

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain survei, yaitu mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpulan data.

B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2007) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di Yogyakarta.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2007) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut. Sampel untuk penelitian ini adalah responden yang memiliki dan menggunakan produk *smartphone Xiaomi*. Dalam Structural Equation Modelling (SEM)

jumlah sampel yang harus dipenuhi dalam permodelan ini berkisar 100-200, karena menggunakan teknik maximum likelihood estimation (Wijaya, 2013).

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri- ciri yang spesifik. Pelaksanaan pengambilan sampel secara *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2007). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria bahwa sampel yang diambil hanya konsumen yang memiliki dan menggunakan *smartphone* Xiaomi Yogyakarta dan mempunyai kriteria umur diatas 17 tahun. Dalam penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 150 responden.

C. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner/ angket yaitu pertanyaan formal yang secara konsisten, terangkai dan tertulis yang ditujukan untuk memperoleh informasi dan responden (Wijaya, 2013). Jenis kuesioner yang digunakan adalah *close ended* dengan skala likert. *Close*

ended yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya oleh peneliti.

D. Definisi Operasional variabel penelitian

1. Variabel Eksogen

a) Prediktabilitas Merek

Prediktabilitas Merek dapat berasal dari interaksi yang berulang antara konsumen dan merek. (Lau & Lee, 1999)

Prediktabilitas Merek dapat dikembangkan melalui komunikasi yang konsisten dengan konsumen, pemasar harus memastikan bahwa mereka mengatakan yang sama tentang komoditasnya kepada konsumen melalui saluran komunikasi yang berbeda seperti media periklanan, *point of purchase display*, kemasan produk, harga produk, dan tenaga penjualan. (Lau & Lee, 1999). Prediktabilitas Merek diukur dengan 4 item pertanyaan yang diadopsi dari (Lau & Lee, 1999)

b) Kesukaan Merek

Kesukaan Merek dapat dikembangkan dengan membuat produk yang menyenangkan untuk dilihat, baik saat dirasakan, disentuh dan mudah untuk ditangani. Merek estetika merek tidak dapat diabaikan, pemasar harus memastikan bahwa divisi penelitian dan

pengembangan dalam merancang produk baru jangan hanya fokus pada aspek teknis saja tetapi juga mempertimbangkan penampilan dan estetika produk juga (Lau & Lee, 1999). Kesukaan merek diukur dengan 2 item pertanyaan yang diadopsi dari (Lau & Lee, 1999).

c) Kompetensi Merek

Menurut (Lau & Lee, 1999) perusahaan seharusnya tidak usah terlalu banyak mengembangkan merek diluar dari kompensinya, karena konsumen mungkin mulai ragu terhadap kompetensi merek ini yang berada diluar daerahnya dan konsumen harus yakin mengenai kompetensi merek dari sebuah perusahaan. Kompetensi merek dapat diukur dengan 5 item pertanyaan yang diadopsi dari (Lau & Lee, 1999)

d) Reputasi Merek

Untuk membangun reputasi untuk sebuah merek hal yang penting untuk konsumennya atas kualitas dan pemberian atas janji-janjinya dan upaya lain termasuk iklan, hubungan masyarakat dan pelanggan yang harus didorong untuk menyebarkan berita *word of mouth* yang positif (Lau & Lee, 1999). Reputasi merek dapat diukur dengan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari (Lau & Lee, 1999).

e) Kepercayaan pada Perusahaan

Hasil dari penelitian menunjukkan kepercayaan pada merek dan kepercayaan pada perusahaan dilatar belakangi saling membantu oleh merek tersebut, kemampuan dari produk lain dan merek didalam perusahaan akan mempengaruhi kepercayaan pada perusahaan yang mengakibatkan kepercayaan kepada produk lain milik perusahaan (Lau & Lee, 1999). Kepercayaan pada perusahaan dapat diukur dengan 4 item pertanyaan yang diadopsi dari (Lau & Lee, 1999)

2. Variabel Mediasi

a) Kepercayaan Merek

Kepercayaan pada merek pada penelitian ini terfokus pada kemauan konsumen untuk mengandalkan suatu merek (Garnis, 2010). Kepercayaan pada Merek dapat diukur dengan 3 item pertanyaan yang diadopsi dari (Lau & Lee, 1999)

3. Variabel Endogen

a) Loyalitas Merek

Loyalitas Merek pada penelitian ini terfokus pada perilaku minat yaitu minat responden untuk tetap membeli suatu merek dan keinginan responden untu menunggu jika merek tersebut belum

tersedia. Loyalitas merek dapat diukur dengan 4 item pertanyaan yang diadopsi dari (Lau & Lee, 1999)

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan didalam penelitian ini adalah kuisisioner yang berisi daftar pertanyaan. Dalam suatu penelitian dibutuhkan instrumen penelitian yang valid dan reliabel. Instrumen tersebut dapat dikembangkan sendiri oleh peneliti dan diadopsi dari jurnal dan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini, digunakan kuisisioner yang dikembangkan oleh (Lau & Lee, 1999) dalam jurnalnya yang berjudul “*Costumer’s Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty*”. Pengukuran dilakukan dengan skala interval dengan pendekatan *7 point likert*.

Rincian tentang variabel-variabel tersebut akan diukur dengan menggunakan Skala pengukuran berupa skala Likert, yaitu memberikan skor 1-7. Penjelasan penetapan skor adalah sebagai berikut :

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
----	------------	-----	----	----	---	----	---	----

Keterangan Alternatif Jawaban dan Skor :

- 1) STS : Sangat Tidak Setuju
- 2) TS : Tidak Setuju
- 3) KS : Kurang Setuju
- 4) N : Netral

- 5) AS : Agak Setuju
- 6) S : Setuju
- 7) ST : Setuju Sekali

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah semua pertanyaan atau pernyataan dalam instrument penelitian yang diajukan untuk mengukur variabel penelitian adalah merupakan pertanyaan atau pernyataan yang seharusnya diajukan. Uji validitas berkaitan dengan akurasi atau ketepatan dari alat ukur penelitian (Ghozali I. , 2008).

Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain. Dalam penelitian pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji validitas untuk validitas konstruk (Construct validity). Konstruk dianggap valid jika nilai rata-rata varian (*Average variance extracted-AVE*) $< 0,05$. (Ghozali I. , 2008)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Pengukuran realibilitas didasarkan pada indeks numerik yang

disebut koefisien. Reliabilitas alat ukur berhubungan dengan *error measurement* yaitu sejauh mana terjadi inkonsistensi hasil pengukuran apabila pengukuran dilakukan secara berulang dengan menggunakan subjek yang sama. Dikatakan reliabilitas jika nilai korelasi (*Cronbach's Alpha*) $>0,7$ untuk *Confirmatory Research* namun $>0,6$ masih dapat diterima untuk *Exploratory Research*. Chin dalam (Ghozali I. , 2008)

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Teknik analisis digunakan untuk menginterpretasikan dan menganalisis data. Sesuai dengan model yang dikembangkan dalam penelitian ini maka alat analisis data yang digunakan adalah SEM (*structural equation modeling*). Teknik maximum likelihood estimation membutuhkan sampel berkisar antara 100-200 sampel (Wijaya, 2013).

Analisis SEM mensyaratkan data distribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data, data *outliner* harus dibuang karena menimbulkan bias dalam interpretasi dan mempengaruhi data lainnya. Data dikatakan normal apabila *cr multivariate (critical ratio)* memiliki syarat $-2,58 < c.r < 2,58$ (Wijaya, 2013).

Teknik analisis data menggunakan tahapan pemodelan data analisis persamaan struktural dibagi menjadi 7 langkah menurut (Ghozali 2011) yaitu:

- a. Pengembangan model secara teoritis
- b. Menyusun diagram jalur (*path diagram*)
- c. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural
- d. Memilih matrik input untuk analisis data
- e. Menilai identifikasi model
- f. Mengevaluasi estimasi model
- g. Interpretasi dan modifikasi model

Berikut ini penjelasan secara detail mengenai masing-masing tahapan:

a. Langkah 1: Pengembangan model secara teoritis

Pengembangan model dalam SEM, adalah pencarian atau pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat. Dengan perkataan lain, tanpa dasar teoritis yang kuat, SEM tidak dapat digunakan. Hal ini disebabkan karena SEM tidak digunakan untuk menghasilkan sebuah model, melainkan digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik. SEM bukan untuk menghasilkan kausalitas, melainkan membenarkan adanya kausalitas teoritis melalui uji data empirik. Itulah sebabnya uji hipotesis mengenai perbedaan dengan menggunakan uji *chi-square*.

b. Langkah 2 Menyusun diagram jalur (*path Diagram*)

Model teoritis yang telah dibangun selanjutnya digambarkan dalam sebuah path diagram, untuk mempermudah peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. didalam pemodelan SEM, ditetapkan konstruk (*construct*) atau faktor (*factor*) yaitu konsep yang memiliki pijakan teoritis yang cukup untuk menjelaskan berbagai bentuk hubungan. Untuk itu perlu ditentukan diagram jalur dalam artian berbagai konstruk yang akan digunakan dalam penelitian. Konstruk-konstruk dalam diagram alur dapat dibedakan dalam dua kelompok konstruk yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Konstruk eksogen dikenal pula sebagai variabel independen yang tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model. Konstruk endogen adalah faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

c. Langkah 3 mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural

Setelah model teoritis dikembangkan dan digambar dalam sebuah diagram alur, kemudian mengkonversi spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan. Persamaan yang dibangun akan terdiri dari persamaan struktural (*structural equations*) dan persamaan spesifikasi

model pengukuran (*measurement model*). Persamaan struktural dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk. Sedangkan dalam persamaan spesifikasi model pengukuran ditentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan matrik yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk.

d. Langkah 4 memilih matrik input untuk analisis data

SEM hanya menggunakan matrik varian/kovarian atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matrik korelasi mempunyai rentang yang sudah umum dan tertentu yaitu 0 sampai dengan ± 1 dan karena itu memungkinkan untuk melakukan perbandingan yang langsung antara koefisien dalam model. Matrik kovarian umumnya lebih banyak digunakan dalam penelitian mengenai hubungan, sebab *standard error* yang dilaporkan dari berbagai penelitian umumnya menunjukkan angka yang kurang akurat bila matrik korelasi digunakan sebagai input. Pada penelitian ini pengolahan dilakukan dengan bantuan program komputer yaitu AMOS, merupakan salah satu program yang handal untuk analisis model kausalitas. Karena jumlah sampel dalam penelitian ini berada antara 100 sampai dengan 200 maka teknik analisis yang dipilih adalah *Maximum Likelihood Estimation* (ML) dan *Generalized Least Square Estimation*.

e. Langkah 5 menilai identifikasi model

Masalah identifikasi pada prinsipnya adalah masalah mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Masalah identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala sebagai berikut:

- 1) *Standard error* untuk satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
- 2) Program tidak mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya disajikan.
- 3) Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya varians error yang negatif.
- 4) Munculnya korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat misalnya lebih dari 0,9.

f. Langkah 6 Mengevaluasi estimasi model

Tindakan pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM. Setelah asumsi-asumsi SEM terpenuhi, langkah berikutnya adalah menentukan kriteria yang akan digunakan untuk mengevaluasi model dan pengaruh-pengaruh yang ditampilkan dalam model. Evaluasi model dilakukan melalui uji kesesuaian dan statistik, serta uji reliabilitas.

g. Langkah 7 Interpretasi terhadap model

Langkah terakhir adalah menginterpretasikan model dan memodifikasikan model bagi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Namun harus diperhatikan, bahwa segala modifikasi (walaupun sangat sedikit) harus berdasarkan teori yang mendukung.