

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian untuk menentukan nilai suatu variabel bebas, yang dapat berupa satu atau lebih variabel (bebas) tanpa perbandingan, atau berhubungan dengan variabel lain (Sugiyono, 2012). Deskripsi kuantitatif adalah data berupa angka atau hasil statistik yang akan diterjemahkan ke dalam kalimat.

Metode penelitian yang digunakan adalah investigasi. Penelitian survei adalah teknik penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai sarana untuk mengumpulkan data dari sampel populasi untuk mewakili seluruh populasi (Singarimbun, dalam Novikarumsari 2014)

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono berpendapat bahwa konsep populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari objek/subyek dengan jumlah dan karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 135). Dikarenakan populasi yang tidak menentu, maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk merek Indomeret sendiri di Samarinda.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2011), sampel adalah bagian atau jumlah dan ciri-ciri dari suatu populasi. Jika populasi besar dan peneliti tidak dapat menguji

semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi tersebut. Apa yang kita pelajari dari sampel, kesimpulannya akan diterapkan pada populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini *random sampling*.

Random Sampling adalah teknik pengambilan sampel di mana semua individu dalam suatu populasi, secara individu atau bersama-sama, memiliki kemampuan memilih yang sama sebagai anggota sampel.

Pengambilan sampel yang diambil oleh peneliti menggunakan pendapat (Hair et al., 2014) ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai dengan 10. Dengan demikian jumlah sampel untuk penelitian ini adalah jumlah indikator penelitian $12 \times 7 = 84$ responden. Sehingga jumlah sampel penelitian ini 84 responden, akan tetapi untuk menghindari kesalahan dalam pengolahan data penelitian kuantitatif sampel dapat lebih dari jumlah sampel yang ditentukan. Sehingga penelitian ini menggunakan jumlah sampel yaitu sebanyak 84 responden.

C. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian ini disajikan untuk memperjelas materi pelajaran dan mendefinisikan kendala untuk variabel-variabel ini. Variabel yang digunakan adalah sebagai berikut : 1. Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi keberadaan variabel terikat. Store Image (X1) merupakan variabel bebas dalam penelitian ini. 2. Variabel terikat (Y) adalah variabel terikat yang

dipengaruhi oleh adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah: citra private label (Y1), persepsi kualitas (Y2) dan niat beli (Y3). Definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1 Pengukuran Variabel

variabel	kode	Indikator	Keterangan
<i>Store image</i>	SI ₁	Indomaret menawarkan berbagai macam produk.	<i>Store Image</i> didefinisikan sebagai
	SI ₂	Indomaret menawarkan berbagai macam produk berkualitas.	cara pikir atau persepsi konsumen
	SI ₃	Indomaret menawarkan <i>service</i> (layanan) yang konsumen inginkan (missal: berbagai macam alternatif pembayaran, tersedianya tempat parkir atau parkir gratis, layanan pengembalian produk dll)	dalam menggambarkan sebuah toko dari kualitas fungsional dan atmosfer toko. Chowdhury <i>et al.</i> , (1998), Beristain and Zorrilla (2011) (dalam Porral dan Lang, 2015)
<i>Private Label Image</i>	PLI ₁		Citra merek <i>Private</i>

		<i>Label</i> didefinisikan sebagai sekumpulan evaluasi dan asosiasi dalam benak konsumen yang terkait dengan merek atau produk.
	Konsumen produk <i>Private Label</i> Indomaret paham cara membeli (membeli dalam keadaan sadar).	Indikator untuk variabel <i>Private Label Image</i> diadopsi dari penelitian Aaker (1991), Netemeyer <i>et al.</i> , (2004) (dalam Porral dan Lang, 2015)
PLI ₂	Citra Indomaret memberikan saya kepercayaan diri untuk membeli produk <i>Private Label</i> nya	
PLI ₃	Harga produk <i>Private Label</i> Indomaret cukup terjangkau.	
	Produk <i>Private Label</i> Indomaret memiliki kualitas yang tinggi.	<i>Perceived Quality</i> didefinisikan sebagai kualitas yang dirasakan konsumen atas penilaian terhadap keunggulan keseluruhan dari
<i>Perceived Quality</i>	PQ ₁	
	PQ ₂	
	PQ ₃	

		<p>merek atau produk.</p> <p>Di dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur <i>Perceived Quality</i> diadopsi dari penelitian Dodds <i>et al.</i>, (1991) (dalam Porral dan Lang, 2015)</p>
		<hr/>
	<p>Saya akan membeli produk <i>Private Label</i> Indomaret</p>	<p><i>Purchase Intention</i> adalah keinginan konsumen untuk</p>
	<p>PI₁ Saya cenderung membeli produk <i>Private Label</i> Indomaret</p>	<p>melakukan pembelian di masa yang akan datang. Indikator</p>
	<p>PI₃ Masuk akal membeli produk <i>Private Label</i> Indomaret daripada merek pesaingnya.</p>	<p>untuk <i>Purchase Intention</i> diadopsi dari penelitian Netemeyer <i>et al.</i>, (2004) (dalam Porral dan Lang, 2015).</p>
		<hr/>

Purchase Intention

D. Sumber Penelitian

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang data tersebut. Menurut sumbernya, data dibagi menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data primer Yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi secara langsung dengan menggunakan alat bantu yang telah diidentifikasi. Menurut Sugiyono (2017: 193), data mentah mengacu pada sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan melalui kuesioner elektronik Google Forms. Data utama yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari kuesioner, yang akan dibagikan kepada responden untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini.
2. Data sekunder Ini adalah data yang disediakan dalam berbagai bentuk. Anda dapat dengan cepat menemukan data bekas. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal dan website di internet yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mentah dan data tambahan. Menurut Sugiyono (2012), data asli adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Sumber utama adalah sumber data langsung dari subyek penelitian. Data utama diperoleh melalui metode survei

dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang telah dirancang sebelumnya untuk dijawab oleh responden, biasanya dalam bentuk alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran, 2013: 147). Data asli adalah sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber aslinya, karena data yang diperoleh mencerminkan kebenaran berdasarkan apa yang peneliti lihat dan dengar, sehingga menghindari kebohongan dari sumber fenomena tersebut. Proses penyebaran survey dilakukan secara online menggunakan aplikasi “Google Sheets”, kemudian link survey dibagikan melalui akun media sosial kepada responden yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan oleh penulis.

Adapun teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner adalah sebagai berikut: (1) membagikan kuesioner kepada responden berdasarkan karakteristik demografi; (2) memberikan penjelasan kuesioner; (3) responden mengisi kuesioner; (4) mengumpulkan kuesioner yang responden telah diisi (5) Kuesioner yang telah diisi akan diseleksi, disortir dan ditabulasi.

Kuesioner penelitian ini dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan tentang memperoleh informasi umum tentang orang yang diwawancarai untuk menentukan karakteristik orang yang diwawancarai dan penerapan standar sampel. Bagian kedua berisi beberapa pernyataan untuk memperoleh data penelitian dan menganalisis pengaruh store image dan private brand image serta persepsi kualitas terhadap niat beli produk private label Indomaret di Samarinda.

Data sekunder Digunakan untuk peningkatan data utama, yang diperoleh melalui penelitian literatur buku, institusi terkait atau tinjauan literatur jaringan institusi. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data bekas, dll disajikan dalam bentuk tabel untuk mendukung kelengkapan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data menggunakan perangkat lunak SmartPLS yang berjalan pada operator komputer. PLS (Partial Least Square) adalah Structural Equation Analysis (SEM) berbasis Varian yang dapat menguji model pengukuran sekaligus menguji model struktural secara bersamaan. Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Sebaliknya, model struktural digunakan untuk uji kausalitas. PLS (Partial Least Square) adalah analisis permodelan lunak karena tidak mengasumsikan bahwa data harus memiliki skala pengukuran tertentu, yang berarti jumlah sampel mungkin kecil (kurang dari 100 sampel).

Kegiatan ini dilakukan dengan mempelajari secara langsung di Indomaretdi pusat Kota Samarinda. Study ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data khususnya hal-hal yang berkaitan dengan pengukuran pengaruh *Store Image*, *Private Label Image*, *Perceived Quality* dan *Purchase Intention*.

Relevansi meliputi validitas eksternal dan validitas internal. Validitas eksternal menunjukkan bahwa hasil penelitian valid dan dapat digeneralisasikan untuk objek, situasi dan waktu yang berbeda. Validitas internal menunjukkan

kemampuan alat penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur oleh konsep.

Validitas internal meliputi validitas kualitatif dan validitas struktural. Validitas kualitatif meliputi validitas permukaan dan validitas isi. Relevansi konten menunjukkan kemampuan elemen alat untuk mewakili konsep yang diukur. Relevansi penampilan menunjukkan bahwa jika suatu elemen mengukur suatu konsep dengan penampilannya, maka objek tersebut mengukur konsep tersebut. Validitas konstruk menunjukkan konsistensi antara hasil yang diperoleh dengan menggunakan pengukuran dan teori yang digunakan untuk mendefinisikan konstruk. Korelasi yang kuat antara konstruk dan pertanyaan, dan hubungan yang lemah dengan variabel lain adalah cara untuk menguji validitas konstruk. Validitas konstruktif meliputi validitas konvergen dan validitas diskriminan (Abdillah dan Jogiyanto, 2015: 194).

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergensi terkait dengan prinsip bahwa ukuran konstruk harus berkorelasi tinggi. Jika skor yang diperoleh dari dua alat berbeda yang mengukur konstruk yang sama berkorelasi tinggi, validitas konvergensi akan muncul.

a. *Loading factor* atau *Outer Loading*

Uji validitas konvergensi PLS dengan indeks refleksi dievaluasi berdasarkan faktor beban (korelasi antara skor item/skor komponen dan skor struktur) yang mengukur struktur tersebut. Aturan praktis yang biasa untuk faktor pemuatan di PLS adalah 0,7. Oleh karena itu,

semakin tinggi nilai faktor pemuatan, semakin penting peran faktor pemuatan dalam matriks faktor penjelas.

b. *Average Variance Extracted (AVE)*

Selain load factor atau beban faktor eksternal, untuk menentukan validitas konvergensi juga dapat dilihat nilai average variance extraction (AVE). Jika AVE setiap struktur lebih besar dari 0,5, maka diperlukan model yang baik.

2. Validitas Diskriminan

a. *Cross Loading*

Validitas diskriminatif terkait dengan prinsip bahwa ukuran struktural yang berbeda tidak boleh berkorelasi kuat. Validitas diskriminatif terjadi ketika dua alat yang berbeda mengukur struktur yang tidak berkorelasi dari dua prediksi, menghasilkan hasil yang sama sekali tidak berkorelasi. Uji validitas diskriminan dinilai dengan mengukur bias silang dengan konstruk. Jika nilai indeks crossloading pada variabel tersebut paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya, maka pernyataan tersebut memenuhi validitas diskriminasi.

Tabel 3 2Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS

Uji Validitas	Parameter	Rule of Thumbs
Konvergen	Faktor <i>loading</i>	Lebih dari 0,7
	Average Variance Extracted (AVE)	Lebih dari 0,5
	Communality	Lebih dari 0,5

Diskriminan	Akar AVE dan Korelasi variabel laten	Akar AVE > Korelasi variabel laten
	Cross loading	Lebih dari 0,7 dalam satu variabel

b. Uji Reliabilitas

Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Selain uji validitas, PLS juga melakukan uji plausibility untuk mengukur integritas internal alat ukur. Keandalan mengacu pada keakuratan, integritas, dan keakuratan alat ukur saat mengukur. Uji reliabilitas PLS dapat menggunakan dua metode yaitu Cronbach's alpha dan reliabilitas komposit. Alpha Cronbach mengukur batas bawah nilai reliabilitas konstruk, sedangkan reliabilitas kompleks mengukur nilai reliabilitas konstruk. Namun, ketika memperkirakan konsistensi internal struktur, keandalan komposit dianggap lebih baik. Aturan praktisnya adalah bahwa nilai alfa atau keandalan komposit harus lebih besar dari 0,7, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima. Namun, pada kenyataannya, uji konsistensi internal tidak mutlak ketika validitas struktur terpenuhi, karena struktur yang efektif adalah struktur yang andal, dan struktur yang andal belum tentu efektif.

c. Model Struktural (*Inner Model*)

GoodnessFit Model

Model struktural dalam PLS menggunakan R^2 untuk mengevaluasi struktur dependen, dan nilai koefisien jalur atau nilai t setiap jalur digunakan untuk menguji signifikansi struktur dalam model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur derajat perubahan variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Misalnya, jika R^2 adalah 0,7 berarti variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah 70%, dan sisanya dijelaskan oleh variabel selain model yang direkomendasikan. Namun, R^2 bukan merupakan parameter mutlak untuk mengukur keakuratan model prediksi karena dasar teoritis dari hubungan tersebut merupakan parameter terpenting yang menjelaskan hubungan sebab akibat.

Nilai koefisien jalur atau model internal menunjukkan tingkat signifikansi dalam uji hipotesis. Untuk hipotesis dua sisi, skor koefisien jalur atau model internal yang diwakili oleh statistik T harus lebih tinggi dari 1,96 (Abdillah & Jogiyanto, 2015: 197).