

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian *eksplanatory research* yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel- variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *eksplanatory research* karena bertujuan mengetahui pengaruh variabel pengaruh kualitas produk, persepsi harga, citra merek terhadap emotional response dan minat beli.

3.2. Definisi Operasional Variabel

Setelah ditetapkan mana variabel bebas (*Independent variabel*) dan variabel terikat (*Dependent variabel*) maka akan dilakukan penjelasan atau pendefinisian terhadap masing-masing variabel yang digunakan.

3.2.1. Variabel Bebas (*Independent variabel/X*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.

Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu:

1. Citra Merek

Brand Image adalah himpunan keyakinan konsumen mengenai berbagai merek”. Intinya *Brand Images* atau *BrandDescription*, yakni diskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Indikator Citra Merekdiketahui sebagai berikut:

- a. *Recognition* (Pengakuan)
- b. *Reputation* (Reputasi)
- c. *Affinity* (Afinitas)

2. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat.. Adapun penelitian ini menggunakan 3 (tiga) indikator yaitu:

- a. Keandalan (*Reliability*)
- b. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance*)
- c. Daya tahan (*Durability*)

3. Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Adapun indikator harga sebagai berikut :

- a. Bersaing
- b. Kesesuaian Harga
- c. Harga Terjangkau

3.2.2. Variabel Terikat (*Dependent variabel/Y*)

1. *Emosional Response* / respon emosi

Emotional response adalah tingkat perasaan partisipan melalui cara berperilaku dan dapat diungkapkan secara lisan maupun laporan tertulis tentang kondisi diri sendiri. Indikator *Emosional Response*, meliputi:

- 1) *Pleasure* (kesenangan)
- 2) *Arousal* (gairah)
- 3) *Dominance* (dominasi)

2. Minat Beli

Minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian, Indikator pada minat beli adalah :

- 1) Mengetahui eksistensi produk
- 2) Mencari informasi produk
- 3) Kesan positif terhadap produk
- 4) Menentukan pilihan
- 5) Keyakin pada produk

3.2.3 Skala pengukuran

Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel tersebut adalah pengukuran ordinal yaitu yang memungkinkan peneliti untuk mengurutkan responden dari tingkat paling rendah ke tingkat paling tinggi menurut suatu atribut tertentu. Selanjutnya ukuran ordinal dapat dikerjakan melalui penyusunan skala dengan menggunakan teknik pengukuran angket yaitu dengan Skala Likert dimana masing-masing pertanyaan diberi skor 1 sampai dengan 5 dengan bobot nilai dari masing-masing jawaban adalah sebagai berikut Dalam penelitian ini digunakan dua skala pengukuran. Berikut skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1

Skala Pengukuran Data

Pertanyaan	Nomor Pertanyaan	Skala Pengukuran	Pilihan Jawaban
Citra Merek (X1)	1 - 5	Interval-Likert Scale	1) Sangat tidak setuju 2) Tidak setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat setuju
Kualitas Produk (X2)	6 - 10	Interval-Likert Scale	1) Sangat tidak setuju 2) Tidak setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat setuju
Harga (X3)	11- 16	Interval-Likert Scale	1) Sangat tidak setuju 2) Tidak setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat setuju
Emosional Respon (Z)	16- 20	Interval-Likert Scale	1) Sangat tidak setuju 2) Tidak setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat setuju
Keputusan Pembelian (Y)	21- 25	Interval-Likert Scale	1) Sangat tidak setuju 2) Tidak setuju 3) Netral 4) Setuju 5) Sangat setuju

Sumber data : Diolah

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Citra Merek (X1) Aaker dalam Ananda (2010: 10)	1. Recognition (Pengakuan) 2. Reputation (Reputasi) 3. Affinity (Afinitas)	a. Merek yang mudah dikenali b. Merek yang mudah diingat c. Keunggulan dibandingkan sepatu merek lain d. Tingkat reputasi merek di mata konsumen e. Merek produk sesuai dengan harapan konsumen
2.	Kualitas Produk (X2) Orville, Larreche, dan Boyd (2012)	1. Keandalan (Reliability) 2. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance) 3. Daya tahan (Durability)	a. Produk dibuat dari bahan yang berkualitas b. Produk nyaman saat dipakai c. Produk memiliki desain yang futuristik d. Produk memiliki kesan elegan saat digunakan e. Produk awet dan tidak mudah rusak
3.	Harga (X3) Kotler dan Armstrong (2012)	1. Bersaing 2. Kesesuaian Harga 3. Harga Terjangkau	a. Harga bersaing dengan harga merek lain b. Harga sesuai dengan kualitas produk c. Harga terjangkau oleh konsumen d. Memberikan potongan harga e. Kestabilan harga produk
4.	<i>Emosional Response</i> (Z) Sinaga (2012) dan Kurniawan	1. Pleasure (kesenangan) 2. Arousal (gairah) 3. Dominance (dominasi)	a. Merasa senang menggunakan produk sepatu merek nike b. Merasa puas menggunakan produk sepatu merek nike c. Merasa percaya diri

Lanjutan Tabel 3.2

	(2017)		menggunakan produk sepatu merek nike d. Merasa bangga menggunakan produk sepatu merek nike e. Merasa menjadi pusat perhatian karena menggunakan produk sepatu merek nike
5.	Minat Beli (Y) Lucas et al (dalam Sulistyari, 2012)	1. Mengetahui eksistensi produk 2. Mencari informasi produk 3. Kesan positif terhadap produk 4. Menentukan pilihan 5. Keyakinan pada produk	a. Tahu akan keberadaan merek sepatu b. Selalu mencari informasi tentang merek sepatu c. Kesan positif terhadap merek sepatu Nike d. Memilih sepatu Nike dibandingkan merek kompetitor e. Keyakinan untuk membeli sepatu merek Nike

Sumber : Data Diolah, 2021

3.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap". Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh

mahasiswa di STIE Malangkececwara angkatan 2013-2017 dengan jumlah 635 mahasiswa.

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel disebut juga bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Ciri-ciri populasi yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu responden adalah mahasiswa STIE Malangkececwara pengguna Sepatu Nike dan menggunakan Sepatu Nike lebih dari 1 (satu) tahun. Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui dicari dengan menggunakan rumus Malhotra yaitu minimal 4 atau 5 dikalikan jumlah sub peubah yang ada. Dari rumus Malhotra tersebut, dapat dilakukan perhitungan untuk mencari jumlah sampel yaitu :

$$n = 4 \times \text{jumlah sub peubah}$$

$$= 4 \times 17$$

$$= 68$$

Jadi, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 68 responden.

3.4. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif (berupa pendapat responden yang diperoleh dengan menyebarkan angket/kuesioner). Data kualitatif yaitu data yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2012). Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa jawaban dari para responden yang diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner, dan kemudian data tersebut diproses menggunakan statistik.

2. Sumber Data

Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden, dalam hal ini adalah mahasiswa pengguna Sepatu Nike.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan dan pertanyaan tertulis kepada

responden untuk di jawabnya. Data diperoleh dengan memberikan angket kepada seluruh mahasiswa STIE Malangkucewara pengguna Sepatu Nike.

b. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Data yang diperoleh adalah data pelengkap antara lain pendapat responden tentang produk dan alasan menggunakan produk Sepatu Nike.

3.6. Metode Analisis Dan Hipotesis

3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian validitas dan reliabilitas adalah proses menguji butir-butir tersebut valid dan reliabel. Apabila terdapat butir-butir yang tidak valid dan reliabel, maka butir-butir tersebut dibuang dan diganti dengan pertanyaan yang lain. Untuk menguji kuesioner dalam penelitian ini menggunakan analisis *PLS*

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana tingkat ketepatan penggunaan alat ukur tersebut terhadap gejala yang ingin diukur. Menurut Arikunto (2010:211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen dikatakan valid jika mempunyai validitas yang tinggi. Suatu instrument dikatakan kurang valid jika memiliki validitas rendah. Sebuah

instrument valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dimana r hitung dapat ditentukan dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\left[n \sum x^2 - (\sum x)^2 \right] \left[n \sum y^2 - (\sum y)^2 \right]}$$

Dimana :

n = Banyaknya sampel

x = Skor kuesioner atau item

y = Skor total atau total variable

r = Nilai validitas atau koefisien korelasi

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban kebutuhan aktualisasi diri konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hal ini berarti bahwa suatu alat ukur memiliki reliabilitas sempurna apabila hasil pengukuran diujikan berkali – kali terhadap subyek yang sama selalu menunjukkan hasil atau skor yang sama. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut mempunyai kendala dalam pengukuran rumus yang digunakan adalah rumus *koefisien alpha*.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen r

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

$\sigma^2 t$ = Varian total t

Setelah dilakukan perhitungan maka suatu instrumen dapat dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6. Apabila Alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel atau sebaliknya.

3.6.2. Analisis Statistik Deskriptif

a. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah analisis yang didasarkan pada data yang diperoleh dari para responden dan dinyatakan dalam bentuk tabulasi data. Dalam penelitian ini analisis berdasarkan uraian hasil jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan kepada konsumen produk Sepatu Nike

b. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda Analisis jalur merupakan analisis untuk menguji pengaruh variabel mediasi dalam penelitian ini. Hasil dari uji analisis digunakan untuk membandingkan pengaruh mana yang lebih besar antara pengaruh

langsung dan pengaruh tidak langsung, serta menarik suatu kesimpulan apakah dengan adanya variabel mediasi ini dapat memperkuat atau justru memperlemah pengaruh independen terhadap dependen (Ghozali, 2012).

Dalam metode PLS (Partial Least Square) teknik analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Analisa outer model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (*valid dan reliabel*). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator:

- a. *Convergent Validity* adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score dengan *construct score*, yang dapat dilihat dari *standardized loading factor* yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi > 0.7 dengan konstruk yang ingin diukur, sedangkan menurut Chin yang dikutip oleh Ghozali, nilai outer loading antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup.
- b. *Discriminant Validity* merupakan model pengukuran dengan refleksif indicator dinilai berdasarkan crossloading pengukuran

dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya. Sedangkan menurut metode lain untuk menilai discriminant validity yaitu dengan membandingkan nilai *squareroot of average variance extracted (AVE)*.

- c. *Composite reliability* merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada view latent variable *coefficients*. Untuk mengevaluasi *composite reliability* terdapat dua alat ukur yaitu internal *consistency* dan *cronbach's alpha*. Dalam pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah > 0,70 maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.
- d. *Cronbach's Alpha* merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari composite reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha > 0,7.

Uji yang dilakukan diatas merupakan uji pada outer model untuk indikator reflektif. Untuk indikator formatif dilakukan pengujian yang berbeda. Uji untuk indikator formatif yaitu

- a. Significance of weights. Nilai weight indikator formatif dengan konstruknya harus signifikan.

- b. Multicollinearity. Uji multicollinearity dilakukan untuk mengetahui hubungan antar indikator. Untuk mengetahui apakah indikator formatif mengalami multicollinearity dengan mengetahui nilai VIF. Nilai VIF antara 5-10 dapat dikatakan bahwa indikator tersebut terjadi multicollinearity.

2. Analisa Inner Model

Analisa Inner model biasanya juga disebut dengan (inner relation, structural model dan substantive theory) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Analisa inner model dapat dievaluasi yaitu dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam pengevaluasian inner model dengan PLS (*Partial Least Square*) dimulai dengan cara melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Kemudian dalam penginterpretasiannya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai pada R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Selain melihat nilai R-square, pada model PLS (*Partial Least Square*) juga dievaluasi dengan melihat nilai Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai Q-square

lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance, sedangkan apabila nilai Q-square kurang dari 0 (nol), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance.

3. Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesa dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a di terima jika nilai $p < 0,05$.