

Bab III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. (Kasiram (2008: 149) dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif). peneliti tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data sekehendak hatinya. Semuanya harus objektif dengan diuji dahulu apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas (Kriyantono, 2012, h.55-56).

3.2. Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Malangkuçewara Malang yang pernah mengetahui Brand dan produk Erigo yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga. Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non probability yakni teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:82) *purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih *representative*. Adapun pertimbangan yang peneliti ambil untuk dijadikan sampel adalah Mahasiswa atau Mahasiswi STIE Malangkuçewara Malang yang pernah mengetahui Brand dan produk Erigo. Penentuan jumlah sampel yang representatif menurut Hair et al. (1995 dalam Kiswati 2010) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 9 \times 10 \end{aligned}$$

= 90

Berdasarkan ketentuan di atas, didapat jumlah sampel minimum sebesar 90 sampel responden. Namun demikian peneliti menetapkan sampel sebanyak 100 responden, melebihi standar minimum yang ada. Tujuannya guna mendapatkan sampel yang lebih representatif.

3.3. Variabel Operasionalisasi dan Pengukuran

3.3.1. Peubah (Variabel)

Penelitian ini ingin mengarahkan bahwa *Endorsement* adalah bagian dari strategi pemasaran yang menggunakan jasa orang-orang yang memiliki sesuatu yang lebih pada dirinya. Menurut Shimp & Andrews (2013), terdapat tiga aspek yang perlu diperhatikan dalam memilih dan menggunakan seseorang sebagai endorser, yaitu, kredibilitas, daya tarik dan kekuatan.

Citra merek adalah persepsi konsumen yang bersifat positif terhadap suatu perusahaan mengenai produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2012:347), citra merek dapat dilihat dari, Keunggulan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek, Keunikan Asosiasi Merek. Penelitian ini menggunakan 3 indikator tersebut sebagai indikator citra merek.

Minat beli konsumen adalah ketertarikan konsumen yang memunculkan niat konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Menurut Ferdinand (2002, p. 129), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut : minat transaksional, minat prefensial, minat eksploratif. Pada penelitian ini untuk variabel minat beli menggunakan 4 indikator tersebut.

3.3.2. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan skala pengukuran *likert*, Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah skala *likert*. Cara pengukuran adalah dengan menghadapkan seorang

responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban. Jawaban skala dalam penelitian ini menggunakan skor 1 sampai 5. Jadi dengan skala *likert*, digunakan 5 (lima) pilihan jawaban untuk setiap pertanyaan, skor bergeser antara nilai 1 sampai 5 :

- a. Pilihan sangat setuju dengan skor 5
- b. Pilihan setuju dengan skor 4
- c. Pilihan kurang setuju dengan skor 3
- d. Pilihan tidak setuju dengan skor 2
- e. Pilihan sangat tidak setuju dengan skor 1

Tabel 3.1

Sikap Responden	Score
SANGAT TIDAK SETUJU	1
TIDAK SETUJU	2
NETRAL	3
SETUJU	4
SANGAT SETUJU	5

3.4. Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen atau alat kuesioner berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang terstruktur untuk memperoleh informasi dari responden, baik itu tentang pribadinya maupun hal-hal lain yang ingin diketahui. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Angket

/ Kuesioner. Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui pengisian angket / kuesioner. Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket langsung, yaitu angket yang secara langsung diisi oleh responden.

3.5. Metode Analisis

3.5.1. Uji Validitas

Validitas memiliki makna “tepat” atau “benar”. Sehingga dari teknik pengambilan data yang sudah dilakukan akan diuji ketepatan atau kebenarannya. Menurut Neuman (2013, h.238), validitas pengukuran adalah seberapa baik ‘kesesuaian’ indikator empiris dengan definisi konseptual dari konstruk yang seharusnya diukur oleh indikator tersebut. Semakin baik kesesuaian tersebut, semakin tinggi validitas pengukurannya (Neuman, 2013, h.238). kriteria pengujian jika harga rhitung > rtabel dengan taraf signifikansi 0.05, maka alat ukur tersebut dinyatakan valid, dan sebaliknya apabila rhitung < rtabel, maka alat ukur tersebut dinyatakan tidak valid (Suharsimin Arikunto, 2010: 85).

3.5.2. Uji reliabilitas

Dalam penelitian kuantitatif, dikenal reliabilitas pengukuran yang berarti bahwa hasil numeric yang dihasilkan oleh indikator tidak bervariasi karena karakteristik dari proses pengukuran atau instrumen pengukuran itu sendiri (Neuman, 2013, h.234). Uji ini nantinya akan menilai konsistensi suatu hasil pengukuran yang dilakukan 2 kali dan dihadapkan pada gejala yang sama. Wimmer & Dominick dalam Kriyantono (2012 h:146) juga menyebutkan bahwa pengujian reliabilitas mencakup tiga komponen atau dimensi reliabilitas, yaitu stabilitas (*stability*), konsistensi internal (*internal consistency*), dan kesamaan (*equivalency*) dari reliabilitas.

3.5.3. Analisis Statistik Inferensial

Menyesuaikan dengan tujuan serta hipotesis penelitian maka pilihan teknik *Structural Equation Model (SEM)* relevan dilakukan. SEM adalah teknik permodelan statistik yang sangat umum dan digunakan secara luas diberbagai lingkup ilmu pengetahuan. SEM dapat dilihat sebagai sebuah kombinasi dari analisis faktor (*confirmatory factor analysis*), dan regresi atau analisa alur (*path analysis*). Selain untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas model, analisis SEM juga bertujuan untuk melakukan pengujian mengenai kecocokan model dalam penelitian ini.

SEM merupakan sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif “rumit” secara simultan. Permodelan melalui SEM yang dioperasikan melalui program Amos juga memungkinkan seorang peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat regresif maupun dimensional yaitu mengukur apa dimensi dari sebuah konsep. Alasan pemilihan model ini karena SEM cocok digunakan untuk maksud berikut:

1. Mengkonfirmasi undimensionalitas dari berbagai indikator untuk sebuah construct/ konsep/ faktor.
2. Menguji kesesuaian/ketepatan sebuah model berdasarkan data empiris yang diteliti.
3. Menguji kesesuaian model sekaligus hubungan kausalitas antar faktor yang dibangun/diamati dalam model tersebut (Ferdinand,2005)

Dalam penggunaannya, metode SEM terbagi menjadi 3 pendekatan, yaitu: *Covariance Structure Analysis (CSA)*, *Partial Least Square (PLS)*, dan *Generelized Structured Component Analysis (GSCA)*. CSA merupakan pendekatan SEM yang berbasis kovarian, sedangkan PLS dan GSCA merupakan pendekatan SEM yang berbasis varian atau component. Penggunaan CSA sangat dipengaruhi oleh asumsi parametrik yang harus dipenuhi seperti seperti variabel yang diobservasi harus berdistribusi normal multivariat dan observasi harus independen satu sama lain. Selain itu, pendekatan ini juga mengharuskan dalam bentuk variabel laten, indikator-indikatornya bersifat refleksif. Dalam model indikator refleksif

dipandang sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel laten. Perubahan dalam satu indikator akan berakibat pada indikator lainnya dengan arah yang sama.

Berbeda dengan CSA, PLS dan GSCA tidak didasarkan ada banyak asumsi. Data tidak harus berdistribusi normal *multivariate* (indikator dengan skala kategori, ordinal, interval, sampai rasio dapat digunakan pada model yang sama), sampel tidak harus besar (Ghazali,2008).

Sebuah permodelan SEM yang lengkap pada dasarnya terdiri dari *measurement model* dan *structural model*. Model pengukuran (*Measurement Model*) ditujukan untuk mengkonfirmasi dimensi-dimensi yang dikembangkan pada sebuah faktor. Menurut Ferdinand (2005), *structural model* adalah model mengenai struktur hubungan yang membentuk atau menjelaskan kausalitas antara faktor. Langkah-langkah untuk membuat permodelan lengkap yaitu :

1. Pengembangan model berbasis teori
2. Pengembangan diagram alur untuk menunjukkan hubungan kausalitas
3. Konversi diagram alur ke dalam serangkaian persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran.
4. Penilaian matriks input dan teknik estimasi atas model yang dibangun.
5. Evaluasi Model
6. Interpretasi dan modifikasi model

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan *software* Smart PLS 3.0. Menurut Ghazali (2006) PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis covariance menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis *covariance* umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. Oleh karena PLS tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter, maka teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan (Chin, 1998). Diagram jalur PLS digunakan untuk mengetahui bobot pengaruh

antar variabel *Endorsement* terhadap Minat Beli Konsumen yang dimediasi oleh Citra Merek. Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen. Dalam pengolahan data yang bersumber dari kuesioner online, peneliti menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Selain itu juga dilakukan analisis *Goodness of Fit*, yaitu untuk mengukur besarnya pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi *brand image* dan *trust*. *Goodness of Fit* dikur menggunakan R Square variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi Q square *predictive relevance* untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

Pada penelitian ini variabel *Endorsement* terhadap Minat Beli Konsumen yang dimediasi Citra Merek dibentuk dengan tipe indikator refleksif (arah panah dari variabel laten ke konstruk). Alasan penggunaan indikator refleksif pada variabel *Endorsement*, Minat Beli Konsumen dan Citra merek karena indikator dari beberapa konstruk tersebut merupakan pencerminan dari konstraknya (variabel laten), hal ini sesuai dengan pernyataan dari Formell dan Bookstein (1982) jika suatu indikator berupa pencerminan konstraknya atau yang berkaitan dengan sikap dan personalitas maka harus menggunakan indikator refleksif.

Oleh karena PLS tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter, maka teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan (Chin,1998). Model evaluasi PLS berdasarkan pada pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non parametrik. Model pengukuran atau outer model dengan indikator refleksif dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composite reliability* untuk *block indikator*. Sedangkan outer model dengan *formative indikator* dievaluasi berdasarkan pada *substantive content* yaitu dengan membandingkan besarnya *relative weight* dan melihat signifikansi dari ukuran *weight* tersebut (Chin,1998).

Model struktural atau *inner model* dievaluasi dengan melihat nilai R square untuk konstruk laten respon dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji-t yang didapat dari prosedur *bootstrapping* (Ghazali,2006).

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q square untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural (Ghazali, 2006:26). Stone-Geisser Q-Square dapat dituliskan dengan formula sebagai berikut: $Q^2 = 1 - (1 - R^2_1)(1 - R^2_2)(1 - R^2_3) \dots (1 - R^2_n)$.

Berdasarkan pendapat tersebut, pada penelitian ini dapat dikonstruksi diagram jalur dengan menggunakan bantuan *software smartPLS* versi 3.0. PLS terdiri atas hubungan eksternal (*outer model* atau model struktural). Hubungan tersebut didefinisikan sebagai dua persamaan linier, yaitu model pengukuran yang menyatakan hubungan antar peubah laten dengan sekelompok peubah penjelas dan model struktural yaitu hubungan antar peubah-peubah laten (Gefen,2000). Model analisis jalur semua variabel laten dalam PLS terdiri dari tiga set hubungan; (1) *inner model* yang menspesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*), (2) *outer model* dengan spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestasinya (*measurement model*), dan (3) *weight relation* dalam mana nilai kasus dari variabel laten dapat diestimasi. *Outer model* merupakan model yang melakukan spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya atau bisa dikatakan bahwa *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya (Ghazali,2008).

Undimensionalitas suatu konstruk dapat dievaluasi melalui model pengukuran (*outer model*) dengan menggunakan reliabilitas komposit (*composite reliability*) dan validitas konvergen (*convergent validity*) dengan menkonstruksi variabel laten ke dalam diagram jalur. Dengan

melakukan uji validitas dan reliabilitas, penelitian ini juga menguji indikator-indikator yang layak untuk dilanjutkan dalam penelitian.

Model evaluasi PLS berdasarkan pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non parametrik. Model pengukuran atau *outer model* yang indikator refleksif dievaluasi dengan konvergen dan validasi diskriminan dari indikatornya dan *composite reliability* untuk blok indikator.

Tingkat validitas suatu indikator dapat diketahui nilai *loading*. Pada penelitian yang bersifat eksploratif nilai *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup (Chin, 1996). Sedangkan reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai di mana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum.

Dalam menghitung reliabilitas digunakan *composite reliability* dengan *cut off value* adalah minimal 0,7. Namun untuk penelitian bersifat eksploratori, reliabilitas sedang adalah 0,5-0,6 telah cukup menjustifikasi penelitian (Ferdinand,2002).

Model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada *outer model* :

1. *Convergent Validity*. Nilai *convergent validity* adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan . 0,7.
2. *Discriminant Validity*. Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk lain.
3. *Composite Reliability*. Data yang memiliki *composite reliability* >0,8 mempunyai reliabilitas tinggi.

4. *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE yang diharapkan $> 0,5$.
5. *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas diperkuat dengan *cronbach alpha*. Nilai diharapkan $> 0,6$ untuk semua konstruk.

Uji pada model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk laten. Ada beberapa uji untuk model struktural yaitu:

1. R Square pada konstruk endogen. Nilai R square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Chin (1998), nilai R square sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah).
2. *Estimate for Path Coefficients*, merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan atau pengaruh konstruk laten. Dilakukan dengan prosedur *bootstrapping*.

Prediction Relevance (Q square) atau dikenal dengan Stone-Geisser's. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi dengan prosedur *blainfolding*. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang), dan 0.35 (besar).

