

BAB III

METODE PENELITIAN

A. OBYEK DAN SUBYEK PENELITIAN

Obyek dari penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di wilayah kota Yogyakarta. Sedangkan subyek penelitian ini adalah pria maupun wanita yang menggunakan merek *handphone* Nokia yang berumur 14 ke atas (diasumsikan sudah mempunyai persepsi terhadap produk *handphone*).

B. JENIS DATA

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Kountur (2007), data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya. Data ini diperoleh secara langsung dari subyek penelitian yang merupakan jawaban dari kuesioner penelitian.

C. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability* sampling khususnya teknik *purposive sampling*, yaitu suatu teknik pengambilan sample dimana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang sama untuk menjadi sampel, hanya elemen yang memenuhi kriteria saja yang akan menjadi sampel penelitian. (Cooper dan Emory, 1995). Peneliti menggunakan teknik ini karena dapat dengan mudah menentukan responden yang sesuai dengan kriteria. Kriteria itu adalah konsumen produk

handphone nokia yang telah memakai atau 2 kali ganti *handphone* dengan merek yang sama yang berumur 14 ke atas(diasumsikan sudah mempunyai persepsi terhadap produk *Handphone*).

Ada beberapa pedoman yang dianjurkan untuk menentukan banyaknya jumlah sampel penelitian, salah satu dari pedoman untuk menentukan banyaknya jumlah sampel yaitu 5% dari jumlah populasinya atau untuk studi korelasional dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada tidaknya hubungan, namun semakin banyak jumlah populasi maka sampel yang diambil juga semakin banyak, sehingga dalam penelitian ini diambil 180 responden sebagai sampel (Rahmawati., dkk 2007).

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik survei. Teknik survei merupakan metode pengumpulan data primer dengan memberikan kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. (Jogiyanto,2004). Kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian diseleksi terlebih dahulu untuk mendapatkan kuesioner yang terisi secara lengkap dan memenuhi kriteria yang dikehendaki oleh peneliti.

E. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN

1. Definisi Variabel Penelitian

Secara garis besar,variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kepuasan pada merek

Kepuasan pada merek merupakan persepsi konsumen tentang hasil dari evaluasi subyektif (Setyawan, A. 2008). Kepuasan pada merek dalam penelitian ini berkaitan dengan 5 atribut kepuasan terhadap merek yang diadopsi dari teori Dutka (1994:41) dalam Hatane *et al.* (2005) yakni produk, feature, kemudahan, fasilitas dan teknologi merek *handphone* Nokia apakah sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen.

b. Keterlibatan konsumen

Keterlibatan konsumen dalam Basuki *et al* (2007) merupakan jumlah waktu dan upaya yang diperlukan oleh seorang konsumen dalam mencari, mengevaluasi dan memproses keputusan pembelian. Keterlibatan dalam penelitian ini diadopsi dari teori Dharmmesta (1999) dalam Basuki *et al* (2007) yang berkaitan dengan pengalaman, minat pembeli dan keputusan untuk membeli merek *Handphone* Nokia. Dalam penelitian ini tidak membahas secara detail mengenai dimensi keterlibatan.

c. Kepercayaan pada merek

Berdasarkan definisi dan teori kepercayaan (Ferrinadewi, 2005), maka dapat dikatakan bahwa kepercayaan bukanlah suatu kondisi yang terjadi secara tiba-tiba melainkan melalui suatu proses dalam bentuk pengalaman konsumen dengan merek atau hasil dari interaksi antara konsumen dan merek. Pengukuran kepercayaan pada merek dalam penelitian ini diadopsi dari Setyawan, A. (2008) yakni kepercayaan merupakan pengalaman dan persepsi konsumen apakah sebuah

merek dapat diandalkan kinerja dan kualitasnya dan apakah mereka bersedia berharap dari kinerja merek *handphone* Nokia.

d. Loyalitas terhadap merek

Loyalitas merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi konsumen, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu (Samuel, 2005). Dalam penelitian ini pengukuran loyalitas terhadap merek diadopsi dari teori Setyawan, A. (2008) yakni loyalitas merupakan perilaku niat untuk membeli sebuah produk dan mendorong orang lain untuk melakukan hal yang sama.

2. Skala Pengukuran

Alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner yang berisi pertanyaan-pernyataan tentang kepuasan, keterlibatan, kepercayaan dan loyalitas konsumen loyalitas pada merek *handphone* nokia dengan menggunakan skala Likert 1-5, pengukuran variabel-variabel tersebut mengadopsi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setyawan, A. (2008), dengan keterangan sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|-----|
| 1) Sangat tidak setuju | = 1 |
| 2) Tidak setuju | = 2 |
| 3) Netral | = 3 |
| 4) Setuju | = 4 |
| 5) Sangat setuju | = 5 |

F. UJI KUALITAS DATA

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasarnya. Validitas juga berhubungan dengan tujuan dari pengukuran. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar (Jogiyanto, 2004). Validitas juga dapat dikatakan sebagai alat ukur yang menunjukkan bahwa suatu alat ukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Cooper dan Emory, 1995). Uji validitas dapat digunakan dengan mengacu pada konsep-konsep pengukuran yang telah dilakukan oleh peneliti lain. Untuk menguji validitas instrument ini digunakan analisis factor. Validitas yang akan diuji adalah validitas isi (*content validity*) dan validitas konstruk. Validitas isi menunjukkan bahwa instrument penelitian merupakan alat ukur yang layak dan mewakili konstruk yang diuji. Menurut Hair et al. (1995) *factor loading* 0.30 dianggap memenuhi level minimum, faktor loading 0.40 dianggap lebih baik dan sesuai dengan rule of thumb yang dipakai oleh para peneliti dan faktor loading 0.50 dianggap signifikan. Validitas konstruk tercapai apabila indikator-indikator yang mencerminkan konstruk mempunyai nilai statistik > 2 .

2. Uji Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan

Uji validitas konvergen dan validitas diskriminan, ukuran validitas adalah besarnya hubungan structural langsung antara variabel yang diamati

dengan konstruk laten (Holmes- Smith, 2000). Validitas konvergen dapat dicapai jika hubungan antara *factor loading* dalam suatu konstruk tidak sama dengan nol. Sedangkan validitas diskriminan (*diskriminant validity*) dihitung dengan cara membandingkan rata-rata dari dua konstruk. Besarnya korelasi antara konstruk yang melebihi 0.80 atau 0.90 dinyatakan kurang memiliki validitas diskriminan (Holmesth- Smith, 2000).

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu pengukuran menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses kebaikan dari suatu pengukur (Sekaran, 2003 dalam Jogiyanto, 2004). Menurut Sekaran (2000) dalam Rahmawati *et all* (2007), hasil uji reliabilitas dianggap reliabel jika nilai Cronbach alpha $\geq 0,6$.

4. Uji Reliabilitas Konstruk dan *Variance Extracted*

Pengujian dengan pendekatan unidimensionalitas terhadap semua konstruk multi indicator perlu dilakukan sebelum menilai realibilitasnya. Untuk melakukan uji terhadap unidimensional ini dengan menggunakan pendekatan penilaian terhadap besaran *construct reliability* dan *variance extracted* dari masing-masing konstruk untuk menilai apakah indikator-indikator tersebut cukup dapat menggambarkan konstraknya (Ferdinand, 2002). Ambang batas nilai yang disarankan untuk menerima *construct reliability* adalah 0.70 dan *variance extracted* sebesar 0.50 (Hair *et al.*, 1998). Sedangkan menurut Purwanto (2002),

nilai reliabilitas yang tinggi akan memberikan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi bagi peneliti bahwa indikator individual secara konsisten mengukur ukuran yang sama.

G. UJI HIPOTESA DAN ANALISIS DATA

Penelitian ini akan menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), yaitu sebuah model statistik yang memberikan prakiraan perhitungan dari kekuatan hubungan hipotesis diantara variabel dalam sebuah model teoritis, baik secara langsung atau melalui variabel antara (*intervening or mediating variables*). Maruyama (1998) dalam Wijaya, T (2009). Adapun pengujian yang digunakan antara lain:

1. Uji Normalitas

Normalitas merupakan asumsi yang paling mendasar dalam pengujian multivariat (Hair et al, 1998). Uji normalitas dilakukan untuk melihat sebaran data yang memiliki distribusi normal tidak terlalu besar. Untuk menguji normalitas data berdasarkan nilai statistik dengan menggunakan hasil perhitungan program AMOS versi 4.01, ketentuan yang digunakan adalah apabila *z-score* yang identik dengan *critical ratio* melebihi ± 2.58 berarti asumsi normalitas ditolak pada level probabilitas 0.01 (Hair et al., 1998)

2. Goodness of Fit

Penelitian ini menggunakan *chi square statistic* dan probabilitas, *discrepancy/degree of freedom* (CMIN/DF), *goodness fit index* (GFI), *tucker-*

lewis index (TLI) serta *root mean square error of approximation* (RMSEA). Kriteria *goodness of fit* dilakukan untuk mengevaluasi model penelitian. Adapun penjelasan dari masing-masing kriteria *goodness of fit* menurut Wijaya, T (2009) adalah sebagai berikut:

a. *Chi Square Statistic* dan Probabilitas

Alat uji fundamental untuk mengukur overall fit adalah likelihood ratio chi square statistic. Model dikategorikan baik jika mempunyai chi square = 0, itu berarti tidak ada perbedaan. Tingkat signifikan penerimaan yang direkomendasikan adalah apabila $p \geq 0.05$ yang berarti matriks input sebenarnya dengan matriks input yang diprediksi tidak berbeda secara statistik.

b. *Discrepancy/Degree of Freedom* (CMIN/DF)

Discrepancy/Degree of Freedom (CMIN/DF) adalah ukuran yang diperoleh dari nilai *chi square* dibagi dengan *degree of freedom*. Nilai yang direkomendasikan untuk menerima kesesuaian sebuah model adalah nilai $CMIN/DF \leq 2.00$

c. *Goodness Fit Index* (GFI)

Digunaan untuk menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians populasi yang terestimasi. Indeks ini mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat model yang diprediksi dibandingkan dengan data yang sebenarnya. Nilai GFI biasanya dari 0 sampai 1. Nilai yang lebih baik

mendekati 1 mengidentifikasi model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik atau ≥ 0.90 .

d. *Tucker-Lewis Index (TLI)*

Tucker-Lewis Index (TLI) adalah sebuah alternatif *incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline* model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah ≥ 0.90 .

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

RMSEA merupakan indeks pengukuran yang tidak dipengaruhi oleh besarnya sampel sehingga biasanya indeks ini digunakan untuk mengukur fit model pada jumlah sampel besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai $RMSEA \leq 0.08$ merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu didasarkan *degree of freedom*.