

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian. Jadi yang menjadi fokus peneliti untuk dijadikan objek dalam penelitian ini adalah variabel yang mencakup penelitian pada sepatu Converse di daerah Istimewa Yogyakarta

Sugiyono (2012) mendefinisikan “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulan”. Dalam penelitian ini yang menjadi subyek adalah masyarakat Yogyakarta yang menggunakan Sepatu Converse

B. Jenis Data

1. Data Primer

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, biasanya dilakukan dengan cara memberi kuisisioner kepada responden, wawancara, ataupun dengan cara observasi langsung ke lapangan. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga

dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarakan melalui internet Uma Sekaran (2011).

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*. Teknik pengambilan sampel nonprobabilitas memiliki ciri bahwa tidak diberikan kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *puposive sampling*. Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2011) *Purposive Sampling* adalah metode pengambilan sampel dari responden, peneliti mendapatkan informasi dari responden yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yaitu, Pengguna Sepatu Converse di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Karena itu penelitian memilih menggunakan teknik pengambilan sampel bertujuan (*puposive sampling*) dengan kriteria pengguna sepatu converse yang menggunakan di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kriteria orang yang sudah berumur 17 tahun dan sudah pernah membeli Sepatu Converse lebih dari satu kali, karena dinilai oleh peneliti sebagai orang yang pernah menggunakan sepatu converse dengan kriteria tersebut sudah layak sebagai responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Riduwan (2013), metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Selain teknik pengumpulan data yang harus tepat, alat pengumpulan data juga harus baik. Dengan demikian, data yang dikumpulkan bersifat baik dan benar. Teknik

pengumpulan data menggunakan kuesioner (daftar pernyataan atau pertanyaan) yang diberikan secara langsung untuk memperoleh data primer. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tulis pada responden untuk dijawab (sugiyono, 2011). Kuesioner mencakup lima variabel yang diteliti yaitu citra merek, kualitas produk, persepsi harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dan beberapa indikator dibelakang masing-masing variabel.

Sedangkan jumlah sampel penelitian ini merujuk pada pendapat Santoso (2012), besarnya sampel bila terlalu besar menyulitkan untuk mendapat model yang cocok, ukuran sampel yang digunakan antara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan SEM (*structural equation modeling*). Sehingga dalam penelitian ini peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 150 responden

Penelitian ini menggunakan variabel yang bersifat kuantitatif maka untuk mengukur variabel tersebut digunakan skala likert. Pernyataan yang terdapat didalam kuesioner dibuat menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat responden. Nilai untuk skala tersebut adalah:

- a. Sangat setuju : 5
- b. Setuju : 4
- c. Netral : 3
- d. Tidak setuju : 2
- e. Sangat tidak setuju : 1

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiono, 2014). Definisi operasional menjelaskan cara khusus yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan menggunakan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik. Penelitian ini menggunakan lima variabel, yaitu sebagai berikut:

- a) Citra Merek(*independent variabel*)
- b) Kualitas Produk(*independent variabel*)
- c) Kepuasan Pelanggan(*mediasi variabel*)
- d) Loyalitas Pelanggan(*dependent variabel*)

Tabel 3. 1
Definisi Oprasional dan Indikator Variabel

NO	VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR
1	Citra Merek (X ₁)	Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti dicerminkan oleh asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya. (Kotler dan Keller 2012)	Menurut Kotler dan Keller (2011) 1.Pengenalan (<i>Recognition</i>) 2.Reputasi (<i>Reputation</i>) 3.Daya Tarik (<i>Affinity</i>)
2	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk melaksanakan fungsinya	Menurut Kotler dan Keller (2011)

	(X ₂)	meliputi daya keandalan, ketepatan kemudan operasi dan perbaikan serta atribut lain. Kotler dan Amstrog(2011)	1.Kinerja (<i>Performance</i>) 2.Keandalan (<i>Reliability</i>)
3	Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan Pelanggan adalah tingkar perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, Jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, Sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Fandy Tjiptono (2012)	Menurut Kotler dan Keller (2011) 1.Perasaan senang 2.Perasaan puas 3.Pemenuhan Harapan
4	Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas adalah sesorang kunsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua dalam waktu tertentu. Griffin (2010)	Menurut Griffin (2010) : 1. Pembelian ulang (<i>Repurchase</i>) 2. Mereferensikan (<i>Referalls</i>) 3. Ketahanan (<i>Durability</i>)

F. Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen menjelaskan tentang uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah kuesioner.

Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk menjelaskan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

1. Uji Validitas

Dalam mendapatkan data yang valid dan reliabel perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas. Uji validitas digunakan dalam mengukur sah atau validnya apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2005). Uji validitas SEM dilakukan dengan metode *confirmatory factor anaylisis* (CFA) dengan program aplikasi AMOS. Suatu tes didapatkan valid jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakanya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakanya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah. Pada hal tersebut penelitian melihat *loading factor* pada variabel yang diteliti. Dengan memperhatikan masing-masing indikator $> 0,5$ maka masing-masing indikator dapat dikatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan handal atau dapat dipercaya jika jawaban seseorang dalam kuesioner atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur apabila dilihat dari stabilitas atau konsisten internal dari jawaban atau pertanyaan jika pengamatan dilakukan secara berulang. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Construct Reliability (CR)* > 0.7 (Ghozali, 2011)

G. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Structural Equation Modeling

Menurut Ghozali (2014) *Structural Equation Modeling (SEM)* merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor (*factor analysis*) yang dikembangkan di ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*) yang dikembangkan di ekonometrika. SEM dapat digunakan untuk menganalisis model penelitian yang memiliki beberapa variabel independen dan dependen serta variabel yang bersifat moderating dan intervening.

2. Teknik analisis SEM

Langkah-langkah dalam teknik SEM menurut Ghozali 2014 meliputi :

a. Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Pengembangan model yang terdiri dari beberapa variabel independen, variabel dependen dan variabel yang bersifat moderating dan intervening diukur dengan menggunakan indikator untuk menguji hubungan kausal antar variabel. Hubungan kausal adalah apabila terjadi perubahan nilai di dalam suatu variabel akan menghasilkan perubahan dalam variabel lain.

b. Langkah 2 : Menyusun Diagram Jalur

Dalam tahap ini dilakukan penyusunan model struktural yaitu menghubungkan antar variabel dan indikator yang telah dibangun dan divisualisasikan ke dalam gambar model penelitian.

c. Langkah 3 : Konversi diagram jalur kedalam model Struktural

Mengkonversikan diagram jalur yang telah dibuat kedalam model struktural.

d. Langkah 4 : Memilih Matriks Input

Jenis matrik input yang dimasukan adalah data input berupa matrik varian atau kovarian atau matrik korelasi. Data mentah observasi akan diubah secara otomatis oleh program menjadi matriks kovarian atau matriks korelasi

e. Langkah 5 : Memilih identifikasi Model

Selama estimasi berlangsung dengan program komputer sering didapat hasil etimasi yang tidak logis atau *meaningless* dan hal ini berkaitan dengan masalah indetifikasi model struktural. Probelm indetifikasi adalah ketidak mampuan proposed model untuk menghasilkan *unique estimasi*. Adapun cara mengetahui problem *error* yang besar untuk satu atau lebih koefisien, nilai estimasi yang tidak mungkin (contoh : *error variance* yang negative) dan adanya nilai korelasi yang tinggi antar koefisien estimasi.

f. Langkah 6 : Menilia kriteria *goodness of fit*

Asumsi dalam SEM, yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang juga berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis . Uji ini ada 3 ukuran, yang bersifat absolut (*absolute fit measurei*), komperatif (*incremental fit measure*) dan parsimony (*pariomonious fit measure*).

g. Langkah 7 : Interpretasi dan modifikasi penelitian

Model diinterpretasi dan dimodifikasi hasil estimasi residual kovarians kecil atau mendekati nol. Bila estimasi yang dihasilkan memiliki residual yang besar, dapat dilakukan modifikasi terhadap model yang dikemabangkan.