

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu permasalahan yang dijadikan topik penulisan dalam rangka menyusun laporan penelitian. Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah produk kosmetik Wardah.

Menurut Sekaran (2017) subjek merupakan satu anggota dari sampel, sebagaimana elemen merupakan satu anggota dari populasi. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan kosmetik Wardah yang berdomisili di Yogyakarta.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sekaran dan Bougie (2017) berpendapat bahwa data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti dengan cara melakukan pengamatan, wawancara, atau menyebar kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode yang bersifat kuantitatif.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan orang, kelompok, atau hal menarik yang ingin diteliti oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2017). Teknik pengambilan sampel merupakan proses dalam memilih sejumlah sampel dari populasi terhadap sampel dan pemahaman terhadap sifat atau karakteristiknya yang dapat membuat menggeneralisasikan sifat atau

karakteristik pada sebuah populasi (Sekaran dan Bougie, 2017). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan sampel menggunakan *purposive sampling*.

Sekaran dan Bougie (2017) beberapa desain *non probability sampling* lebih dapat diandalkan daripada desain lain dan memberikan beberapa petunjuk penting untuk informasi potensial yang berguna terkait dengan populasi. Pengambilan sampel dengan *purposive sampling* terbatas pada orang tertentu untuk memberikan informasi yang diinginkan, karena mereka merupakan pihak yang memiliki atau memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti (Sekaran dan Bougie, 2017). Dalam penelitian ini kriteria yang dipilih sebagai responden adalah pelanggan yang berusia di atas 17 tahun berdomisili di Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian kosmetik Wardah. Syarat dipilih usia di atas 17 tahun karena dianggap telah dewasa, dapat memahami, menilai dan merasakan kualitas sebuah produk yang telah digunakan.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan metode analisis yang digunakan dalam SEM. Ghozali (2017) berpendapat bahwa pengujian menggunakan metode analisis SEM, dalam menentukan sampel menggunakan teknik *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) sampel yang baik yaitu berkisar 100-200 sampel. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 170 responden. Jumlah tersebut telah memenuhi kriteria untuk menggunakan metode analisis SEM karena berada dalam rentang 100-200 sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang telah dirumuskan yang akan dijawab oleh responden. Kuesioner merupakan pengumpulan data yang efisien ketika studi bersifat deskriptif maupun eksplanatori. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner berbentuk *online* yaitu dengan *google form*.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sekaran dan Bougie (2017), skala likert adalah suatu skala yang digunakan untuk mengukur seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju pada pertanyaan yang diajukan. Indikator yang digunakan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrumen yang berupa pertanyaan. Variabel tersebut akan diukur dengan menggunakan skor 1 (sangat tidak setuju) sampai skor 5 (sangat setuju). Skor tersebut digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial. Penjelasan tentang penetapan skor adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) variabel merupakan apa pun yang dapat membedakan atau mengubah suatu nilai. Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yaitu variabel eksogen, variabel endogen dan variabel mediasi:

1. Variabel Independen

Pendapat Sekaran dan Bougie (2017) tentang variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang berpengaruh pada variabel terikat (variabel dependen) dapat secara positif atau negatif. Dalam penelitian ini variabel independen adalah citra merek, kualitas persepsian, persepsi harga.

2. Variabel Dependen

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel dependen untuk memahami dan mendeskripsikan variabel terikat atau menjelaskan variabelnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat adalah minat beli ulang.

3. Variabel Mediasi

Sekaran dan Bougie (2017) berpendapat bahwa variabel mediasi merupakan variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam

penelitian ini yang menjado variabel mediasi adalah kepuasan pelanggan.

Berikut ini adalah definisi variabel penelitian beserta indikator-indikator yang digunakan:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Indikator
1	Citra Merek	Merek merupakan tanda dari tingkat suatu kualitas sehingga pembeli yang merasa puas dapat memilih produk kembali. Kotler dan Keller (2016).	1. Kekuatan asosiasi merek. 2. Keunggulan asosiasi merek. 3. Keunikan asosiasi merek.	Kotler dan Keller (2009).
2.	Kualitas Persepsian	Kualitas persepsian merupakan informasi yang diterima pelanggan mengenai kualitas dari sebuah produk atau jasa yang berdasarkan kemampuannya untuk memberikan kepuasan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun tersirat. Kotler dan Keller (2016).	1. Daya tahan suatu produk. 2. Kemudahan Penggunaan. 3. Kesesuaian Produk. 4. Kelengkapan Produk.	Kotler dan Amstrong (2008).
3.	Persepsi Harga	Persepsi harga merupakan informasi harga dapat dipahami oleh konsumen dan dibuat bermakna bagi mereka. Peter dan Olson (2014).	1. Harga terjangkau. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas. 3. Kesesuaian manfaat yang akan diterima. 4. Perbandingan harga dengan para pesaing.	Peter dan Olson (2014).
4.	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang dapat dirasakan pelanggan dengan cara membandingkan persepsi dengan kinerja suatu produk atau jasa. Tjiptono (2014).	1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan. 2. Niat Pembelian Ulang. 3. Membagikan hal-hal yang baik tentang suatu produk kepada orang lain dan merekomendasikan.	Tjiptono (2014).

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber Indikator
5.	Minat Beli Ulang	Minat beli ulang merupakan kegiatan pembelian yang dilakukan oleh seseorang lebih dari satu kali atau beberapa kali. Peter dan Olson (2014).	1. Niat Transaksional. 2. Niat Referensial. 3. Niat Eksploratif	Ferdinand (2006)

F. Uji Kualitas Instrumen

Pengujian kualitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan dua instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu pertanyaan atau koesioner. Uji validitas menguji seberapa baik instrumen yang dikembangkan untuk mengukur suatu konsep tertentu yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dengan cara menghitung skor dari masing-masing pertanyaan dengan total skor. Dalam penelitian ini pengujian validitas menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Ghozali (2017), analisis faktor yang didesain untuk menguji suatu konstruk. Indikator dapat dikatakan valid apabila nilai dari *loading factor* $>0,5$ yang memperlihatkan dari masing-masing indikator.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tanpa terdapat kesalahan dan menjamin konsistensi pengukuran di sepanjang waktu serta

diberbagai poin pada suatu instrumen. Dengan kata lain, reliabilitas adalah suatu indikator stabilitas dan instrumen mengukur konsep serta menilai kesesuaian suatu ukuran. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Construct Reliability*. Apabila nilai $CR > 0,7$ maka nilai dikatakan reliabel. Tetapi apabila $CR < 0,7$ maka dinyatakan tidak reliabel.

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan proses mengolah data yang didapatkan dari hasil wawancara atau melalui metode lain sehingga dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan memilih data penting dan dipelajari untuk membuat kesimpulan dan diinformasikan kepada orang lain.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji apakah pertanyaan yang dibuat dari kerangka teoritis tetap benar ketika dihadapkan pada penyelidikan yang ketat. Untuk menguji hipotesis, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan oleh program AMOS. Menurut Ghazali (2017), *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah gabungan dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) yang dikembangkan dalam ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan yang dikembangkan di ekonometrika. Tahapan pemodelan dan analisis persamaan struktural menurut Hair et. al dalam Ghazali (2017) menjadi tujuh langkah:

1. Pengembangan Model Berdasar Teori

Model struktural berdasarkan hubungan kausalitas, perubahan satu variabel diasumsukan dapat berakibat terhadap variabel lain. Hubungan kausalitas berarti hubungan yang ketat yang ditemukan dalam proses fisik atau hubungan yang kurang ketat seperti alasan seseorang dalam membeli suatu produk.

2. Langkah 2 dan 3: Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Penyusunan hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan menyusun persamaan struktural. Yang perlu dilakukan adalah menghubungkan antar konstruk, endogen maupun eksogen dan menyusun *measurement model* dengan menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel indikator atau manifest.

3. Langkah 4: Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan

Dalam tahap ini data yang matrik varian atau kovarian atau matrik korelasi. Data mentah observasi individu dimasukkan ke dalam program AMOS, tetapi dalam program AMOS akan mengubah terlebih dahulu data mentah menjadi data matrik kovarian atau matrik korelasi.

4. Langkah 5: Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama proses estimasi berlangsung dengan program computer, sering mendapat hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningles* dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi merupakan ketidakmampuan proposed model untuk menghasilkan *unique estimate*. Untuk mengetahui terdapat atau tidaknya problem yaitu apakah ada nilai standar error yang besar untuk satu arah, ketidakmampuan program untuk *invert information matrix*, nilai estimasi tidak memungkinkan, nilai korelasi yang tinggi $>0,90$ antar koefisien estimasi.

5. Langkah 6: Menilai Kriteria Goodness-of-Fit

Dalam tahap ini kesesuaian model melalui telaah terhadap kesesuaian model terhadap kriteria *Goodness-of-Fit*, urutannya adalah:

1. *Absolute fit measure*
2. *Incremental fit measures*
3. *Parsimonious fit measures*

6. Langkah 7: Interpretasi dan Modifikasi Model

Apabila model telah dinyatakan diterima, peneliti dapat mempertimbangkan melakukan modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau goodness-of-fit. Model dapat diukur dengan modification indices. Nilai *modification*

indices sama dengan terjadinya penurunan Chi-quares apabila koefisien diestimasi. Nilai sama dengan atau >3.84 menunjukkan terjadi penurunan chi-squares secara signifikan.