

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti akan membahas metode dalam penelitian, seperti subjek penelitian, objek penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, identifikasi variabel, definisi operasional, pengujian kualitas instrumen, dan metode analisis data.

A. Objek dan Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Sekaran dan Bougie (2017) adalah satu anggota dari sampel, sebagaimana elemen satu anggota dari populasi. Objek dalam penelitian ini adalah produk *private label* Indogrosir Jogja. Sementara itu, subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Indogrosir Jogja.

B. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber pertama atau tangan pertama secara langsung yang nantinya akan digunakan untuk analisis data dalam rangka menjawab rumusan masalah yang diteliti (Sekaran dan Bougie, 2017). Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari responden penelitian yang digali melalui kuesioner penelitian, yang hasil jawaban tersebut merupakan data yang akan diolah dan dianalisis.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2015) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang tidak

semua dapat mewakili satu populasi yang lain. Apabila populasi terlalu besar kemungkinan peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti semua populasi tersebut karena beberapa faktor, diantaranya, keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Indogrosir Jogja.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, atau sejumlah anggota populasi yang dipilih untuk mewakili dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *accidental sampling* dan *purposive sampling*. *Accidental sampling* merupakan cara atau teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental ditemui peneliti pada saat penelitian dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015:85). *Purposive sampling* atau sampel bertujuan juga diterapkan bahwa responden atau sampel yang diambil adalah yang mengetahui bahwa merek *Lariss* adalah merek privat dari Indrogrosir Yogyakarta.

Besaran ukuran sampel memiliki peran penting dalam interpretasi hasil SEM. Menurut Ghozali (2017) penentuan ukuran sampel untuk SEM (*Structure Equation Modeling*) minimum diperlukan sampel 100. Penelitian ini menargetkan sampel berjumlah 150 responden. Kondisi ini sudah sesuai yang direkomendasikan oleh Ghozali (2017) bahwa ukuran sampel antara 100 sampai 200.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode survey dengan teknik pengumpulan data menggunakan alat angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis oleh peneliti yang berisi beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab (Sekaran dan Bougie, 2017). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan di Indogrosir Jogja dan kuesioner tersebut bersifat tertutup, di dalam kuesioner tersebut sudah diajukan beberapa pertanyaan beserta pilihan alternatif jawaban yang telah disusun sesuai keperluan yang ingin peneliti ketahui dari responden.

Dalam kuesioner tersebut menggunakan skala pengukuran Likert, untuk mengklasifikasi variabel-variabel yang akan diukur di dalam penelitian tersebut. Angka 1 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan sangat tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan, angka 2 responden yang memberikan tanggapan tidak setuju, angka 3 responden yang memberikan tanggapan netral, angka 4 responden yang memberikan tanggapan setuju dan 5 responden yang memberikan tanggapan sangat setuju terhadap pertanyaan yang diajukan.

Skala *Likert* merupakan skala yang biasa digunakan untuk pengukuran persepsi, sikap, pendapat individu atau kelompok orang terhadap fenomena sosial yang terjadi atau dialaminya. Fenomena sosial dalam penelitian pada

umumnya sudah ditentukan oleh peneliti dengan variabel penelitian (Sugiyono, 2015: 93).

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam suatu penelitian diartikan sebagai variabel yang merupakan obyek yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh informasi agar bisa ditarik kesimpulan.

Adapun variabel dalam penelitian ini antara lain:

1) Variabel Citra Toko

Citra toko menjadi sangat penting untuk dibentuk karena dapat membentuk persepsi pelanggan. *Store image* atau citra toko meliputi atribut karakteristik sebuah toko dan membuat konsumen merasa toko tersebut berbeda dengan toko lainnya (Yoo *et. al.*, 2005). Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah citra toko dalam penelitian Bao *et al.* (2011) dan Wijayanti dkk. (2013) , digunakan beberapa indikator yaitu:

- 1) Pandangan baik terhadap toko oleh konsumen
- 2) Peritel berkinerja tinggi
- 3) Peritel yang ideal untuk konsumen
- 4) Menyediakan layanan yang baik
- 5) Menawarkan produk yang berkualitas tinggi
- 6) Karyawan yang berkompeten
- 7) Memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi konsumen.

2) Variabel Variasi Kualitas

Variasi kualitas didapatkan ketika konsumen menggunakan dan membandingkan satu merek dengan merek lainnya. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah variasi kualitas dalam penelitian Wijayanti, dkk (2013) , digunakan beberapa indikator yaitu:

- 1) Pentingnya kualitas produk bagi konsumen
- 2) Kaitan merek dan kualitas
- 3) Kualitas produk *private label*
- 4) Perbedaan *private label* dengan merek lain.

3) Variabel *Product Signatureness*

Menurut Inman *et al.*, (2004) *product signatureness* merupakan tingkat dimana kategori produk dikaitkan atau dihubungkan dengan sebuah toko oleh benak konsumen. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah variasi kualitas dalam penelitian Wijayanti, dkk (2013) , digunakan beberapa indikator yaitu:

- 1) Harapan konsumen tentang nama toko dan produknya
- 2) Kesesuaian nama toko dan produk
- 3) Persepsi konsumen tentang kaitan nama toko dan produk

4) Variabel Kualitas yang Dipersepsikan.

Kualitas yang dipandang oleh konsumen akan berbeda dengan kualitas yang sesungguhnya karena penilainnya berdasarkan apa yang ditangkap di mata konsumen. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur

kualitas yang dipersepsikan dalam penelitian Wijayanti, dkk (2013) , digunakan beberapa indikator yaitu:

- 1) Persepsi tentang kualitas *store brands*
- 2) Peran kualitas terhadap sikap konsumen pada *store brands*
- 3) Kualitas produk *store brands* dapat dipercaya
- 4) Persepsi kualitas antara *store brands* dengan merek lain dan nilai merk *store brands*
- 5) Variabel Minat Pembelian.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat pembelian dalam penelitian Wijayanti, dkk (2013) , menggunakan 3 indikator yaitu antara lain:

1. Kemungkinan untuk membeli produk *store brands*
2. Keinginan dalam membeli produk *store brands*
3. Kesiediaan untuk membeli produk *store brands*

F. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam teknik analisis deskriptif tidak ada uji signifikansi, tidak ada taraf kesalahan, karena peneliti tidak bermaksud membuat generalisasi, sehingga tidak ada kesalahan generalisasi (Sugiyono, 2015). Secara ringkas akan disajikan hasil nilai nominal

hubungan korelasi dari motivasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan.

2. Analisis SEM-PLS

Untuk menguji hipotesis dan menghasilkan suatu model yang layak (fit), penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *variance based* atau *component based* dengan *Partial Least Square* (PLS). Bilamana model struktural yang akan dianalisis memenuhi model rekursif dan variabel laten memiliki indikator yang bersifat formatif, refleksif atau campuran, maka pendekatan yang paling tepat digunakan adalah PLS.

Di dalam PLS model struktural hubungan antar variabel laten disebut dengan *inner model*, sedangkan model pengukuran (bersifat refleksif atau formatif) disebut *outer model*. Disisi lain, di dalam SEM tidak dibedakan dengan tegas antar keduanya, namun demikian terdapat istilah *overall model* untuk model keseluruhan, yaitu gabungan antara model struktural hubungan antar variabel laten dan model pengukuran dengan CFA (*confirmatory factor analysis*).

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Hasil SEM-PLS

Uji validitas dalam model SEM menggunakan *loading factor* yaitu besar kecilnya hubungan atau korelasi yang terjadi antara indikator variabel dengan konstruk-konstruk latennya. Indikator dengan *loading factor* yang tinggi memiliki kontribusi yang lebih tinggi untuk menjelaskan konstruk latennya. Sebaliknya pada indikator dengan *loading*

factor rendah memiliki kontribusi yang lemah untuk menjelaskan konstruk latennya. Ukuran *loading factor* dapat diterima bermacam-macam batasnya, tetapi semakin tinggi semakin baik). Wijanto (2016) menyebutkan batas *loading factor* adalah $\geq 0,70$. Pada sebagian besar referensi *loading factor* adalah sebesar $\geq 0,50$ atau lebih dianggap memiliki validasi yang cukup kuat untuk menjelaskan konstruk laten (Hair *et al*, 2010; Ghozali, 2017). Walaupun terdapat referensi lainnya menjelaskan bahwa *loading factor* paling lemah yang bisa diterima adalah 0,40 (Sharma, 1996; Ferdinand, 2011).

Reliabilitas secara sederhana dapat dipahami sebagai konsistensi internal yang terjadi pada indikator-indikator dari konstruk variabel yang dapat menunjukkan tingkat seberapa baik masing-masing indikator tersebut dapat mengindikasikan sebuah konstruk/faktor laten yang ada. Dengan kata lain, bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu dalam menjelaskan sebuah fenomena yang umum. Sebelum reliabilitas dapat dinilai, dilakukan uji unidimensionalitas terhadap semua konstruk-konstruk multiindikator. Adapun pendekatan yang digunakan adalah dengan menilai besaran *Composite Reliability* dan *Variance Extracted* dari masing-masing konstruk (Ferdinand, 2011).

Composite Reliability (CR) diperoleh dengan rumus:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Std.Loading})^2}{(\sum \text{Std.Loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Variance Extracted (VE) diperoleh dengan rumus:

$$Variance\ Extracted = \frac{\sum Std.Loading^2}{n}$$

Dimana:

- *Std. Loading* diperoleh langsung dari *standardized loading* untuk tiap-tiap indikator (diambil dari perhitungan komputer).
- $\varepsilon\phi$ adalah *measurement error* dari tiap indikator.
- n = jumlah indikator dari variabel

b. Tahapan SEM

Menurut Ghozali (2017) metode pengujian hipotesis dan analisis data menggunakan SEM memerlukan 7 tahapan untuk sampai pada hasil yang diinginkan, yaitu:

1) Pengembangan Model secara Teoritis

Tahap pertama ini digunakan untuk mengembangkan model SEM dengan mencari atau membuat model baru yang memiliki justifikasi, karena SEM tidak dapat digunakan atau bekerja jika data yang digunakan tidak bersesuaian dengan teori empiris yang ada.

2) Menyusun Diagram Jalur

Tahap kedua yaitu menyusun diagram jalur sehingga dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu menggabungkan 2 model konstruk yang kemudian dihubungkan baik variabel endogen maupun eksogennya dengan memasukkan indikator untuk masing-masing variabelnya.

3) Mengubah Diagram Jalur menjadi Persamaan Struktural

Tahap ketiga yaitu mengubah diagram seperti yang digambarkan di atas menjadi persamaan struktural. Model persamaan struktural dapat dibuat dengan pedoman sebagai berikut:

$$V. \text{ endogen} = V. \text{ Eksogen} + V. \text{ Endogen} + \text{error}$$

4) Memilih Input untuk Dianalisis

Di dalam SEM input data akan berupa matriks kovarian bila tujuan dari analisis adalah pengujian suatu model yang telah memiliki justifikasi teori sehingga tidak akan dilakukan interpretasi terhadap besar atau kecilnya pengaruh kausalitasnya.

5) Menilai Model

Permasalahan yang sering muncul adalah ketika model struktural yang sudah dibangun terjadi *Unidentified* atau *Under Identified* yang mana proses SEM tidak akan mendapatkan suatu solusi dan jika hal itu terjadi maka model yang dibangun tidak bisa dipercaya.

6) Menilai Kriteria Goodness-of-Fit

Asumsi dalam SEM adalah asumsi yang berkaitan dengan dugaan parameter dan pengujian hipotesis. *Goodnes-of-fit* dapat dibagi menjadi 3 tingkatan, yaitu tingkatan pertama *absolut (absolute fit measure)*, tingkatan ke dua komparatif (*incremental fit measure*), dan tingkatan ketiga *parsimony (parsimonious fit measure)*. Uji Kesesuaian secara Statistik meliputi:

a) *Chi Square*.

Uji ini menjawab kesesuaian antara model dengan data penelitian.

b) Probabilitas significant

Nilai probabilitas Chi-squares harus besar dengan batas $p > 0,05$.

c) Normed χ^2

Normed χ^2 yaitu nilai chi-square disesuaikan dengan derajat kebebasan untuk menilai kecocokan model. Model dengan kecocokan yang memadai harus memiliki norma *chi-square* kurang dari 2.0 atau 3.0. Model yang pas harus menunjukkan *chi-normed square* lebih besar dari 1,00 tetapi kurang dari 2,00 (Hair, *et. al*, 2010).

d) *Goodness of Fit Indeks (GFI)*

Tingkat kesesuaian model secara keseluruhan dibandingkan data yang sebenarnya. $GFI > 0,90$ Model kesesuaian yang baik.

e) *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik chi square. Nilai RMSEA yang baik terletak pada nilai antara 0,05 sampai dengan 0,08 yang berarti model memiliki kesesuaian yang baik.

f) *Adjusted Goodness Fit of Index (AGFI)*

Nilai yang direkomendasikan adalah $AGFI > 0,90$.

g) *Tucker Lewis Index*

Nilai TLI untuk melihat permasalahan yang muncul yang diakibatkan oleh kompleksitas model, dengan batas Nilai TLI yang baik adalah $> 0,90$.

h) *Normed Fit Index (NFI)*

Mengukur perbandingan purposed model dengan null model. NFI > 0,90.

i) *Comparative Fit Index (CFI)*

CFI rentang 0 sampai 1 dan nilai yang mendekati 1 mengindikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik. Indeks yang direkomendasikan adalah CFI > 0,90.

Tabel 3.1
Tabel Goodness of Fit Index

Goodness of Fit Index	Cut off Value
Chi Square	Diharapkan kecil
Significant Probability	≥ 0.05
CMIN/DF (<i>Normed X²</i>)	≤ 2.00
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95
RMSEA	≤ 0.08
NFI	≥ 0.90

7) Interpretasi estimasi model

Pada tahap akhir ini selanjutnya adalah model yang sudah terbentuk diinterpretasikan dan dimodifikasi jika perlu khususnya bagi model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Setelah model diestimasi reresidual kovariannya haruslah kecil, yaitu mendekati nilai nol dan distribusi frekuensinya dari kovarians.

c. Langkah-langkah SEM- PLS

Langkah-langkah analisis PLS dalam penelitian ini difokuskan pada 4 langkah, yaitu:

1) Analisis *Outer* model atau measurement model

Terdapat tiga kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan PLS untuk menilai outer model yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*.

2) Analisis *Inner* model atau struktural model

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk variabel dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

3) Uji Kriteria *Goodness-of-Fit*

Analisis persamaan model struktural (SEM) atau *partial least structural* (PLS) perlu dilakukan uji kecocokan model. Menurut Wijanto (2016) terdapat beberapa ukuran model kecocokan, dimana penilaian kecocokan model dinilai berdasarkan berapa banyak ukuran model yang dapat dipenuhi nilai kecocokannya oleh model penelitian. Makin banyak nilai target kecocokan dari ukuran *Goodness of Fit* yang terpenuhi oleh model, maka model penelitian makin baik. Uji kecocokan model dalam penelitian ini menggunakan 9 ukuran kecocokan model yaitu *Chi Square*, *Probability*, *normed X2* (yang

didapat dari membagi *Chi-square* dengan df), GFI, AGFI, TLI, CFI, RMSEA, dan NFI.

4) Uji Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai pengaruh antara variabel-variabel penelitian..

Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah jika nilai probabilitas $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis ditolak artinya tidak ada pengaruh signifikan. (Ghozali, 2017; Ferdinand, 2011).