

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif, menurut Sugiyono (2013) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari satu atau lebih variabel terhadap variabel lainnya. Penelitian ini diajukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (bauran promosi) terhadap keputusan konsumen membeli perumahan Citra kedaton (variable dependen) dengan ekuitas merek sebagai variabel mediasi.

3.2.Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Citra Kedaton dengan alamat Jl. Ringroad Utara 24, Kaliwaru, Condongcatur, Sleman.

3.3.Definisi Variabel Operasional

Penelitian ini melibatkan empat variabel yaitu : bauran promosi, ekuitas merek dan keputusan pembelian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu variabel eksogen (*independent variable*) dan variabel endogen (*dependent variable*) serta variabel intervening. Dalam penelitian ini variabel eksogen yaitu bauran promosi yang dilambangkan dengan symbol “X” dan keputusan pembelian sebagai variabel endogen dilambangkan dengan symbol “Y” serta ekuitas merek sebagai variabel mediasi dengan simbol “Z”. Berikut akan dijabarkan

variabel eksogen, endogen dan intervening melalui definisi operasional adalah sebagai berikut:

3.3.1. Bauran Promosi

Promosi adalah bagian dari komunikasi yang terdiri dari pesan-pesan perusahaan yang didesain untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), dan berakhir dengan tindakan pembelian (*purchase*) yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan. Kotler (2007). Menurut Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa unsur bauran promosi (*promotion mix*) terdiri atas lima perangkat utama, yaitu:

- a) periklanan (*advertising*)
- b) penjualan pribadi (*personal selling*)
- c) public relation dan publisitas (*publicity*),
- d) promosi penjualan (*sales promotion*),
- e) pemasaran langsung (*direct marketing*).

3.3.2 Ekuitas Merek

Aaker yang dikutip oleh Tjiptono (2005) menyatakan bahwa Ekuitas merek adalah serangkaian aset dan kewajiban merek 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. Indikator ekuitas merek terdiri dari :

- a) Kesadaran merek
- b) Kesan kualitas

- c) Asosiasi merek
- d) Keputusan pembelian merek

3.3.3 Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Dalam penelitian ini yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Indikatornya adalah:

- a) Membeli sesuai kebutuhan
- b) Melakukan pembelian setelah memiliki informasi yang cukup
- c) Membeli setelah melakukan evaluasi perbandingan
- d) Merasa puas dapat membeli perumahan
- e) Mengabarkan berita positif kepada orang lain

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kausalitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang pernah membeli produk perumahan Citra Kedaton di Yogyakarta. Untuk dapat merepresentasikan populasi penelitian, maka dibutuhkan sampel.

Sampel adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci (Tjiptono, 2004). Dalam penelitian ini sampel dikumpulkan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya, yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk perumahan Citra Kedaton di Yogyakarta.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Penetapan jumlah sampel ini didasarkan pada alat analisa yang akan dipergunakan untuk menguji hipotesis penelitian yaitu Structural Equation Modeling (SEM) yang membutuhkan data minimal 100-200. Menurut Ghazali, (2011) jumlah tersebut sudah termasuk sampel penggunaan SEM AMOS.

3.5. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan suatu data yang didapat dari sumber pertama baik individu maupun perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Umar, 2003). Data primer diperoleh dari teknik survey dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang diberikan langsung kepada konsumen perumahan Citra Kedaton di Yogyakarta

3.6. Intrumen Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Dimana metode ini dilakukan dengan penyebaran lembaran-lembaran kuisisioner tertutup yang berisikan pertanyaan yang relevan dengan masalah yang diteliti berdasarkan indikator-indikator variabel penelitian yang diajukan secara tertulis kepada konsumen yang melakukan pembelian perumahan Citra Kedaton di Yogyakarta. Maka rincian pertanyaannya didasarkan pada penjelasan indikator-indikator variabel penelitian yang telah diuraikan dalam definisi operasional variabel, yaitu sebagai berikut :

Bagian 1 : Berisi pertanyaan tentang Bauran promosi

Bagian 2 : Berisi pertanyaan tentang Ekuitas merek

Bagian 3 : Berisi pertanyaan tentang Keputusan pembelian

3.6.2. Skala

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan Skala likert. Skala likert merupakan skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tindakan pada setiap butir yang menggunakan produk. Menurut Kuncoro (2007), skala likert merupakan skala dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai berbagai pernyataan mengenai perilaku, objek atau kejadian. Indikator-indikator variabel yang digunakan diformulasikan dalam bentuk item

pernyataan yang masing-masing item terdapat range skor antara 1-5.

Berikut lima kategori yang dihasilkan dari proses pemberian skor:

Pilihan	Skor
STS : Sangat Tidak Setuju	1
TS : Tidak Setuju	2
N : Netral	3
S : Setuju	4
SS : Sangat Setuju	5

3.6.3. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur (indikator) dapat mengukur apa yang ingin diukur (*variable*) (Zikmund dkk, 2006). Suatu instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Dalam penelitian ini validitas diukur dengan metode AMOS. Validitas menyangkut tingkat akurasi yang dicapai oleh sebuah indikator dalam menilai sesuatu atau akuratnya pengukuran atas apa yang seharusnya diukur, sebuah indikator dinyatakan valid jika mempunyai nilai estimate pada *standardized regression weight* = 0.50. Undimensionalitas adalah sebuah asumsi yang digunakan dalam menghitung reliabilitas dari model yang

menunjukkan bahwa dalam sebuah model satu dimensi, indikator-indikator yang digunakan memiliki derajat kesesuaian yang baik.

3.6.4. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum. Cara yang digunakan, yaitu composite (construct) reliability. *Cut-off* value dari construct reliability adalah minimal 0.70.

Composite reliability didapat dengan rumus:

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

1. Standardized loading diperoleh langsung dari standardized loading untuk tiap-tiap indikator (diambil dari perhitungan AMOS)
2. ϵ_j adalah measurement error dari tiap-tiap indikator nilai batas yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0.70.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis yang menjelaskan mengenai ketertarikan data penelitian ke dalam bentuk kalimat. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah data-data mentah menjadi data yang mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas.

Dalam penelitian ini, analisis yang dilakukan berdasarkan uraian hasil jawaban para responden dari kuesioner yang dibagikan. Data tersebut dihitung dengan SPSS dan tercantum dalam bentuk tabel dan analisis deskriptif yang dilakukan berdasarkan data dalam tabel tersebut.

3.7.2. Analisis Kausalitas dengan SEM

Structural Equation Modeling adalah alat statistik yang merupakan gabungan dari dua model statistik yang terpisah yaitu analisis faktor dan analisis regresi berganda. Pemodelan penelitian SEM memungkinkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat regresi maupun dimensional (yaitu mengukur dimensi-dimensi apa sajakah dari sebuah konsep) dan SEM dapat menguji beberapa variabel dependen sekaligus dengan beberapa variabel independen (Ferdinand, 2006). Untuk penelitian ini menggunakan program SEM AMOS yang dapat mengolah model penelitian yang berdimensi dan berjenjang. Analisis ini untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh ekuitas merek

Dalam pembuatan pemodelan SEM, terdapat langkah-langkah sebagai berikut:

1. Struktural GOF (*goodness of fit*)

Dalam analisis SEM tidak ada alat uji statistik tunggal untuk mengukur atau menguji hipotesis mengenai model. Umumnya terdapat berbagai jenis fit index yang digunakan untuk mengukur

derajat kesesuaian antara model yang dihipotesiskan dengan data yang disajikan. Peneliti diharapkan melakukan pengujian dengan menggunakan beberapa fit indeks untuk mengukur kebenaran model yang diajukannya. Berikut ini disajikan beberapa index kesesuaian dan *cut-off* valuenya untuk digunakan dalam menguji apakah model dapat diterima atau tidak.

a) NFI (*Normed Fit Iposed Model Index*)

Merupakan ukuran perbandingan antara proposed dan model null model. Nilai NFI 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 .

b) CMINDF

CMINDF adalah nilai chi square dibagi dengan *degree of freedom*. (Ghozali, 2008) mengusulkan nilai ratio ini < 2 merupakan ukuran Fit. Program AMOS akan memberikan nilai CMINDF dengan perintah `\cmindf`.

c) GFI (*Goodness of Fit Index*)

Ukuran non-statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (poor fit) sampai 1.0 (perfect fit). Nilai GFI yang tinggi menunjukkan fit yang lebih baik dan nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya, namun banyak peneliti yang menganjurkan nilai di atas 90% sebagai ukuran good fit.

d) AGFI (Adjusted Goodness-of-fit)

Merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan *ratio degree of freedom* untuk proposed model dengan *degree of freedom* untuk null model. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau >0.90 .

e) TLI (Tucker Lewis Index)

TLI atau dikenal dengan *nunnormed fit index (nnfi)*. Ukuran ini menggabungkan ukuran persimilarity kedalam indeks komposisi antara proposed model dan null model dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1.0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau >0.90 , dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan a very good fit. Program AMOS akan memberikan nilai TLI dengan perintah `\tli`.

f) CFI (Comparative Fit Index)

Comparative Fit Index (CFI) besar indeks tidak dipengaruhi ukuran sampel karena sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Indeks sangat dianjurkan, begitu pula TLI, karena indeks ini relative tidak sensitive terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi kerumitan model nilai CFI yang berkisar antara 0-1. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat kesesuaian yang lebih baik. Nilai yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0.95$.

g) RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)

Ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik chi square menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima. Hasil uji empiris RMSEA cocok untuk menguji model strategi dengan jumlah sampel besar. Program AMOS akan memberikan RMSEA dengan perintah `\rmsea`. Untuk menilai ketepatan estimasi RMSEA menggunakan confidence interval, bila interval konfidennya sangat pendek menunjukkan bahwa nilai RMSEA menunjukkan presisi yang baik, sedangkan bila intervalnya panjang menunjukkan bahwa “estimated discrepancy value” adalah “quite imprecise” sehingga tidak akurat dalam menentukan derajat fit dari populasi. RMSEA yang baik dari populasi juga dilihat dari “the closeness of fit” (khususnya bila nilainya <0.05 probabilitas closeness adalah >0.05).

Tabel 3.1. Nilai Kritis pengujian dengan program AMOS (Ghozali, 2011)

No	Keterangan	Nilai Kritis
1.	GFI (Goodness of Fit Index)	≥ 0.90
2.	AGFI (Adjusted Goodness of Fit)	≥ 0.90
3.	TLI (Tucker Lewis Index)	> 0.90
4.	NFI (Normed Fit Iposed Model Index)	> 0.90
5.	CFI (Comparative Fit Index)	≥ 0.95
6.	CMIN/DF	< 2
7.	RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation) Antara 0.05-0.08	

2. Interpretasi Model dan Uji Hipotesis

a. Interpretasi dan Modifikasi Model

Ketika model telah dinyatakan diterima, maka perlu peneliti dapat mempertimbangkan dilakukannya modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau Goodness of Fit. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut harus di cross valited (diestimasi dengan data terpisah) sebelum model di modifikasi.

Pengukuran model dapat dilakukan dengan modification indices. Nilai modification indices sama dengan terjadinya penurunan Chi-square jika koefisiensi diestimasi. Nilai sama dengan atau >3.84 menunjukkan telah terjadi penurunan chi-square secara signifikan.

b. Uji Hipotesis

Langkah terakhir, untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen, dilakukan pengujian hipotesis dengan uji parsial (uji t) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Membuat formulasi hipotesis

Ho : Tidak ada pengaruh positif variabel independen terhadap variabel dependen

Ha : Ada pengaruh positif variabel independen terhadap variabel dependen

2) Menetapkan taraf signifikansi dengan kriteria pengujian

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% atau tingkat kepercayaan hasil sebesar 95%, sebagai kriteria pengujian hipotesis.

Jika probabilitas hitung atau $P \geq \alpha$ (0.05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika probabilitas hitung atau $P < \alpha$ (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima

- 3) Melakukan perhitungan dengan bantuan program AMOS 20
- 4) Menarik kesimpulan dari hasil perhitungan berdasarkan prosedur b dan c di atas, H_0 diterima atau ditolak.