

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) objek penelitian adalah variabel penelitian yang merupakan inti dari problematika penelitian. Dalam penelitian ini kosmetik merek Emina sebagai objek penelitian. Subjek penelitian menurut Sekaran dan Bougie (2017) ialah suatu anggota dari sampel, sebagaimana elemen adalah satu anggota dari populasi. Subjek dalam penelitian yaitu mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pelanggan kosmetik merek Emina.

B. Jenis Data Penelitian

Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu data primer. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti mengenai variabel untuk tujuan tertentu studi.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis adalah metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) *Non-Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode yang terbatas pada tipe-tipe orang yang dapat memberikan informasi yang diperlukan, hal tersebut dapat dikarenakan hanya tipe orang tertentu yang memiliki informasi atau tipe orang yang cocok terhadap kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel hanya terbatas pada orang tertentu yang dapat memberikan

informasi yang diinginkan (Sekaran dan Bougie, 2017). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel penelitian.

Karena penelitian ini menggunakan *purposive sampling* maka ada beberapa kriteria khusus untuk menjadi sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini khusus dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pelanggan kosmetik merek Emina minimal melakukan pembelian sebanyak dua kali dalam dua tahun terakhir. Dalam penelitian ini memiliki 19 indikator. Pada penelitian ini memerlukan minimal sampel sebanyak $19 \times 6 = 114$, jumlah ini didapat dari teori (Ferdinand, 2014) analisis SEM membutuhkan sampel paling sedikit lima sampai sepuluh kali jumlah variabel parameter yang akan dianalisis.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) teknik pengumpulan merupakan bagian integral dari desain penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara menyebar kuesioner secara online menggunakan *Google Form*. Kelebihan menggunakan kuesioner adalah bahwa peneliti dapat mengumpulkan semua respon lengkap dalam periode waktu yang singkat (Sekaran dan Bougie, 2017) dan kekurangan dari kuesioner yang diberikan secara langsung adalah bahwa peneliti dapat menyampaikan bias dengan menjelaskan pertanyaan secara berbeda kepada orang yang berbeda (Sekaran dan Bougie, 2017). Dalam penentuan jawaban responden penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah suatu

skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek menyetujui suatu pertanyaan pada skala lima poin titik panduan (Sekaran dan Bougie, 2017).

Contoh sebagai berikut :

- a) Skala dengan poin satu artinya, sangat tidak setuju
- b) Skala dengan poin dua artinya, tidak setuju
- c) Skala dengan poin tiga artinya, netral
- d) Skala dengan poin empat artinya, setuju
- e) Skala dengan poin lima artinya, sangat setuju

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

a) Variabel penelitian

Menurut (Sekaran dan Bougie, 2017) variabel adalah atribut-atribut penelitian yang akan diuji oleh peneliti. Dalam penelitian memiliki dua variabel yaitu variabel eksogen dan variabel endogen.

- 1) Variabel eksogen adalah variabel yang tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model. Disebut juga dengan variabel independen (Sekaran dan Bougie, 2017). Yang menjadi variabel eksogen pada penelitian ini yaitu kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga.
- 2) Variabel endogen adalah variabel yang diprediksi oleh satu atau lebih variabel lain. Disebut juga variabel dependen (Sekaran dan Bougie, 2017). Kepercayaan Merek dan

Keputusan pembelian dalam penelitian sebagai variabel endogen.

b) Definisi Operasional Variabel Penelitian

Untuk memberikan gambaran dan pemahaman yang lebih baik, maka berikut ini akan disampaikan beberapa definisi operasional dari masing-masing variabel yang berkaitan dan akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk (X1)	Kotler dan Keller (2014) Kualitas produk yaitu kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai, atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tahan produk 2. Penampilan kemasan produk 3. Tekstur bahan produk 4. Manfaat produk 5. Fitur produk (Zulvia dan Rachmi, 2018). 	1-5
2	Citra Merek (X2)	Menurut Kotler dan Keller (2014) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan dalam asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan sudah dikenal 2. Logo perusahaan mudah diingat 3. Reputasi perusahaan sudah dikenal (Novertiza dan Khasanah, 2016). 	1-5
3	Persepsi Harga (X3)	Menurut Shiffman dan Kanuk (2011) persepsi yaitu suatu proses seorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menterjemahkan stimulus informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh, persepsi harga adalah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah, dan adil.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga, 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga (Novertiza dan Khasanah, 2016). 	1-5
4	Kepercayaan Merek (Y1)	Menurut Tjiptono (2014) kepercayaan merek yaitu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek berkeaitas, 2. Bergaransi 	1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		sebagai keinginan pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif.	3. Merek sangat dikenal (Citra dan Santoso, 2016).	
5	Keputusan Pembelian (Y2)	Keputusan pembelian yaitu proses integrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua tau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Peter & Olson, 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan Produk 2. Pemilahan Merek 3. Pemilihan Penyalur 4. Pemilihan Waktu 5. Pemilihan Metode Pembayaran (Kotler dan Keller, 2014)	1-5

F. Uji Kualitas Instrumen

a) Uji Validitas

Menurut Ghozali (2017) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2017). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Analisis konfirmatori ingin munguji apakah indikator-indikator tersebut merupakan indikator yang valid sebagai pengukur konstruk laten (Ghozali, 2017). Validitas suatu data diukur dengan membandingkan r hitung (*correlation item total correlation*) dengan r tabel dengan ketentuan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel.

Kriteria untuk penilaian uji validitas jika r hitung dan gt r tabel, dan nilai positif maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid dan sebaliknya jika r hitung dan gt r tabel, dan nilai negatif maka pernyataan tersebut tidak valid. Uji validitas SEM diketahui melalui *Estimate*, indikator valid jika nilai *estimate* 0,05 atau lebih idealnya harus 0,07. (Ghozali, 2017).

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi kuesioner dalam mengukur suatu konstruk yang sama atau stabilitas kuesioner jika digunakan dari waktu ke waktu. Menurut Ghozali (2017) suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu alat ukur atau instrumen dikatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila instrumen tersebut selalu memberikan hasil yang sama meskipun digunakan berkali-kali, baik oleh peneliti yang sama maupun oleh peneliti yang berbeda.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja yaitu melakukan hanya sekali pengukuran dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cunstruct Reliability* $> 0,70$ (Ghozali, 2017).

G. Metode Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, dan minimum. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini agar mudah untuk dipahami. Pengujian statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai rata-rata dari masing-masing indikator pada setiap variabel yang diujikan dalam penelitian. Karakteristik responden disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan jawaban responden atas indikator disajikan dalam nilai rata-rata sumbernya (Ghozali, 2018).

b. Pengujian Hipotesis

SEM merupakan sebuah evolusi dari model persamaan berganda yang dikembangkan dari prinsip ekonometri dan digabungkan dengan prinsip pengaturan dari psikologi dan sosiologi, SEM telah muncul sebagai bagian integral dari penelitian manajerial akademik. (Ghozali, 2017), tahap analisis SEM selanjutnya adalah melakukan estimasi model struktural.

1) Uji Asumsi SEM

Uji asumsi SEM dalam suatu penelitian dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah data penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat untuk dilakukannya analisis terhadap konstruk

dengan menggunakan SEM (Ghozali, 2017). Adapun persyaratan yang harus dipenuhi untuk dapat diolah dengan menggunakan *structural equation modeling*, sebagai berikut:

a) Uji Sampel

Penelitian yang menggunakan analisis SEM harus memiliki jumlah sampel sebesar 100-200 sampel, atau dengan jumlah indikator yang telah terestimasi sebanyak 5-10 kali jumlah indikator yang digunakan (Ferdinand, 2014).

b) Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji ini perlu dilakukan baik normalitas untuk data tunggal (*univariate*) maupun normalitas seluruh data (*multivariate*). Uji normalitas dilakukan dengan membandingkan nilai CR (*critical ratio*) pada *assessment of normality* dengan nilai kritis ± 2.58 pada level 0.01. Jika nilai CR yang lebih besar dari nilai kritis maka distribusi data tersebut tidak normal

c) Outliers

Uji *outliers univariate* dilakukan dengan melihat nilai ambang batas dari *z-score* itu berada pada rentang 3 – 4 (Ghozali, 2018). Untuk menentukan nilai *outliers*

menggunakan program excel, pilih *insert-function wizard*, kemudian CHIINV masukkan $p = 0.001$ dan df jumlah variabel terukur. Hasil yang diperoleh merupakan batas *outliers*, sehingga yang melebihi hasil tersebut harus dihapus.

2) Teknik analisis data menggunakan tahapan pemodelan persamaan struktural yang dibagi menjadi 7 langkah (Ghozali 2017), yaitu:

(a) Pengembangan model secara teoritis

Pengembangan model dalam SEM, adalah pencarian atau pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat. Dengan perkataan lain, tanpa dasar teoritis yang kuat, SEM tidak dapat digunakan. Hal ini disebabkan karena SEM tidak digunakan untuk menghasilkan sebuah model, melainkan digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik.

(b) Menyusun diagram jalur (*path diagram*)

Dalam menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen dan menyusun *measurement model* yaitu menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel indikator *manifest*. Ketika *measurement model* telah terspesifikasi, maka peneliti harus

menentukan reliabilitas dari indikator. Reliabilitas indikator dapat dilakukan dua cara diestimasi secara empiris atau dispesifikasi.

(c) Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural

Langkah selanjutnya mengkonversi spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan. Persamaan yang dibangun akan terdiri dari persamaan struktural (*structural equations*) dan persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*). Persamaan struktural dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk. Sedangkan dalam persamaan spesifikasi model pengukuran ditentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan matrik yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk.

(d) Input matriks dan estimasi Model

SEM hanya menggunakan matrik varian/kovarian atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matrik korelasi mempunyai rentang yang sudah umum dan tertentu yaitu 0 sampai dengan ± 1 dan karena itu memungkinkan untuk melakukan perbandingan yang langsung antara koefisien dalam model. Matrik kovarian umumnya lebih banyak digunakan dalam

penelitian mengenai hubungan, sebab *standard error* yang dilaporkan dari berbagai penelitian umumnya menunjukkan angka yang kurang akurat bila matrik korelasi digunakan sebagai input. Pada penelitian ini pengolahan dilakukan dengan bantuan program komputer yaitu AMOS dengan teknik analisis yang dipilih adalah *Maximum Likelihood Estimation*.

(e) Menilai identifikasi model

Selama proses estimasi berlangsung sering terjadi estimasi yang tidak logis atau *meaningless* hal ini berkaitan dengan masalah model struktural. Identifikasi masalah adalah ketidak mampuan proporsi model untuk menghasilkan *unique estimate*. Untuk mengatasi identifikasi masalah maka dapat dilakukan dengan menetapkan lebih banyak konstrain dalam model.

(f) Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit*

Menilai kelayakan model adalah menilai apakah data yang di olah memenuhi asumsi model struktural, melihat ada tidaknya *offending estimate* dan menilai *overall* model fit dengan berbagai kriteria yang ada. Berikut ini merupakan kriteria pengujian ketepatan model menggunakan *Goodness-of-Fit*.

1. RMSEA

RMSEA kepanjangan dari *root mean square error of approximation* yang merupakan ukuran untuk mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *chi-square* dimana menolak model dengan sampel yang besar. Menurut Ghozali (2017) nilai RMSEA yang direkomendasikan untuk dapat diterima antara 0.05 sampai 0.08.

2. GFI

GFI kepanjangan dari *goodness of fit index* yang merupakan ukuran non-statistik. Menurut Ghozali (2017) nilai GFI yang di rekomendasikan adalah nilai yang tinggi dengan batasan minimal 90% atau 0.90.

3. AGFI

AGFI kepanjangan dari *goodness-of-fit*, AGFI merupakan pengembangan dari GFI yang kemudian disesuaikan dengan *ratio degree of freedom* untuk *proposed model* dan *degree of freedom* untuk *null model*. Menurut Ghozali (2017) menyatakan bahwa nilai yang direkomendasikan > 0.90 .

4. CMIN/DF

CMIN/DF adalah nilai *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom* untuk nilai ukuran *fit* yang dapat diterima yaitu < 2 menurut (Ghozali, 2017).

5. TLI

TLI adalah kepanjangan dari *tucker-lewis-index* atau yang biasa kenal dengan *non normed fit index* (NNFI), ukuran ini menggabungkan *parsimony* kedalam *index* komparasi *proposed model* dan *null model*. Menurut Ghozali (2017) merekomendasikan nilai TLI adalah > 0.90 .

6. CFI

CFI adalah kepanjangan dari *comparative fit index*, ukuran ini digunakan untuk mengukur tingkat *fit* suatu model dengan tidak terpengaruh besaran sampel dan nilai yang direkomendasikan sehingga model dikatakan *fit* adalah > 0.90 menurut (Ghozali, 2017).

Tabel 3.2
Uji Goodness of fit

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-off value</i>
<i>Significant probability</i>	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≤ 2.0

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-off value</i>
TLI	≥ 0.90
CFI	≥ 0.90

Sumber: (Ghozali, 2017)

7. Modifikasi dan interpretasi terhadap model

Langkah terakhir adalah menginterpretasikan model dan memodifikasikan model bagi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Ketika model dinyatakan diterima, maka peneliti dapat mempertimbangkan dilakukannya modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness of fit*. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut diestimasi dengan data terpisah sebelum model modifikasi diterima.

Interpretasi dari hasil yang didapat berupa penerimaan semua hipotesis diterima apabila nilai β dan $gt; 0$, dimana β merupakan nilai parameter *estimate* serta nilai P dan $lt; 0,1$. Kedua syarat ini dapat dilihat pada tabel *Regression Weights* dalam Amos *Text Output*. Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan kriteria *critical ratio* lebih dari 1,96 pada taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05 (Ghozali, 2017).