

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian akan dilakukan kepada pengguna *hand sanitizer* Dettol di DKI Jakarta. DKI Jakarta dipilih karena kota Jakarta memiliki angka kasus Covid-19 tertinggi di Indonesia. Menurut laporan data harian Kementerian Kesehatan yang dilansir dari laman [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) (2022) penambahan kasus positif di DKI mencapai 10.707 pada tanggal 11 Februari 2022. Waktu penelitian ini dilakukan pada Juni 2022 sampai dengan Juli 2022.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah luasnya sekelompok objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri tertentu dan ditentukan oleh seorang peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi mengacu pada data, dan ketika manusia memberikan data, ukuran atau jumlah populasi sama dengan jumlah orang (Ul'fah Hernaeny, 2021). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta dengan umur produktif dan pernah membeli produk Dettol *Hand Sanitizer* selama pandemic Covid-19. Menurut laporan BPS jumlah penduduk Jakarta dengan umur produktif pada tahun 2021 berjumlah 8.190.701 jiwa.

### 3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi, dan sampel yang diambil dari populasi tersebut harus benar-benar mewakili populasi yang diteliti (Sugiyono, 2019). Sample pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Metode ini menggunakan kriteria yang dipilih oleh peneliti ketika memilih sampel. Kriteria pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Usia 17-64 tahun
2. Berdomisili di DKI Jakarta
3. Pernah membeli produk *Hand Sanitizer* Dettol minimal sekali selama pandemi Covid-19

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dari jumlah indikator variabel yang dikalikan 10 (Hair Jr et al., 2021). Penelitian ini memiliki 15 indikator kemudian dikalikan 10 maka totalnya minimal 150. Namun pada penelitian ini ditargetkan menggunakan  $\pm 200$  responden. Strategi untuk menarik minat responden dalam mengisi kuesioner ini adalah dengan cara *randomize giveaway* berupa saldo Dana, OVO, atau ShopeePay.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini membutuhkan data yang relevan dari sumber yang dapat dipercaya. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Data Primer

Data primer sebagai data utama yang didapatkan langsung dari sumber dan diberi kepada peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, data primer diambil dari kuesioner yang didistribusikan secara *online*.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder yang merupakan sumber data yang disampaikan secara tidak langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Data sekunder seperti buku, jurnal, artikel, dan *website* yang terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini tentu akan mendukung data primer. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner dan studi kepustakaan pada penelitian ini.

### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

Operasionalisasi variabel yaitu suatu nilai objek yang mempunyai variasi tertentu dan telah ditentukan oleh peneliti untuk dipahami lalu dipelajari untuk ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Kuesioner untuk penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap terhadap sesuatu, baik produk atau fenomena.

Peneliti memilih menggunakan skala Likert lima poin pada penelitian ini karena kuesioner dengan lima pilihan tersebut mampu mengakomodasi responden yang menjawab ragu-ragu atau kurang setuju.

Skala Likert menggunakan bobot penilaian untuk setiap pertanyaan dalam kuesioner, alternatif jawaban yang disediakan yaitu:

**Tabel III. 1 Bobot Penilaian Skala Likert**

Kategori Penilaian	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Skala Likert dinyatakan sebagai skala ordinal (Gadernann et al., 2012). Direkomendasikan versi ordinal bila data tersebut menggunakan skala Likert dua sampai tujuh pilihan jawaban. Kategori jawaban pada penelitian ini dinyatakan dalam lima kategori, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, agak kurang setuju, setuju, dan sangat setuju. Kata-kata di bagian atas pilihan jawaban menunjukkan peringkat dan karena itu direpresentasikan sebagai skala ordinal. Dalam hal ini, tidak apa-apa memperlakukan nilai yang dapat dicapai pada skala Likert sebagai nominal atau berurutan.

Definisi masing-masing variabel harus dijelaskan untuk meminimalkan kesalahan dalam pengumpulan data. Berikut adalah operasional variabel dalam penelitian ini:

### 1. Variabel Eksogen (X)

Variabel eksogen ini merupakan variabel yang mempengaruhi munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2019). Variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga (X1) dan *EWOM* (X2).

### 2. Variabel Endogen (Z)

Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Z).

### 3. Variabel Mediasi (Y)

Variabel mediasi merupakan variabel yang berada diantara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), sehingga variabel bebas tidak bisa langsung mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2019). Variabel Mediasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu citra merek (Y).

Variabel eksogen, endogen, dan mediasi digunakan sebagai standar nilai untuk menyusun *instrument* berupa pertanyaan atau pernyataan dalam sebuah kuesioner pada tabel berikut ini:

**Tabel III. 2 Operasional Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Nomor Instrumen
1	<i>Price</i> (X1) (Kotler & Amstrong, 2016)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga	1-4

		4. Kesesuaian harga dengan manfaat.	
2	<i>EWOM</i> (X2) (Goyette et al., 2010)	1. <i>Intensity EWOM</i> 2. <i>Valance of opinion</i> 3. <i>content EWOM</i>	5-12
3	<i>Brand Image</i> (Y) (Aaker et al., 2013)	1. <i>Corporate Image</i> (Citra Perusahaan) 2. <i>User Image</i> (Citra Pemakai) 3. <i>Produk Image</i> (Citra Produk)	13-17
4	<i>Purchase Decision</i> (Z) (Kotler & Keller, 2016)	1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan Merek 3. Pemilihan Saluran Pembelian 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian	18-22

Sumber: diolah oleh peneliti (2022)

### 3.5 Teknik Analisis

Analisis data pada penelitian bertujuan untuk menafsirkan dan membuat kesimpulan dari serangkaian data yang dikumpulkan. Untuk menganalisis data yang didapat dari penelitian ini akan menggunakan *software* SPSS 25 dan SEM LISREL 8.8. Kemudian akan dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji kesesuaian model, dan uji hipotesis.

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan metode yang berguna untuk menggambarkan hasil data yang terkumpul dan menganalisis untuk menarik atau menggeneralisasi kesimpulan umum yang berlaku. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif dimaksudkan untuk menjelaskan secara sistematis dan faktual hubungan antar variabel yang dijelaskan melalui pengumpulan, pengolahan, analisis dan interpretasi data dalam pengujian hipotesis.

### 3.5.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah setiap item layak yang terdapat di pernyataan atau daftar pertanyaan yang terdapat pada kuesioner ketika menjelaskan variabel. Kuesioner dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan yang terukur dalam kuesioner tersebut. Instrumen yang dikatakan valid memiliki arti bahwa data tersebut baik dan valid untuk digunakan. Valid mengartikan bahwa instrumen tersebut layak di gunakan oleh responden untuk mengukur hal yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2019).

Kriteria penelitian validitas yaitu dengan menggunakan (Sugiyono, 2019), yaitu:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  memiliki arti valid
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  memiliki arti tidak valid

### 3.5.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas penting untuk di uji karena menentukan seberapa baik data pengukuran memberikan hasil yang konsisten ketika dijalankan terhadap individu yang sama. Instrumen yang dapat dikatakan reliabel apabila datanya serupa pada waktu yang berbeda, instrumen reliabel adalah perangkat yang memberikan kesamaan data ketika mengukur objek yang sama beberapa kali, dan uji reliabilitas survei memiliki tahapan yang sama dengan uji validitas (Sugiyono, 2019).

Untuk mengartikan reliabilitas kuesioner perlu menggunakan nilai  $r$  alpha indeks korelasi berikut ini:

**Tabel III. 3 Alpha Indeks**

Koefisien $r$	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: (Sugiyono, 2019)

#### 3.5.4 Uji Kesesuaian Model

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM), sehingga diperlukan beberapa tipe *index fit* untuk mengukur kesesuaian model. Alat pengujian model SEM terdiri dari tiga bagian. Ini adalah alat pengujian untuk model SEM:

##### 1) *Absolute Fit Measures*

*Absolute Fit Measures* sebagai ukuran mutlak untuk menentukan derajat prediksi model umum (pengukuran dan model struktural) pada matriks korelasi dan kovarians (Siswoyo.H, 2017). Beberapa alat untuk mengukur ukuran absolut fit adalah:

##### a. *Chi-Square*

Chi-Square mengukur dan mengevaluasi kecocokan keseluruhan model dan mengevaluasi ukuran perbedaan antara sampel dan matriks kovarians. Model dikatakan *perfect fit* apabila nilai *Chi-Square* = 0

##### b. *Root Mean Square Residual* (RMSR)

RMSR mengukur rata-rata residual antara matriks kovarian korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Jika nilai RMSR kurang dari 0,05 ( $RMSR < 0,05$ ) maka model dianggap *fit well*.

c. *Goodness of Fit Index (GFI)*

Merepresentasikan tingkat akurasi suatu model dalam menyusun matriks kovarians yang diamati. Model dikatakan *fit* apabila nilai  $GFI \geq 0,9$ .

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

Mengukur deviasi nilai parameter model menggunakan matriks kovarians populasi. Suatu model dikatakan sangat baik jika RMSEA lebih kecil atau sama dengan 0,05, dan model akan dikatakan cocok jika memiliki nilai  $RMSEA \leq 0,08$ .

2) *Incremental Fit Measures*

*Incremental Fit Measures* adalah ukuran kecocokan yang sifatnya relatif dan digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan dalam penelitian (Siswoyo.H, 2017). Alat ukur dari *incremental fit measures* yaitu:

a. *Adjusted Goodness of Fit (AGFI)*

AGFI merupakan modifikasi dari GFI untuk memodelkan derajat kebebasan (df). Jika AGFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ( $AGFI \geq 0,9$ ) maka model dikatakan *good fit* dan dikatakan memiliki *marginal fit* jika nilai berada di antara 0,8 dan 0,9 (0,8 AGFI 0,9).

b. *Comparative Fit Index (CFI)*

CFI adalah versi revisi dari NFI yang memperhitungkan ukuran sampel dan dapat sepenuhnya diuji dengan ukuran sampel yang kecil. Nilai CFI bervariasi antara 0 dan 1. Jika model memiliki nilai CFI 0,9 atau lebih tinggi, itu dianggap *good fit*, dan jika (0,8 CFI 0,9), itu dianggap *marginal fit*.

c. *Tucker Lewis Index (TLI)*

Dikenal sebagai *Non-Normed Fit Index (NNFI)*, TLI digunakan sebagai alat untuk menilai analisis faktor dan kemudian diperluas ke SEM. Skor TLI berkisar dari 0 hingga 1. Sebuah model

dikatakan *good fit* jika memiliki nilai TLI lebih besar dari 0,9, dan dikatakan *marginal fit* apabila memiliki nilai TLI ( $0,8 \leq TLI \leq 0,9$ ).

### 3) Parsimony Fit Measures

Memiliki fungsi untuk membuat penyesuaian terhadap pengukuran *fit* agar dapat dibandingkan antar model penelitian.

**Tabel III. 4 Goodness of Fit Indices**

No	Goodness of Fit Indices	Cut Off Values
1	Chi Square	Semakin kecil lebih baik
2	RMSR	$\leq 0,05$
3	GFI	$\geq 0,90$
4	RSMEA	$\leq 0,08$
5	AGFI	$\geq 0,90$
6	CFI	$\geq 0,90$
7	NNFI	$\geq 0,90$

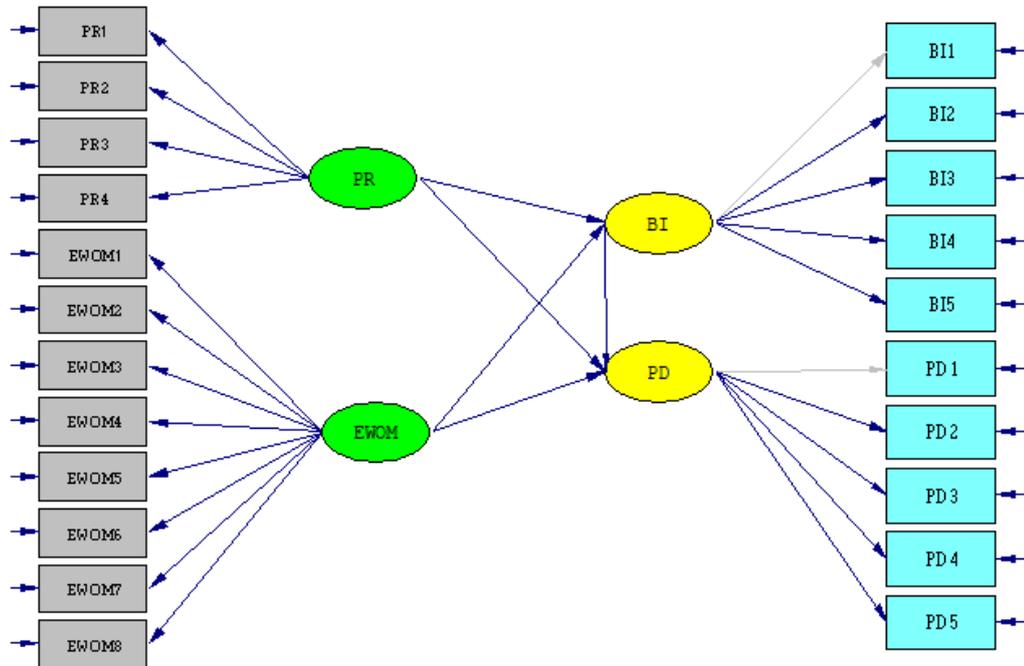
Sumber: (Sarjono & Julianita, 2015).

### 3.5.5 Uji Hipotesis

Sesudah melakukan uji kesesuaian model, maka selanjutnya melakukan uji hipotesis yang berguna untuk melihat keterkaitan hubungan antara variabel penelitian. Uji hipotesis hubungan antar variabel hasilnya ditampilkan dengan menggunakan nilai bobot regresi pada kolom CR (*t value*) dibandingkan dengan nilai kritis (*t table*) dalam suatu tingkat signifikansi tertentu.

Saat melakukan uji hipotesis keterkaitan variabel dalam penelitian ini, persyaratan uji hipotesis mempertimbangkan nilai probabilitas (*p*) dari nilai koefisien lambda ( $\lambda$ ). Suatu indikator dikatakan signifikan jika *p-value* < 05 atau nilai CR > 1,96.

### 3.6 Model SEM



**Gambar III. 1 Model SEM**

Sumber: diolah oleh peneliti (2022)