

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek

Subjek penelitian menurut Sekaran & Bougie (2017) ialah suatu anggota dari sampel, sebagaimana elemen adalah satu anggota dari populasi. Subjek yang akan diteliti oleh peneliti yaitu konsumen yang pernah melakukan kegiatan berbelanja melalui situs zalora.co.id. Menurut Arikunto (2016) objek penelitian adalah variabel penelitian yang merupakan inti dari problematika penelitian. Objek penelitian yang digunakan adalah situs Zalora.co.id.

B. Jenis Data

Menurut Sekaran & Bougie (2017) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti mengenai variabel untuk tujuan tertentu studi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yaitu data primer. Data primer yaitu data yang dapat diambil secara langsung berdasarkan jawaban responden terhadap kuesioner dari suatu objek penelitian.

C. Sampel penelitian dan Teknik pengambilan sampel

Menurut Uma Sekaran (2011) sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel dari penelitian ini yaitu konsumen zalora yang pernah melakukan pembelian melalui situs zalora.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik sampling dimana setiap responden yang telah memenuhi kriteria populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih dijadikan sampel penelitian Sekaran dan

Bougie (2013). Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan tujuan tertentu Sekaran dan Bougie, (2013).

Karena penelitian ini menggunakan *purposive sampling* maka ada beberapa kriteria khusus untuk menjadi sample. Dalam penelitian ini terdapat beberapa kriteria yaitu sebagai berikut:

1. Konsumen yang pernah melakukan pembelanjaan di situs zalora. Melakukan pembelanjaan minimal sebanyak satu kali.
2. Pada penelitian ini responden minimal berusia 17 tahun karena pada usia itu seseorang dianggap dewasa sehingga memiliki tanggung jawab terhadap dirinya dan dianggap dapat mengambil keputusan.

Menurut Ferdinand (2014) dalam analisis SEM jumlah sampel yang baik dibutuhkan sampel berkisar antar 100-200 responden. Pada penelitian ini mengambil jumlah sampel setengah dari yang sudah ditentukan Ferdinand sebanyak 150 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran & Bougie (2017) teknik pengumpulan data merupakan bagian integral dari desain penelitian untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan Data menggunakan alternative utama yaitu kuesioner dengan teknik penyebaran menggunakan Google Form. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini berupa data primer yang diambil dari hasil kuesioner mengenai beberapa pernyataan yang diberikan kepada responden. Kelebihan menggunakan

kuesioner adalah bahwa peneliti dapat mengumpulkan semua respon secara lengkap dalam periode waktu yang singkat Sekaran & Bougie (2017) sedangkan kekurangan dari kuesioner yang diberikan secara langsung adalah bahwa peneliti dapat menyampaikan bias dengan menjelaskan pertanyaan secara berbeda kepada orang yang berbeda Sekaran & Bougie (2017). Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah suatu skala yang dirancang untuk menelaah seberapa kuat subjek menyetujui suatu pertanyaan pada skala lima poin titik panduan Sekaran & Bougie (2017). Untuk analisis data kuantitatif, jawaban responden akan diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 2
Skala Likert

Jawaban Responden	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang dapat menerima sembarang nilai Sekaran dan Bougie (2013). Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yaitu :

a. Variabel penelitian

Menurut Sekaran (2014) variabel adalah atribut-atribut penelitian yang akan diuji oleh peneliti. Dalam penelitian memiliki tiga variabel yaitu variabel bebas, variabel terikat, dan variabel moderator.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat, baik secara positif atau negatif Sekaran & Bougie (2017).
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang menjadi perhatian peneliti Sekaran & Bougie (2017). Variabel terikat merupakan variabel utama yang sesuai dalam investigasi Sekaran & Bougie (2017).

Tabel 3

Definisi Operasional Variabel

NO	Nama Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1	Kualitas Layanan	Kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. penemuan website yang mudah, 2. pemenuhan hal yang dijanjikan oleh perusahaan, 3. pemenuhan ekspektasi konsumen atas apa yang dijanjikan, 4. penjaminan kerahasiaan data konsumen, 5. tanggapan atas permintaan dari konsumen, 	Zeithaml et al (2013)

NO	Nama Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
			<ol style="list-style-type: none"> 6. penjaminan pengembalian barang, 7. kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan. 	
2	Citra Merek	<p>citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan dalam asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. perusahaan sudah dikenal, 2. logo perusahaan mudah diingat 3. Reputasi perusahaan sudah dikenal 	Novertiza & Khasanah, (2016).
3	Persepsi Harga	<p>persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah, dan adil.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potongan harga 2. Variasi harga 3. Daya saing harga 	Adyanto & Santosa (2018)
4	Kepercayaan Merek	<p>brand trust adalah merek yang berhasil menciptakan brand experience yang berkesan dalam diri konsumen yang berkelanjutan dalam jangka panjang, berdasarkan integritas, kejujuran, dan kesantunan brand.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek berkeaitas 2. Bergaransi 3. Merek sangat dikenal 	Citra & Santoso, (2016).

NO	Nama Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
5	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tidak hanya menyangkut keputusan untuk membeli atau mengkonsumsi produk saja, tetapi juga untuk menyimpan dan memiliki produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Pengetahuan tentang produk. 2. Tingkat keinginan untuk membeli produk. 3. Keyakinan terhadap produk. 4. Produk menjadi pilihan utama (Prioritas). 	Yolanda (2016))

F. Uji Kualitas Instrumen

Untuk menguji kualitas instrumen dalam penelitian ini dapat diuji dan dievaluasi melalui 2 uji yaitu (Sekaran dan Bougie, 2013):

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (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.

Dalam penelitian ini menggunakan alat *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Menurut Ghazali (2017) apabila nilai signifikan lebih dari $> 0,05$ maka dapat dikatakan valid akan tetapi jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hasilnya dinyatakan tidak valid.

2. 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) pengujian reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Construct Reliability* (CR). Jika nilai *Construct Reliability* $>0,70$ dapat dikatakan reliabel, akan tetapi jika nilai *Construct Reliability* $< 0,70$ maka hasilnya tidak reliabel.

G. Metode Analisis Data

1. 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. Statistik deskriptif adalah statistik yang 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. 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.

2. Pengujian Hipotesis

SEM merupakan teknik statistik multivariat yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi). SEM bertujuan untuk menguji hubungan-hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model Santoso (2011). Isi dari SEM tentu saja menyangkut variabel-variabel, baik itu variabel laten maupun variabel manifes. Variabel laten atau konstruk merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Variabel laten ini hanya dapat diukur dengan sejumlah variabel manifes (indikator) dan hubungan antara variabel laten dan variabel manifes tersebut. Antar variabel laten memunculkan sebuah model yang membutuhkan alat analisis lanjutan untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, Structural Equation Modeling (SEM) dibutuhkan sebagai alat analisis multivariat teori riset perilaku yang bersifat rangkaian berjenjang dan dimensional. Pengujian hipotesis pada penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) melalui program AMOS. Langkah-langkah dalam menggunakan *Structural Equation Modeling* adalah:

a. **Pengembangan model berdasar teori**

Model persamaan struktural didasar pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas antar dua variabel yang diasumsikan oleh peneliti bukan terletak

pada metode analisis yang dia pilih, tetapi terletak pada justifikasi (pembenaran) secara teoritis untuk mendukung analisis. Jadi jelas bahwa hubungan antar variabel dalam model merupakan deduksi dari teori.

b. **Menyusun diagram Jalur**

Pada langkah selanjutnya yaitu menggambarkan kerangka penelitian dalam sebuah diagram jalur atau sering disebut *path diagram*.

c. **Mengkonversi diagram jalur ke dalam persamaan struktural dan model pengukuran**

Ada dua hal yang perlu dilakukan yaitu menyusun model struktural yang menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen dan menyusun *measurement model* yaitu menghubungkan konstruk laten endogen maupun eksogen dengan variabel indikator atau manifest.

d. **Memilih jenis input matrik dan estimasi model yang diusulkan**

Model persamaan struktural berbeda dari teknik analisis multivariate lainnya, SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian/kovarian atau matrik korelasi. Data mentah observasi individu dapat dimasukkan dalam program AMOS, tetapi program AMOS akan merubah dahulu data mentah menjadi matrik kovarian atau matrik korelasi. Analisis

terhadap data outlier harus dilakukan sebelum matrik kovarian atau korelasi dihitung.

e. **Menilai identifikasi masalah model struktural**

Selama proses estimasi berlangsung dengan program komputer, sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningless* dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi masalah adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi:

- 1) Adanya nilai standar *error* yang besar untuk satu atau lebih koefisien. Standar *error* yang diharapkan adalah relatif kecil.
- 2) Program tidak mampu menghasilkan matriks informasi yang seharusnya akan disajikan. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, contohnya sampel terlalu sedikit.
- 3) Nilai estimasi yang tidak mungkin misalkan *error variance* yang negatif.
- 4) Munculnya nilai korelasi sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat (misal $>0,9$). Hal ini dapat menjadikan model tidak layak digunakan sebagai sarana untuk mengkonfirmasi suatu teori yang telah disusun.

f. **Menilai kriteria *Goodness-of-Fit***

Pada langkah ini kesesuaian model akan dievaluasi, melalui telaah terhadap berbagai kriteria *Goodness-of-Fit*. Dalam hal ini

tindakan yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi SEM. Jika asumsi telah terpenuhi, maka model dapat diuji. Masing-masing dari *Goodness-of-Fit* dijelaskan dalam uraian berikut:

1) *Chi-Square Statistic*

Uji ini merupakan alat yang paling fundamental untuk mengukur *overall fit*. Nilai *Chi-square* yang tinggi relative terhadap *degree of freedom* menunjukkan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata dan ini menghasilkan probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi. Sebaliknya nilai *Chi-square* yang kecil dan menghasilkan nilai probabilitas yang lebih besar dari tingkat signifikansi dan ini menunjukkan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan. Dalam hal ini peneliti harus mencari nilai *Chi-square* yang tidak signifikan karena mengharapkan bahwa model yang diusulkan cocok atau fit dengan data observasi.

2) **RMSEA**

Root mean square error of approximation (RMSEA) merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *Chi-square* menolak model

dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0,05 sampai 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima. Hasil uji RMSEA cocok untuk menguji model *confirmation* atau *competing model strategy* dengan jumlah sampel besar.

3) **GFI**

GFI (*goodness of fit index*) yaitu ukuran non-statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*) Ghazali (2011) . Nilai GFI tinggi menunjukkan fit yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya, tetapi banyak peneliti menganjurkan nilai di atas 90% sebagai ukuran good fit.

4) **AGFI**

Adjusted good ness-of-fit merupakan pengembangan dari GFI yang di sesuaikan dengan ratio *degree of freedom* yang tersedia untuk menguji diterima atau tidaknya model. AGFI Nila yang direkomendasikan adalah sama atau $> 0,90$ dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik.

5) **CMIN/DF**

Adalah nilai *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom*, yang umumnya dilaporkan oleh peneliti

sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit suatu model. Jika *chi-square* relatif $< 2,0$ adalah indikasi *fit*.

6) **TLI**

Trucker-Lewis Index atau dikenal dengan *nonnormed fit index* (NNFI). Ukuran ini menggabungkan ukuran *parsimony* ke dalam indek komparasi antara *proposed model* dan null model dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1,0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau $> 0,90$.

7) **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).

g. Interpretasi dan Modifikasi Penelitian

Ketika model sudah diterima, maka dapat mempertimbangkan modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness of fit*. Pengukuran model dapat dilakukan dengan *modification indices*. Nilai modification indices sama dengan terjadinya penurunan *chi squares* jika koefisien diestimasi.