

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian dapat di artikan sebagai suatu cara mendapatkan data baik primer ataupun sekunder yang nantinya akan dipergunakan untuk menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian digunakan untuk menganalisa faktor–faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang akan diteliti sehingga memperoleh suatu kebenaran pada data yang telah peneliti didapatkan.

#### **A. Objek/Subjek Penelitian**

Objek penelitian merupakan suatu sasaran yang dituju untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan dan kegunaan secara objektif dan reliabel tentang variabel tertentu (Sekaran, 2006). Dalam penelitian ini objek yang akan diteliti adalah produk *private label indomaret*.

Menurut Sekaran (2006) subjek penelitian adalah satu anggota dari sampel, sebagaimana elemen adalah anggota dari populasi. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang tahu atau yang pernah melakukan pembelian dan berniat membeli ulang produk *private label indomaret* di kota Yogyakarta.

#### **B. Jenis data**

Data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer. Menurut Sekaran (2006), data primer mengacu pada informasi yang diperoleh tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel

yang di angkat dalam penelitian tersebut. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari angket yang disebarakan langsung oleh peneliti kepada konsumen yang mempunyai minat beli atau yang sudah pernah membeli dan berniat membeli ulang produk *private label* indomaret.

### C. Teknik Pengambilan Sampel

Sekaran (2006) dalam bukunya menjelaskan bahwa ada dua tipe macam desain pengambilan sampel, yaitu pengambilan sampel probabilitas dan nonprobabilitas. Sampel probabilitas diambil berdasarkan besaran peluang elemen populasi untuk terpilih sebagai subyek sampel diketahui. Sedangkan sampel nonprobabilitas diambil berdasarkan besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subyek tidak diketahui.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sampel nonprobabilitas dengan desain yang di gunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria responden mengetahui atau pernah membeli produk *private label* Indomaret dan responden tinggal di Yogyakarta. Untuk jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini didasarkan pada pendapat Ferdinand (2006) sebesar 5-10 kali indikator dari semua variabel. Penelitian ini memiliki 20 indikator, dan mengambil sampel sebanyak 150 responden.

#### D. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan angket/ kuisisioner. Angket adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan atau jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Ada dua bentuk penyampaian kuisisioner kepada responden. Pertama menggunakan media *google form* yang penyebarannya melalui media chatting *line* dan *watshapp*, dan yang kedua kuisisioner berupa *printout* yang diberikan kepada responden secara langsung.

#### E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Untuk memperjelas variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat dilihat definisi operasional variabel masing – masing pada tabel berikut.

**Tabel 3.1**  
**Devinisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Devinisi Operasional	Indikator
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah besaran konsumen untuk membeli suatu merek tertentu / besaran kemungkinan konsumen beralih dari suatu merek ke merek yang lainnya (Kotler & Keller, 2012)	a. Kesiediaan membeli di masa yang akan datang b. Minat untuk membeli lebih sering c. Minat untuk mencoba produk. (Knight & Kim dalam Santoso dkk, 2016; Bao <i>et al</i> dalam Santoso dkk, 2011)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas layanan (X <sub>1</sub> )	Ukuran seberapa bagus tingkat layanan diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Wijaya, 2011)	a. <i>Interaction quality</i> b. <i>Service environment quality</i> c. <i>Outcome Quality</i> (Brady & Cronin dalam Santoso, 2016)
Private label Image(X <sub>2</sub> )	Suatu <i>brand</i> yang dikembangkan, diciptakan serta dimiliki oleh penjual eceran baik barang maupun jasa (Kotler & Keller, 2012)	a. Kualitas b. Afektif (Vahie & Paswan, 2006)
<i>Familiarity</i> (X <sub>3</sub> )	Keterkenalan atau keakraban dari suatu produk atau suatu nama (Aaker, 1997)	a. Mengetahui jenis produk b. Mampu mengingat produk c. Pernah melihat produk (Vo & Nguyen, 2015)
Persepsi risiko (X <sub>4</sub> )	Konsekuensi negatif yang konsumen ingin hindari ketika membeli atau menggunakan produk maupun jasa (Peter dan Olson, 2010)	a. Risiko finansial b. Risiko Fungsional ( Stone & Batra dalam Santoso dkk, 2016)
<i>Shelf Space</i> (X <sub>5</sub> )	Tata letak dalam ruang rak ( <i>shelf space</i> ) merupakan suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi secara jangka panjang (Heizer & Reinder, 2012)	a. Jumlah rak produk <i>Private Label</i> b. Mudah mencari produk di rak. (Dursun <i>et al</i> , 2011)
Citra Toko (X <sub>6</sub> )	Citra toko memiliki pengertian pandangan atau persepsi masyarakat terhadap nama atau produk toko secara efektif baik dari segi nilai, kualitas dan harga (Sopiah dan Syihabuddin, 2008)	a. Kelengkapan produk b. Atmosfer lingkungan Belanja c. Pelayanan Keseluruhan (Collins & Lindley, 2003)

Variabel	Devinisi Operasional	Indikator
Persepsi kualitas ( $X_7$ )	Anggapan konsumen terhadap semua kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa. (David Aaker, 1997)	a. Kualitas rasa yang enak b. Kemasan yang menarik (Richardson <i>et al</i> dalam Santoso dkk, 2016)

## F. Uji Kualitas Instrumen dan Data

### 1. Uji validitas.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah item dalam pertanyaan yang terdapat pada kuesioner valid atau tidak (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini alat digunakan adalah *confirmatory factor analysis* (CFA). Menggunakan *software* AMOS Versi 22.0. Data dapat dikatakan valid apabila mencapai nilai *factor loading* > 0,5.

### 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat uji instrumen untuk mengetahui tingkat konsistensi responden dalam hal menjawab pertanyaan dalam kuesioner (Ghozali, 2011). Untuk menguji reliabilitas data digunakan indikator berdasarkan rumus *Construct Reliability* (*c.r.*). Data dapat dikatakan reliabel jika nilai *c.r.* > 0,70.

$$CR = \frac{(\sum \text{Standardized Loading})^2}{(\sum \text{Standardized Loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Keterangan :

- a. *Standart loading* diperoleh dari *standardized loading* untuk tiap indikator dari hasil perhitungan AMOS 22.0
- b.  $\sum \epsilon_j$  adalah *measurement error* tiap indikator =  $1 - \text{standardized loading}^2$

### G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Ghozali (2011), *structural equation modelling* atau model persamaan struktural adalah teknik analisis multivariate yang digunakan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *nonrecursive* guna mendapatkan gambaran yang menyeluruh mengenai keseluruhan model.

Ada 7 langkah yang dilakukan untuk penggunaan alat analisis ini, yaitu :

#### 1) Pengembangan Model Teoritis

Langkah pertama dalam SEM yaitu melakukan pengidentifikasian secara teoritis terhadap permasalahan yang akan diteliti. Setelah judul penelitian dianalisis secara mendetail maka harus ada teori yang kuat untuk menghubungkan variabel-variabel yang akan dihipotesiskan. Hal ini dikarenakan SEM difungsikan untuk mengkonfirmasi apakah data berupa observasi sesuai dengan teori atau tidak.

2) Pengembangan Diagram Alur (*Path Diagram*)

Langkah yang kedua yaitu melakukan pengembangan rangka penelitian dengan menggambarkan diagram alur (*path diagram*).

3) Mengkonversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural dan Model Pengukuran

Langkah yang ketiga yaitu mengkonversikan atau diagram alur ke dalam persamaan, baik persamaan struktural maupun persamaan model pengukuran.

4) Memilih Jenis Matrik Input dan Estimasi Model yang Diusulkan

Jenis matrik input yang dimasukkan adalah data berupa matrik varian atau kovarian atau matrik korelasi. Secara otomatis data yang masih mentah akan diubah oleh program menjadi matriks kovarian atau matriks korelasi. Matriks kovarian mempunyai kelebihan dibandingkan dengan matriks korelasi dalam memberikan validitas perbandingan antara populasi yang berbeda atau sampel yang berbeda. Namun kekurangan yang dimiliki oleh matriks kovarian yaitu lebih rumit karena nilai koefisien harus diinterpretasikan atas dasar unit pengukuran konstruk.

5) Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

a) *Standard error* bernilai besar pada satu atau beberapa koefisien.

*Standard error* yang diharapkan adalah relatif kecil, yaitu di bawah 0,5 atau 0,4 tetapi nilai *standard error* tidak boleh negatif .

- b) Program tidak mampu menghasilkan matriks informasi yang seharusnya disajikan dikarenakan kemungkinan jumlah sampel yang terlalu sedikit atau literatur yang digunakan tidak konvergen.
- c) Munculnya angka-angka yang aneh seperti adanya *varians error* yang negatif. *Varians error* yang diharapkan adalah relatif kecil tetapi tidak boleh negatif. Jika nilainya negatif maka disebut *heywood case* dan model tidak boleh diinterpretasikan sehingga akan muncul pesan pada output berupa *this solution is not admissible*.
- d) Munculnya korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat (misal  $\geq 0,9$ ). Gangguan ini disebut singularitas dan menjadikan model tidak layak digunakan sebagai sarana untuk mengkonfirmasi suatu teori yang telah disusun.

6) Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit*

Uji Kesesuaian dan Uji Statistik. Ada beberapa uji kesesuaian statistik, berikut adalah beberapa kriteria yang lazim dipergunakan :

- a) *Likelihood ratio chi-square statistic* ( $\chi^2$ ). Nilai yang diharapkan adalah kecil, atau lebih kecil dari pada chi Square pada tabel. Pada menu CHINV, baris probabilitas diisi 0,05 dan *deg\_freedom* diisi jumlah observasi.
- b) Probabilitas diharapkan nilai probabilitas lebih dari 0,05 (5%)



- c) *Root Mean Square Error Approximation* (RMSEA). Dimunculkan dengan perintah `\rmsea`. Nilai yang diharapkan adalah kurang dari 0,08.
- d) *Goodness of Fit Index* (GFI). Dimunculkan dengan perintah `\gfi` dan nilai yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,9.
- e) *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI). Dimunculkan dengan perintah `\agfi` dan nilai yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,9.
- f) *The Minimum Sampel Discrepancy Function* atau *Degree of Freedom* (CMIN/DF). Dimunculkan dengan perintah `\cmin/df` dan nilai yang diharapkan adalah lebih kecil dari 2 atau 3.
- g) *Tucker Lewis Index* (TLI). Dimunculkan dengan perintah `\tli` dan nilai yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,95.
- h) *Comparative Fit Index* (CFI). Dimunculkan dengan perintah `\cfi` dan nilai yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,95.

Berikut ini adalah tabel Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit* :

**Tabel 3.2**  
**Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit***

<b>Jenis Ukuran</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Kategori</b>
<b><i>Absolut fit measure</i></b>	<i>Chi-square</i>	$\geq 0,05$
	<i>Goodness of fit index (GFI)</i>	$> 0,90$
	<i>Root mean square error of approximation (RMSEA)</i>	$< 0,08$
	<i>Root mean square residual (RMR)</i>	$< 0,05$
<b><i>Incremental fit measure</i></b>	<i>Adjusted goodness of fit index (AGFI)</i>	$> 0,90$
	<i>Tucker lewis index (TLI)</i>	$> 0,90$
	<i>Comparative fit index (CFI)</i>	$> 0,90$
	<i>Incremental fit index (IFI)</i>	$> 0,90$

<b>Jenis Ukuran</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Kategori</b>
	<i>Realiteve fit index (RFI)</i>	$\geq 0,95$
<b><i>Parsimonious fit measure</i></b>	<i>Parsimonious normed fit index (PNFI)</i>	Semakin besar, semakin baik
	<i>Parsimonious goodness of fit index (PGFI)</i>	Semakin besar, semakin baik
	<i>Akaike information criterion (AIC)</i>	Positif dan lebih kecil
	<i>Consistent akaike information criterion (CAIC)</i>	Positif dan lebih kecil

7) Menginterpretasikan Hasil Pengujian dan Modifikasi Model.

Peneliti dapat melakukan modifikasi model untuk memperbaiki model yang telah disusun. Tetapi, setiap perubahan model harus didukung oleh teori yang kuat. Tidak boleh ada modifikasi model tanpa ada dukungan teori yang kuat.