatu penelitian merupakan kumpulan individu atau objek yang merupakan sifat-sifat umum. Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi menurut Kountur (2007) adalah

suatu kumpulan menyeluruh dari suatu objek yang merupakan perhatian peneliti, objek penelitian dapat berupa makhluk hidup, benda, sistem dan prosedur, fenomena, dan lain-lain. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelajar Menengah ke Atas di Kota Magelang.

Penarikan atau pembuatan sampel dari populasi untuk mewakili populasi disebabkan untuk mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Menurut Sugiyono (2010) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel berdasarkan metode penelitian menetapkan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 200 pelajar. Teknik pengambilan sampel teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan jenis teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* dikenakan pada individu yang berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel yang diambil dalam penelitian adalah sekelompok Pelajar Menengah Ke Atas Di Kota Magelang yang pernah melakukan pembelian online untuk HP dan mau berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Definisi variabel menurut Arikunto (2010) variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi fokus perhatian dari penelitian. Dalam model SEM terdapat dua jenis variable yaitu:

3.3.1 Variabel eksogen

Menurut Singgih (2012), Variabel eksogen adalah variable independen yang mempengaruhi variable dependen. Pada model SEM variable eksogen ditunjukkan dengan adanya anak panah yang berasal dari variabel tersebut menuju variabel endogen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel eksogen adalah *nama merek (brand image)* dan *citra toko (Store image)*.

1) Nama Merek (*Brand name*) (X1), digunakan untuk membedakan suatu produk dari produk pesaingnya juga berguna untuk mempermudah konsumen mengenali dan mengidentifikasi barang atau jasa yang hendak dibeli. (Tjiptono, dkk (2008). Indikator pembentuk *Brand name*:

- a. Nilai produk sepadan dengan harganya
- b. Harga jual yang pantas
- c. Produk dapat dipercaya
- d. Keamanan dalam membeli produk
- e. Berkualitas tinggi

2) Citra toko (*Store image*) (X2), merupakan persepsi konsumen terhadap suatu toko dibandingkan dengan toko lainnya (Utami, 2010). Indikator pembentuk *Store image*:

- a. Suasana toko
- b. Kenyamanan toko
- c. Produk yang ditawarkan bagus
- d. Produk-produk yang dijual berkualitas tinggi
- e. Toko banyak dikenal oleh masyarakat

3.3.2 Variabel endogen

variabel endogen adalah variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Pada model SEM variabel endogen ditunjukkan dengan adanya anak panah yang menuju variabel tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel Niat Beli Konsumen (*Purchase Intention*). Niat Beli Konsumen (*Purchase Intention*) merupakan kemungkinan bahwa konsumen akan merencanakan atau bersedia untuk membeli produk atau jasa tertentu di masa depan (Keller dan Kotler 2009). Indikator pembentuk *Purchase Intention*:

- a. Loyalitas dalam membeli
- b. Menyukai merek HP yang telah dibeli sebelumnya
- c. Akan membeli merek yang sama untuk kedepannya
- d. Harga tidak menjadi tolak ukur
- e. Merekomendasikan merek produk tersebut

3.3.3 Variabel *Inteverning*

Variabel *inteverning* adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dengan variabel tak bebas menjadi hubungan tidak langsung. variabel *intervening* ini merupakan variabel yang terletak diantara variabel bebas dan variabel tak bebas, sehingga variabel bebas tidak langsung menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*) dan Persepsi Nilai (*Perceived Value*):

1. Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*), merupakan persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa yang diharapkan (Durianto, 2004). Indikator pembentuk *Perceived Quality*:

- a) Berkualitas tinggi
- b) Manfaat dari produk
- c) Keandalan (*reliability*) dari produk
- d) Keunggulan dibandingkan produk lain
- e) Daya tahan (*Durability*),
- f) Kepuasan terhadap produk
- g) Kepercayaan terhadap produk
- h) Fitur (*Features*) yang lebih bagus

2. Persepsi Nilai (*Perceived Value*), merupakan penilaian keseluruhan pelanggan terhadap utilitas sebuah produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diberikan (Zeithaml, et al, 2009). Indikator pembentuk *Perceived Value*:

- a) Harga yang terjangkau
- b) Fasilitas dari produk sebandan dengan harganya
- c) Merek produk lebih bagus dari produk lainnya yang sejenis
- d) Usaha dalam memperoleh produk tersebut

3.4 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang berupa opini, sikap, pengalaman, dan karakteristik dari seseorang atau kelompok orang yang menjadi subjek penelitian atau responden (Sugiono, 2008). Berdasarkan

sumbernya, sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, tidak melalui perantara.

Data primer yaitu data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti (Sugiono, 2008). Data primer ini diperoleh dari responden melalui kuesioner (daftar pertanyaan) yang dibagikan dan diisi oleh responden yang disusun berdasarkan *variable* yang telah ditentukan dengan menyediakan jawaban alternatif. Kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka yang meliputi identitas responden dan pertanyaan tertutup disertai alternatif jawaban sehingga responden tinggal memilih salah satu dari alternatif jawaban tersebut (Sugiyono, 2008). Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pernyataan dan peneliti dapat memberi penjelasan mengenai tujuan survei dan pertanyaan yang kurang dipahami oleh responden serta tanggapan atas kuesioner dapat langsung dikumpulkan oleh peneliti ketika selesai diisi oleh responden. Kuesioner secara personal digunakan untuk mendapatkan data tentang item-item dari setiap variabel yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner bersifat tertutup, dimana responden diminta untuk mengisi data pribadi seperti nama, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan masa jabatan, golongan saat ini serta kemudian memberikan penilaian terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner.

Penilaian terhadap pernyataan dalam kuesioner peneliti menggunakan pengukuran skala *likert*. Menurut Sekaran (2003) Skala *Likert* adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan

berkaitan dengan indikator-indikator suatu variabel yang sedang diukur. Skala *Likert* dirancang untuk memeriksa bagaimana subyek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 6 point dengan range sebagai berikut: Skala Likert menggunakan 6 alternatif sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kategori Penilaian Skala likert

No	Alternative	Bobot
1	SSS = Sangat Setuju Sekali	6
2	SS = Sangat Setuju	5
3	S = Setuju	4
4	TS = Tidak Setuju	3
5	STS = Sangat Tidak Setuju	2
6	STSS= Sangat Tidak Setuju Sekali	1

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item setiap butir pernyataan dengan skor total, selanjutnya interpretasi dari koefisien korelasi yang dihasilkan. Koefisien korelasi yang dihasilkan kemudian dibandingkan dengan r tabel, bila korelasi antara skor item dengan total skor tabel kurang dari 0,30 maka item pertanyaan dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Item instrumen dianggap valid jika lebih besar dari 0,3 dengan membandingkannya dengan r tabel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan seberapa besar hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang lebih dari sekali. Untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode koefisien Alpha Cronbach's. Koefisien ini merupakan koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan karena koefisien menggambarkan variasi dari item-item, baik untuk format benar atau salah atau bukan, seperti format pada skala Likert sehingga koefisien ini merupakan koefisien yang paling umum digunakan untuk mengevaluasi *internal consistency*. Menurut Ghazali (2011), nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,6.

Sebelum disebarkan kepada sampel penelitian ini, kuisioner yang akan dipergunakan sebagai alat pengumpul akan diuji validitas reabilitanya. Untuk itu kuisioner yang telah dibuat akan disebarkan kepada 35 (tiga puluh lima) responden. Data yang terkumpul dari responden tersebut kemudian dianalisis validitas dan reabilitasnya dengan mengacu kepada batasan yang telah dijelaskan. Hasil pengujian uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini adalah:

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Constructs/Indicator	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha	Minimal Score	Status
Brand name		0,797	0,6	Reliable
Nilai produk merek terkenal sepadan dengan harganya.	0,371		0,3	Valid
Harga jual produk merek terkenal pantas untuk dibeli.	0,698		0,3	Valid
Produk merek terkenal dapat dipercaya.	0,706		0,3	Valid
Saya merasa aman ketika membeli produk merek terkenal.	0,752		0,3	Valid
Perceived Quality		0,890	0,6	Reliable
HP yang saya gunakan berkualitas tinggi.	0,785		0,3	Valid
Kemungkinan HP yang saya gunakan berfungsi seperti yang saya inginkan cukup tinggi.	0,448		0,3	Valid
Kemungkinan HP yang saya gunakan untuk dapat diandalkan cukup tinggi.	0,848		0,3	Valid
Kualitas HP yang saya gunakan lebih baik dibandingkan merek yang lain.	0,694		0,3	Valid
Merek HP yang saya gunakan menawarkan produk yang dapat diandalkan.	0,818		0,3	Valid
Kemungkinan saya puas terhadap merek HP yang saya gunakan cukup tinggi.	0,777		0,3	Valid
Saya percaya terhadap kualitas produk dari merek HP yang saya gunakan.	0,620		0,3	Valid
Produk HP yang saya gunakan menawarkan fitur-fitur yang bagus.	0,718		0,3	Valid
Perceived Value		0,885	0,6	Reliable
Harga dari produk HP yang saya gunakan sangat wajar.	0,682		0,3	Valid
Apa yang saya peroleh dari HP yang saya gunakan sepadan dengan harganya.	0,782		0,3	Valid
Usaha untuk memperoleh HP yang saya gunakan, seperti; harga, waktu, dan pengorbanan, bagi saya merupakan pembelian yang menguntungkan.	0,785		0,3	Valid
Dibandingkan dengan HP merek lain nilai HP yang saya gunakan sepadan dengan harganya.	0,760		0,3	Valid
Store Image		0,714	0,6	Reliable
Saya menyukai suasana dari tempat penjualan HP yang saya gunakan.	0,517		0,3	Valid
Saya merasa nyaman di tempat penjualan HP yang saya gunakan.	0,478		0,3	Valid
Toko di mana saya membeli HP yang saya gunakan menawarkan produk-produk berkualitas tinggi.	0,443		0,3	Valid
Toko di mana saya membeli HP yang saya gunakan berkualitas tinggi.	0,506		0,3	Valid
Purchase Intention		0,825	0,6	Reliable
Kemungkinan saya berbelanja melalui toko online sangat tinggi.	0,749		0,3	Valid
Kemungkinan saya membeli HP melalui toko online sangat tinggi.	0,696		0,3	Valid
Saya lebih suka merek HP yang saya gunakan dibanding dengan merek yang lain.	0,328		0,3	Valid
Saya mungkin bersedia membayar lebih untuk merek HP yang saya gunakan.	0,656		0,3	Valid
Saya akan membeli merek HP yang saya gunakan jika saya membutuhkannya di masa yang akan datang.	0,521		0,3	Valid
Saya akan merekomendasikan merek HP yang saya gunakan kepada orang lain.	0,617		0,3	Valid

3.6 Teknik Analisis Data

Sesuai kerangka konseptual penelitian ini dimana terdapat variabel dependen, variabel independen dan variabel moderator, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modelling (SEM). SEM merupakan teknik analisis yang memungkinkan dilakukan analisa pengaruh beberapa variabel terhadap variabel lain secara simultan (Ferdinand, 2002). Sementara aplikasi program yang digunakan untuk analisis SEM adalah Lisrel (LInier Structural RELation) versi 8.80. Dalam analisis SEM, variabel dibedakan menjadi 2 macam yaitu:

1. Variabel Laten (*Unobserved Variable*) Didefinisikan sebagai variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali diukur dengan satu atau lebih variabel manifes. Variabel laten disebut juga dengan konstruk atau konstruk laten. Dalam program, variabel laten digambarkan dengan simbol elips. Variabel laten digolongkan menjadi 2 macam yaitu:

- a. Variabel laten eksogen, yaitu variabel independen (bebas) yang mempengaruhi variabel dependen (terikat).
- b. Variabel laten endogen, yaitu variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen.

2. Variabel Manifes (*Observed Variable*) Didefinisikan sebagai variabel yang digunakan untuk menjelaskan atau mengukur variabel laten. Variabel manifes disebut juga sebagai indikator penelitian dan dalam program

digambarkan dengan simbol kotak. Menurut Holmes-Smith dan Rowe (1994), dalam menganalisis model penelitian langkah-langkah yang diambil yakni pertama, melakukan analisis faktor konfirmatori untuk model atau konstruk pengukuran dan evaluasi reliabilitas dan validitas masing-masing konstruk. Kedua, mengurangi jumlah variabel terobservasi dari masing-masing konstruk ke dalam variabel gabungan. Langkah terakhir, melakukan analisis model persamaan struktural untuk menguji model penelitian dan hipotesis dengan menggunakan variabel gabungan.

3.7 Analisis Faktor Konfirmatori

Analisis faktor konfirmatori dilakukan pada model atau konstruk pengukuran dan evaluasi reliabilitas dan validitas masing-masing konstruk. Tahapan-tahapan analisis faktor konfirmatori yaitu (Byrne, 1998):

1. Penilaian terkaan parameter Penilaian terkaan parameter dilakukan dengan mengevaluasi signifikansi dan reliabilitas statistik. Proses evaluasi difokuskan pada nilai t parameter yang menggambarkan bahwa estimasi parameter dibagi menjadi Standard Errornya, dan korelasi multipel kuadrat (R^2) dari variabel terobservasi.
2. Penilaian kebaikan dari kesesuaian model Suatu model dikatakan fit apabila kovarian matriks suatu model (model-based covariance matrix) adalah sama dengan kovarian matriks data (observed). Model fit dapat dinilai dengan menguji berbagai index fit yang diperoleh dari 40 program Lisrel. Untuk mengevaluasi kesesuaian model, dapat digunakan beberapa uji

diantaranya tes χ^2 , tes χ^2 yang dinormalkan, root mean square error of approximation (RMSEA), goodness of fit (GFI), adjusted goodness of fit (AGFI), dan comparative fit index (CFI).

Tabel 3.3 Uji *Goodness of fit*

Goodness of fit index	Kriteria
Chi-square	Harus kecil
Significant Probability	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
ECVI	$\leq 0,21$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN / DF	$\leq 2,00$
CFI	$\geq 0,90$
NFI	$\geq 0,90$

3. Respesifikasi model Untuk mengetahui spesifikasi model yang tidak tepat, Lisrel memberikan pedoman rekomendasi yakni modification indices (MI) atau indeks modifikasi untuk mengevaluasi sumber potensial ketidaksesuaian spesifikasi model. Pada Lisrel, *expected change* sebagai pasangan MI, merupakan nilai-nilai yang mewakili perubahan taksiran yang telah diperkirakan jika perubahan dilakukan berdasarkan rekomendasi MI, baik dalam arah negatif maupun positif. Dengan demikian, MI merupakan salah satu indikator yang dapat membantu peneliti untuk memperbaiki tingkat kesesuaian model penelitian.

4. Penilaian reliabilitas dan validitas konstruk. Reliabilitas merupakan suatu tingkatan dimana seperangkat atau lebih indikator memiliki pengukuran yang sama dari suatu konstruk, sedangkan validitas berkaitan dengan kemampuan suatu indikator untuk mengukur konstruk sebuah penelitian dengan tepat (Hair et al, 1998). Akan tetapi reliabilitas tidak

menjamin validitas, begitu pula sebaliknya (Hair et al, 1998; Holmes-Smith, 2001). Hal ini menunjukkan bahwa suatu indikator bisa konsisten (reliabel) tetapi tidak akurat (valid), begitu pula sebaliknya.

3.8 Analisis Model Struktural

Menurut Holmes-Smith dan Row (1994), mengurangi jumlah variabel terobservasi dari masing-masing konstruk ke dalam variabel gabungan merupakan langkah pertama dalam analisis model persamaan struktural. Langkah kedua adalah menghitung reliabilitas skala gabungan. Langkah terakhir yaitu mengembangkan model persamaan struktural untuk menguji hubungan di antara konstruk-konstruk tersebut. Pada tahap analisis model persamaan struktural, kesesuaian model persamaan struktural juga menjadi perhatian untuk mengetahui apakah model perlu direspesifikasi atau tidak. Jika terdapat kesalahan spesifikasi pada model, Lisrel memberikan pedoman indeks modifikasi atau modification indices (MI) untuk mengevaluasi sumber potensi kesalahan spesifikasi dari model struktural. Indeks modifikasi tersebut menjadi pedoman peneliti dalam melakukan respesifikasi model. Jika model persamaan struktural telah dispesifikasi dengan benar maka model persamaan struktural dapat digunakan untuk menguji model penelitian dan hipotesis. Untuk melakukan respesifikasi model struktural, peneliti menggunakan MI dengan beberapa pertimbangan yaitu:

1. Arahan tambahan harus sesuai dengan konsep teoritis atau bukti empiris, atau keduanya.

2. Arahkan tambahan tidak mengakibatkan terjadinya model dengan tingkat kesesuaian berlebih (*overfit*).