

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek/Subyek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu atribut atau penilaian orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono (2015). Penelitian ini menjadikan objeknya adalah pada situs perusahaan E-commerce Lazada.co.id.

Subjek adalah satu dari anggota dari sampel, sebagaimana elemen adalah anggota dari populasi Sekaran (2006). Subjek penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di UMY yang pernah bertransaksi di Lazada.co.id.

B. Jenis Data

Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti Sekaran (2011). Penelitian ini menggunakan jenis data primer, data primer ini adalah jawaban pada kuesioner dari responden yang terkait dalam variabel-variabel di penelitian ini yaitu, persepsi kualitas, kesadaran merek, citra merek dan loyalitas merek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sugiyono (2015) metode kuantitatif merupakan metode tradisional karena metode ini sudah cukup lama digunakan dan sudah mentradisi sebagai metode penelitian. Metode kuantitatif ini merupakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

A. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2015). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu Sugiyono (2015). Kriteria Sampel di penelitian ini:

1. Mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan bisnis di UMY menjadi responden yang pernah melakukan transaksi belanja online shop.
2. Mahasiswa yang pernah bertransaksi di Lazada.coid.
3. Minimal melakukan pembelian 2x di online shop dan minimal 2 toko online yang berbeda.

Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada pendapat Roscoe yang menyatakan bahwa jumlah sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 pada sebagian besar penelitian dianggap sudah mewakili populasi Roscoe dalam Sugiyono (2012). Dalam penelitian ini peneliti mengambil sebanyak 100 responden untuk dijadikan sampel dalam penelitian.

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data Sugiyono (2015). Penelitian ini menggunakan kuesioner.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan penulis kepada responden untuk

dijawabnya Sugiyono (2015). Penelitian ini menggunakan tehnik pengumpulan data dilakukan dengan metode survey menggunakan angket atau kuesioner.

Penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2) Tidak Setuju (TS)
- 3) Ragu-Ragu (R)
- 4) Setuju (S)
- 5) Sangat Setuju (SS)

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel diukur. Definisi-definisi operasional yang dijelaskan adalah operasional yang diteliti atau diukur melalui gejala yang ada. Variabel penelitian juga harus dapat diukur menurut skala yang lazim. Gambar lebih jelas mengenai variabel penelitian disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1

Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Persepsi Kualitas (X1)	persepsi kualitas adalah persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa. Adam (2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas atau mutu produk 2. Tingkat kenyamanan produk 3. Kualitas produk dibandingkan dengan produk dari pesaing 4. Daya tahan produk 	Aaker (1997)
Kesadaran Merek (X2)	kesadaran merek adalah kesanggupan konsumen untuk menggali atau mengingat kembali, bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu, atau dengan dengan perkataan lain adalah seberapa kuat suatu merek tertanam dalam benak/ingatan konsumen. Adam (2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan mengingat merek 2. Kemampuan untuk mengingat dan mengenali model varian 3. Ciri khas merek (memahami informasi merek) 4. Kemampuan mengingat merek dalam level top of mind 	Aaker (1996)
Citra Merek (Y1)	Citra adalah cara masyarakat menganggap merek secara aktual. Kotler (2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. tingkat atau status yang cukup tinggi dari sebuah merek 2. tingkat dikenalnya sebuah merek oleh konsumen 3. hubungan emosional yang terjadi antar <i>brand</i> dengan pelanggan 	Davidson (1998)
Loyalitas Merek (Y2)	loyalitas merek adalah merupakan kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek tertentu. Adam (2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap setia menggunakan produk walaupun ada tawaran yang lebih menarik dari produk merek lain 2. Merekomendasikan merek kepada siapa saja yang 	Aaker (1997)

		membutuhkan 3. Kembali menggunakan produk di lain kesempatan 4. Minat pembelian ulang terhadap merek	
--	--	---	--

Variabel yang dapat memberikan definisi ataupun arti dari kegiatan. Pada variabel ini terdapat 2 variabel bebas X (independent), 1 variabel terikat Y2 (dependent), dan 1 variabel mediator Y1 (mediasi). Variabel bebas terdiri dari persepsi kualitas (X1) dan kesadaran merek (X2), variabel terikat terdiri dari loyalitas merek (Y2), dan variabel mediator dan variabel independen hanya ada citra merek (Y1).

Alat Ukur dan Skala penelitian ini menggunakan alat ukur dengan kuesioner, penulis akan membuat dan menyusun daftar pertanyaan untuk mendapatkan jawaban dari responden, responden akan menjawab pertanyaan dari peneliti. Skala penggunaan disini penulis yaitu dengan memberikan kesempatan kepada para responden dengan menjawab jawabannya sendiri dengan bebas asalkan tidak menyimpang dari pertanyaan tersebut.

D. Uji kualitas Instrument dan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, sekiranya periset menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data periset, kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukur Umar (2003). Di dalam uji validitas suatu kuesioner dikatakan

valid jika sebuah pertanyaan pada kuesioner itu mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode korelasi *pearson* dengan derajat kesalahan yang ditoleransi $\alpha = 5\%$. Bila signifikansi hasil korelasi $< 0,05$ (5%), maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi $> 0,05$ (5%) maka dinyatakan tidak valid Sekaran (2011).

Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Menurut Rahmawati dkk., (2014) terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur validitas:

a. Content (face) Validity

Instrumen yang dinilai dianggap memiliki *content validity* jika mengandung butir-butir pertanyaan yang memadai dan representative untuk mengukur construct sesuai yang diinginkan peneliti.

b. Criterion related Validity

Konsep ini menguji akurasi instrument yang baaru dikembangkan. Pengujinya dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antar skor penggunaan instrument baru dengan skor yang diperoleh menggunakan instrument lama.

c. Construct Validity

Konsep ini menguji apakah suatu instrument mampu mengukur *construct* sesuai dengan yang diharapkan. Cara pengujiannya dengan

menghitung rendahnya koefisien korelasi dengan instrument lain yang digunakan mengukur *construct* lain.

Dalam Penelitian pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji reabilitas untuk reabilitas konsistensi internal dan uji reabilitas uji validitas uji validitas konstruk (*Construct validity*).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama, setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten Umar (2003). Menurut Sekaran (2011) hasil uji reabilitas dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari $> 0,6$. Menurut Rahmawati dkk., (2014) pengukuran reabilitas didasarkan pada indeks numerik yang disebut koefisien. Dalam hal ini ada tiga pendekatan yang dapat digunakan:

a. Koefisien Stabilitas (Coefficient of Stability)

Peneliti mungkin ingin menguji konsisten jawaban respon dari waktu ke waktu. Selisih waktunya mungkin berupa hari, minggu atau bulan.

b. Koefisien Ekuivalensi

Dengan berbagai instrument peneliti yang berbeda, peneliti mungkin ingin mengukur *construct* terhadap subyek yang sama pada waktu yang sama pula.

c. Reliabilitas Konsistensi Internal

Konsep ini menekankan pada konsisten butir-butir pertanyaan dalam suatu instrument. Keterkaitan antar butir pertanyaan dalam suatu instrument

yang digunakan untuk mengukur construct tertentu menunjukkan reabilitas konsisten internal. Ada tiga teknik pengukuran yang bisa digunakan. *Split half reability, Kuder Richardson #20, Cronbach's alpha.*

G. Uji Hipotesis dan Analisa Data

1. Pengujian Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), atau dalam artian ada variabel yang mempengaruhi dan ada variabel yang dipengaruhi Rahmawati dkk., (2014). Model regresi sederhana : $Y = a + bX$, dimana y adalah variabel tak bebas (nilai duga), x adalah variabel bebas, a adalah penduga bagi intersap (α), b adalah penduga bagi koefisien regresi (β), dan α , β adalah parameter yang nilainya tidak diketahui sehingga diduga menggunakan statistic sampel. Pengujian Analisis menggunakan Analisis Regresi Linier sederhana yang dioperasikan melalui program SPSS 22.0. Rumus regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

A = Konstanta (Nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

2. Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan

kausalitas antar variabel Ghozali (2011). Fungsi dari uji analisis jalur ini adalah memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi.

Dalam model penelitian ini dapat dijelaskan bahwa persepsi kualitas dan kesadaran merek memiliki hubungan positif langsung terhadap loyalitas merek, tetapi dapat memiliki hubungan tidak langsung yang berpengaruh lewat variabel mediasi citra merek lebih dulu baru ke loyalitas merek. Hubungan langsung terjadi pada 2 variabel independen terhadap variabel dependen. Hubungan tidak langsung berpengaruh pada variabel independen terhadap dependen.

3. Uji Sobel

Dalam uji sobel ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi yaitu citra merek. Menurut Baron dan Kenny dalam Ghozali (2011) suatu variabel disebut mediator jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh sobel (1982) dan dikenal dengan uji sobel (Sobel Test).

Uji Sobel untuk menguji kekuatan dari pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y2) melalui variabel intervening (Y1). Dengan cara perhitungan mengalikan pengaruh tidak langsung X ke Y2 melalui Y1 dengan cara mengalikan jalur X – Y1 (a) dengan jalur Y1 – Y2 (b) atau ab . Jadi koefisien $ab = (c-c')$ dimana c adalah pengaruh X terhadap Y2 tanpa menghubungkan Y1, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y2 setelah menghubungkan Y1.

Ghozali (2011) pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (Sobel Test). Rumus uji Sobel adalah sebagai berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Dengan keterangan:

Sab : Besarnya standar eror pengaruh tidak langsung

a : Jalur variabel independen (X) dengan variabel intervening (Y1)

b : Jalur variabel intervening (Y1) dengan variabel dependen (Y2)

sa : Standar eror koefisien a

sb : Standar eror koefisien b

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika jumlah sampel kecil, maka uji sobel kurang konservatif Ghozali (2011).

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik (*t test*) untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari satu variabel penjelas/independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen Ghozali (2011). Hipotesis diterima jika signifikan $< \alpha$ 0,05 dan koefisien regresi searah dengan hipotesis.

Kriteria yang digunakan adalah:

1) $H_0 : b_1 = 0$

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

2) $H_a : b_1 > 0$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$)
- b. Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
- c. Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- d. Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

