

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di daerah DKI Jakarta. Peneliti memilih daerah DKI Jakarta karena salah kota yang memiliki data kasus tertinggi Covid-19 di Indonesia. Banyaknya penduduk dan mobilitas yang terjadi di DKI Jakarta membuat penyebaran virus Covid-19 secara cepat dan banyak konsumen yang meminum susu kemasan sebagai usaha untuk memelihara kesehatan tubuh selama pandemi Covid-19 (Thalib, 2022). Penelitian ini berlangsung pada Januari sampai Juni 2022.

3.2 Desain Penelitian

Peneliti menggunakan metode kuantitatif yaitu, metode yang digunakan untuk melihat hubungan antar hipotesis, sebab akibat dan pertanyaan yang menggunakan survey untuk mendapat data yang sesuai dan akurat (Emzir, 2009).

Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan metode survei, menyebarkan kuesioner yang sudah disusun secara terstruktur dan dibagikan kepada para responden yang memenuhi persyaratan kriteria melalui media sosial dengan tujuan memperoleh informasi yang tepat.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan total keseluruhan data yang di perhatikan oleh peneliti dalam menyebarkan kuesioner, sesuai dengan tempat dan waktu yang di tentukan. (Margono, 2010). Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen di DKI Jakarta yang mengonsumsi susu Bear Brand.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah data yang sudah di anggap dapat mewakili dari total populasi yang digunakan sesuai kriteria tertentu (Winarno, 2013). Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling* yaitu, teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2010). Penentuan sampel tersebut berdasarkan penilaian peneliti tentang sampel manakah yang paling tepat dengan kriteria sehingga bermanfaat dan dianggap dapat menjadi wakil suatu populasi.

Teknik tersebut dipilih karena sampel yang diambil memiliki kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah:

1. Berdomisili di DKI Jakarta
2. Pernah mengonsumsi produk merek Bear Brand minimal sekali selama masa pandemi Covid-19
3. Usia 17-65 tahun

Dalam penelitian ini peneliti menentukan jumlah sampel berdasarkan jumlah indikator variabel yang di kali sepuluh (Hair, 2014). Dalam penelitian ini terdapat 14 indikator, sehingga total responden yang digunakan adalah minimal 140.

3.4 Pengembangan Instrumen

3.4.1 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi adalah sebuah objek yang sudah di pelajari dan digunakan oleh peneliti untuk mengambil kesimpulan (Sugiyono, 2010). Terdapat dua variabel pada penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen.

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat yang di pengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini *purchase intention* (Y) adalah variabel dependen.

3.4.3 Variabel Independen

Variabel independen adalah merupakan variabel bebas yang memengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini *eWOM* (X1), *panic buying* (X2) dan *brand image* (X3) adalah variabel independen.

3.4.5 Instrumen Penilaian

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner dan mendapat tanggapan dari para responden penelitian. Penyusunan kuesioner berdasarkan pada konstruksi

teoretik yang sudah tersusun sebelumnya, lalu kemudian dijadikan indikator dalam kuesioner.

Tabel 3. 1 Indikator Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	Sumber
EWOM (Variabel Independen)	<i>I spoke of this company to many individuals</i>	1. Saya membicarakan tentang merek Bear Brand ke orang-orang selama pandemi Covid-19	(Goyette, 2010)
	<i>I recommended this company</i>	2. Saya merekomendasikan merek Bear Brand selama pandemi Covid-19	
	<i>I mostly say positive things to others</i>	3. Saya mengatakan hal positif tentang merek Bear Brand kepada orang lain selama pandemi Covid-19	
	<i>I discuss the quality of the products offered</i>	4. Saya berdiskusi tentang kualitas merek Bear Brand selama pandemi Covid-19	
	<i>I discuss the prices of products offered</i>	5. Saya berdiskusi tentang harga merek Bear Brand selama pandemi Covid-19	
Panic Buying (Variabel Independen)	<i>I think it is highly infective</i>	6. Saya pikir Covid19 mudah menular	(Zhang, 2021)
	<i>I would feel panic if i saw or heard of a rise in the number of confirmed cases in the context of the current situation of the epidemic</i>	7. Saya merasa panik jika melihat peningkatan angka kasus penularan selama pandemi Covid-19	
	<i>I think it is possible to go to crowded places</i>	8. Saya pikir memungkinkan untuk pergi ke tempat ramai selama pandemi Covid-19	
	<i>I will wear a mask when i go out</i>	9. Saya akan menggunakan masker keluar rumah selama pandemi Covid-19	
Brand Image (Variabel Independen)	<i>I think the ingredients of the products is the strength</i>	10. Saya pikir kandungan merek Bear Brand adalah kekuatan dari produk tersebut selama pandemi Covid-19	(Lutfie, 2016)

	<i>I feel the quality products fit my needs</i>	11. Saya merasa kualitas merek Bear Brand sesuai dengan kebutuhan saya selama pandemi Covid-19	
	<i>I find the concept of the products is an interesting uniqueness</i>	12. Saya menemukan konsep merek Bear Brand merupakan produk yang menarik selama pandemi Covid-19	
<i>Purchase Intention</i> (Variabel Dependen)	<i>I pay attention to product details</i>	13. Saya memerhatikan kandungan merek Bear Brand selama pandemi Covid-19	(Suwandari, 2008)
	<i>I 'm interested in the product</i>	14. Saya merasa tertarik dengan merek Bear Brand selama pandemi Covid-19	
	<i>I feel the desire to own the product</i>	15. Saya menginginkan merek Bear Brand selama pandemi Covid-19	
	<i>I will buy the product</i>	16. Saya akan membeli merek Bear Brand selama pandemi Covid-19	

Sumber: data diolah peneliti (2022)

Penilaian atas responden memakai skala *likert* 1-6, skala pengukuran terdiri dari 6 kategori respon yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, sedikit tidak setuju, sedikit setuju, setuju dan sangat setuju (Budiaji, 2013). Alasan peneliti menggunakan skala *likert* 1-6 adalah untuk memudahkan responden dalam menjawab dan menghilangkan jawaban di responden yang ragu. Nilai dari pengukuran setiap skala yaitu:

STS (Sangat Tidak Setuju): 1

TS (Tidak Setuju): 2

SDTS (Sedikit Tidak Setuju): 3

SDS (Sedikit Setuju): 4

S (Setuju): 5

SS (Sangat Setuju): 6

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan kuesioner *online*, memberikan daftar pernyataan kepada responden untuk di isi sesuai pendapat masing-masing responden (Sugiyono, 2010). Data tersebut nantinya akan diambil melalui kuesioner yang disebar kepada responden yang memenuhi kriteria, lalu akan di olah oleh peneliti sebagai sumber data.

Kuesioner *google form* akan di sebar dengan target minimal 140 responden melalui sosial media seperti WhatsApp, Line, Twitter dan Instagram dengan pesan *broadcast*, responden tersebut diharapkan dapat menjawab sesuai dengan pernyataan yang terdapat pada kuesioner *online*.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode mengelola data yang sudah terkumpul dari responden kuesioner lalu di olah untuk mengambil kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti memakai metode teknik SEM (*Structural Equation Modelling*) untuk mengelola data akan menggunakan software SPSS versi 25 untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan LISREL versi 8.8 untuk uji kecocokan model dan hipotesis, peneliti menggunakan software tersebut karena

mampu mengidentifikasi hubungan antara variabel yang kompleks dan terdapat berbagai pilihan cara dengan program sederhana.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis empiris secara gambaran berisi informasi yang didapat oleh peneliti tentang suatu fenomena. Data tersebut bersumber dari jawaban responden yang terdapat pada kuesioner. Lalu di sajikan dalam bentuk tabel kemudian di hitung berdasarkan frekuensi atau persentase (Ghozali, 2005).

3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah sebuah alat ukur sudah tepat dan sesuai yang menggunakan kuesioner. Pada penelitian ini, peneliti menguji validitas dengan menggunakan *software* SPSS versi 25, untuk mengukur uji validitas dengan melihat nilai Pearson jika r hitung $>$ r tabel dikatakan valid. Sedangkan sebaliknya, jika nilai r hitung $<$ r tabel maka dikatakan tidak valid (Malhotra, 2010).

3.6.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah data tersebut dapat di andalkan atau tidak yaitu, sejauh mana suatu uji terpercaya untuk menghasilkan skor yang konsisten walaupun dites pada situasi yang berbeda (Sugiyono, 2010). Peneliti menguji reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS versi 25, pengujian reliabilitas di uji dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*.

Menggambarkan seberapa baik item yang ada, apakah saling berkorelasi secara positif satu sama lain. Jika Cronbach Alpha $>0,60$ maka dikatakan reliabel (Sugiyono, 2010).

3.6.4 Uji Kesesuaian Model

Terdapat langkah untuk menguji kelayakan model *Structural Equation Modelling* (SEM), peneliti menguji kesesuaian model dengan menggunakan *software* Lisrel versi 8.8 dengan cara melakukan uji kecocokan berdasarkan *fit indices*. *Fit indices* pada SEM terbagi menjadi tiga bagian, yaitu *Absolute Fit Measure*, *Incremental Fit Measures* dan *Parsimonious Fit Measures*.

Absolute Fit Measures adalah sebuah ukuran kecocokan yang menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model struktural dan pengukuran) terhadap matrik korelasi dan kovarian. Terdapat alat ukur pada *Absolute Fit Measure* yaitu:

1. Uji *Chi Square* adalah alat ukur untuk mengevaluasi *fit* model secara keseluruhan dan menilai besarnya perbedaan antara sampel dan matriks kovarian. Model dikatakan *perfect fit* jika nilai *chi square* = 0.

2. *Goodness of Fit Index* (GFI) adalah tingkatan ketepatan suatu model dalam menghasilkan matriks kovarian yang teramati. Model dianggap *fit* jika nilai $GFI \geq 0,9$.

3. *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasi

nya. Suatu model dikatakan *close fit* jika memiliki nilai RMSEA kurang dari atau sama dengan 0,05 dan suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki nilai RMSEA, $0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,08$.

Incremental Fit Measures menunjukkan ukuran kecocokan yang bersifat relatif, digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan oleh peneliti. Terdapat alat ukur pada *Incremental Fit Measures* yaitu:

1. *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI), merupakan modifikasi dari GFI untuk *degree of freedom* (df) dalam model. Suatu model dikatakan *good fit* jika memiliki AGFI lebih besar atau sama dengan 0,90 ($\text{AGFI} \geq 0,90$) dan dikatakan *marginal fit* jika ($0,80 \leq \text{AGFI} \leq 0,90$).
2. *Tucker Lewis Index* (TLI), dikenal juga sebagai *Non-Normed Fit Index* (NNFI), digunakan sebagai sarana untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. Nilai TLI berkisar di antara 0 sampai 1. Sebuah model dikatakan *good fit* jika memiliki nilai $\text{TLI} \geq 0,9$, dan dikatakan *marginal fit* apabila memiliki nilai $\text{TLI} (0,8 \leq \text{TLI} \leq 0,9)$.
3. *Comparative Fit Index* (CFI), merupakan bentuk revisi dari NFI yang memperhitungkan ukuran sampel yang dapat menguji dengan baik, bahkan ketika ukuran sampel kecil. Nilai CFI berkisar di antara 0 sampai 1. Suatu model dikatakan *good fit* jika memiliki nilai CFI lebih besar atau sama dengan 0,9 ($\text{CFI} \geq 0,9$) dan dikatakan *marginal fit* jika ($0,8 \leq \text{CFI} \leq 0,9$).

Parsimonious Fit Indices memiliki fungsi sebagai pembanding nilai keseluruhan model dan menentukan mana model yang terbaik berdasarkan indeks berikut:

Tabel 3. 2 Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of fit indices</i>	<i>Cut-off value</i>
<i>Chi square</i>	Semakin kecil semakin baik
GFI	$\geq 0,90$
RMSEA	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
AGFI	$0,8 \leq AGFI \leq 0,9$
TLI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$

Sumber: (Sarjono, 2015)

3.6.5 Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis menggambarkan hubungan antara variabel, peneliti menggunakan *software* Lisrel versi 8.8 dari nilai *standardized total effects* yang akan menggambarkan berapa besar pengaruh atau hubungan antar variabel dan melihat *t values* $\geq 1,96$ sebagai nilai yang signifikan (Sugiyono, 2010).