

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jakarta karena banyak cabang Solaria berada di Jakarta, setidaknya ada 56 cabang Solaria di Jakarta. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari - April 2023 dengan *timeline* sebagai berikut :

Tabel 3.1 *Timeline* Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian			
		Januari	Februari	Maret	April
1	Perencanaan Penelitian - Peninjauan Topik Penelitian - Identifikasi dan perumusan masalah - Studi Pendahuluan - Perumusan Hipotesis - Penentuan Sampel Penelitian	√	√		
2	Pelaksanaan Penelitian - Pengumpulan Data - Analisis Data			√	
3	Penyusunan Laporan				√

3.2 Desain Penelitian

Disebut desain penelitian karena untuk melakukan riset pemasaran diperlukan kerangka kerja. Ada dua jenis desain penelitian yaitu eksploratif dan konklusif. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah eksploratif dan konklusif deskriptif. Penelitian eksploratif bertujuan untuk

menyelidiki suatu masalah agar dapat dipahami sepenuhnya sedangkan penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan sesuatu. Penelitian deskriptif membutuhkan informasi rinci dan membuat pernyataan yang jelas tentang masalah yang dihadapi.

Karena hipotesisnya yang jelas dan spesifik serta data yang dikumpulkan dari satu sampel selama satu periode waktu maka digunakan metode penelitian deskriptif dan desain *cross sectional*.

3.3 Populasi Dan Sampel

Penelitian ini menjadikan *follower* Facebook, Instagram, dan Twitter Solaria sebagai populasi dan sampel. Alasan utama pemilihan *follower* Facebook, Instagram, dan Twitter Solaria sebagai populasi dan sampel adalah *follower* tersebut aktif menggunakan *social media*, mudah mendapatkan data, dan *follower* dapat dijadikan calon pelanggan untuk produk baru atau promosi baru. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Akibatnya, pemilihan unit *sampling* didasarkan pada penilaian subjektif daripada penerapan teori probabilitas. *Convenience sampling* atau memilih sampel yang paling mudah diakses adalah jenis *non probability sampling* yang digunakan peneliti melalui Facebook, Instagram, dan Twitter.

Sampel yang digunakan sebanyak 250 responden yang berusia di atas 17 tahun. Usia ditentukan di atas 17 tahun karena dianggap telah dewasa dan dapat menentukan persepsinya sendiri. Selain itu responden yang dipilih adalah yang berdomisili di Jakarta, pernah berkunjung ke Solaria, dan pernah menggunakan *social media* Solaria. Bentler dan Chou, (1987) menyarankan rasio jumlah responden terhadap jumlah item atau butir pertanyaan minimal 10:1. Penelitian ini menggunakan 23 item, jadi sampel yang harus digunakan minimal 230 responden tetapi untuk mendapatkan data yang lebih baik, digunakan 250 responden. Hair et al. (2019) menyatakan jika model terdiri dari kurang atau sama dengan 5 konstruk atau variabel dan masing-masing konstruk atau variabel tersebut terdiri dari 3 indikator atau item serta *communalities* itemnya 0,6 atau lebih maka minimal diperlukan 100 responden.

3.4 Pengembangan Instrumen / Kuesioner

Peneliti melakukan *pre-test* kepada 5 responden sebelum melakukan survei utama untuk mengumpulkan data primer (Malhotra et al., 2012). *Pre-test* atau *pilot-test* bertujuan untuk mengidentifikasi apakah responden memahami pertanyaan, kalimat, urutan, tata letak, dan petunjuk yang ada pada kuesioner.

Kuesioner dirancang berdasarkan penelitian oleh Hyun (2009) dan Koivulehto (2017). Kuesioner dibagi menjadi delapan bagian yang mempunyai topik berbeda. Bagian pertama terkait dengan perilaku konsumen dalam pembelian. Bagian kedua terkait dengan penggunaan *social media* Solaria, bagian ketiga terkait dengan *social media marketing activities*, bagian keempat terkait dengan *value equity*, bagian kelima terkait dengan *brand equity*, dan bagian keenam terkait dengan *relationship equity*, bagian ketujuh terkait dengan *purchase intention*, dan bagian kedelapan terkait dengan profil responden. Pada bagian ketiga sampai ketujuh digunakan skala Likert 1-4. 1 berarti sangat tidak setuju, 2 berarti tidak setuju, 3 berarti setuju, dan 4 berarti sangat setuju. Untuk mengukur *social media marketing activities*, ada “lima item” yang ditanyakan, *value equity* “lima item”, *brand equity* “lima item”, *relationship equity* “lima item” dan *purchase intention* “tiga item”.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Data primer dikumpulkan melalui survei *online* dengan meminta responden untuk menanggapi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup dan setengah terbuka. Kuesioner setengah terbuka adalah kuesioner yang selain memiliki pertanyaan dengan pilihan jawaban juga memungkinkan responden untuk mengungkapkan pendapatnya. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang telah tersedia pertanyaan dengan pilihan jawaban. Data sekunder dikumpulkan melalui jurnal penelitian sebelumnya, dll. Data interval menggunakan skala Likert merupakan jenis data yang digunakan. Skala Likert merupakan skala yang menunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju seseorang terhadap suatu pernyataan (McDaniel & Gates, 2013: 315). Penggunaan skala Likert dalam penelitian ini dikarenakan beberapa alasan, antara lain membuat responden menjadi lebih mudah dalam menentukan apakah setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang ada pada kuesioner (Malhotra & Malhotra, 2012: 308) dan lebih menarik serta mudah diisi oleh responden (Sugiyono, 2009: 96).

Rensis Likert membuat skala Likert yaitu skala 1 sampai 5 dengan pilihan 1 berarti sangat tidak setuju, 2 berarti tidak setuju, 3 berarti netral, 4 berarti setuju, dan 5 berarti sangat setuju. Namun pada penelitian ini dimodifikasi menjadi skala Likert 1 sampai 4 dengan pilihan 1 berarti sangat tidak setuju, 2 berarti tidak setuju, 3 berarti setuju, dan 4 berarti sangat setuju. Hadi (1991) menegaskan bahwa skala Likert 1 sampai 4 diperlukan untuk mengatasi kekurangan skala Likert 1 sampai 5 yaitu dengan menghilangkan jawaban netral yang di tengah. Alasannya adalah : (1) Jawaban netral di tengah memiliki arti ganda yaitu tidak menyatakan setuju dan juga tidak menyatakan tidak setuju. (2) Ada kecenderungan untuk memberikan jawaban netral yang di tengah. (3) Pilihan jawaban STS-TS-S-SS digunakan untuk menentukan apakah responden memiliki kecenderungan tidak setuju atau setuju terhadap pernyataan yang ada pada kuesioner.

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) yang merupakan gabungan dari analisis faktor dan regresi. Analisis data diawali dengan membuat *measurement model* / model pengukuran untuk menguji validitas dan reliabilitas menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) kemudian dengan membuat *structural model* / model struktural untuk menguji hipotesis. Dalam membuat model pengukuran, uji *Goodness of Fit* juga harus dilakukan, demikian juga dalam pembuatan model struktural, uji *Goodness of Fit* juga harus dilakukan. Model pengukuran menunjukkan hubungan antara variabel dan indikator sedangkan model struktural menunjukkan hubungan antara variabel dan variabel lainnya.

1) Uji Validitas

Uji validitas mengukur kehandalan dan kapasitas instrumen atau kuesioner dalam mengukur variabel. Ada tiga jenis validitas yakni validitas isi, validitas kriteria, dan validitas konstruk (Allen & Yen, 1979; Kerlinger, 1986). Namun peneliti dapat memilih jenis validitas yang disesuaikan dengan tujuan pengembangan instrumen.

Validitas isi menunjukkan apakah isi kuesioner atau masing-masing pertanyaan layak atau relevan dengan tujuan penelitian atau apakah masing-masing pertanyaan tersebut penting atau tidak penting digunakan dalam penelitian. Validitas isi diuji oleh panel yang memenuhi syarat

melalui analisis rasional atau melalui *expert judgement*. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa validitas isi diuji berdasarkan penilaian pribadi atau subyektif.

Validitas kriteria ditentukan berdasarkan kriteria dan terdiri dari validitas kriteria internal dan eksternal. Semua item survei dan pertanyaan berfungsi sebagai kriteria validitas kriteria internal. Validitas internal juga disebut validitas item dan ditentukan dengan membandingkan setiap item dengan semua item lainnya sebagai kriteria. Oleh karena itu nilai koefisien hubungan antara skor suatu item atau antara item dengan skor keseluruhan item dapat dijadikan alat dalam menentukan validitas suatu item. Jika hanya ada satu faktor atau variabel maka validitas item sering digunakan. Sedangkan validitas kriteria eksternal menggunakan skor dari kuesioner lain sebagai kriteria, misalnya skor dari kuesioner lain yang sebanding dan dianggap dapat diandalkan atau standar secara luas.

Validitas konstruk biasanya dilakukan ketika terdapat lebih dari satu faktor atau variabel. Validitas konstruk bertujuan untuk memastikan apakah variabel yang digunakan telah sesuai dengan teori dan apakah setiap pertanyaan atau indikator telah sesuai dengan variabel. Validitas konvergen dan validitas diskriminan adalah dua komponen yang membentuk variabel konstruk. Validitas konvergen menunjukkan bahwa masing-masing pertanyaan atau indikator telah sesuai dengan variabelnya. Sedangkan validitas diskriminan merupakan pengukuran dengan indikator reflektif yang dievaluasi berdasarkan pengukuran cross loading konstruk (Ghozali, 2015). Analisis faktor dapat digunakan untuk melakukan uji validitas konstruk dengan menggunakan metode Exploratory Factor Analysis (EFA) atau Confirmatory Factor Analysis (CFA).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini menguji validitas konstruk khususnya validitas konvergen dan metode yang digunakan adalah CFA yang merupakan komponen SEM (*Structural Equation Modeling*). Peneliti menggunakan CFA, bukan EFA karena masing-masing variabel sudah memiliki indikator-indikator. Jadi indikator-indikator yang ada sudah ditentukan dan mengelompok pada masing-masing variabel. Oleh sebab itu CFA digunakan untuk memastikan bahwa indikator-indikator tersebut adalah milik suatu variabel. Validitas konstruk ditentukan berdasarkan nilai *standardized loading factor* dan validitas konvergen.

Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dalam analisis data. Analisis data dilakukan dengan membuat model pengukuran terlebih dahulu untuk menentukan validitas dan reliabilitas menggunakan CFA kemudian dengan membuat model struktural untuk menguji hipotesis. Dalam membuat model pengukuran, uji *Goodness of fit* juga harus dilakukan, demikian juga dalam pembuatan model struktural, uji *Goodness of fit* juga harus dilakukan.

Untuk uji *Goodness of fit* terdapat beberapa kriteria atau nilai *cut off* agar model dapat dikatakan fit. Hair et al., (2019) menyarankan $\chi^2 / p\text{-value} > 0,05$, $RMSEA < 0,07$, $GFI > 0,90$, $CFI > 0,90$, dan PNFI semakin tinggi semakin baik. Jöreskog dan Sörbom (1993) menyarankan $AGFI \geq 0,80$. Bagozzi dan Yi (1988) menyarankan $TLI > 0,90$, $NFI > 0,80$. Kline (2010) menyarankan χ^2/df antara 1-5. Kemudian Junaidi (2021) menyarankan PGFI antara 0-1.

Namun sebelumnya harus dilakukan uji signifikansi parameter terlebih dahulu untuk mengetahui apakah indikator dapat mengukur variabel yang diuji. Jika $p\text{-value} < 0,05$ atau $C.R > 1,967$ ($C.R. = t\text{ value}$) maka indikator tersebut dinyatakan signifikan dan analisis selanjutnya (uji validitas konstruk) dapat dilakukan. Jika hasilnya tidak signifikan, maka indikator tersebut harus dihilangkan. Untuk validitas konstruk, data dianggap valid jika *standardized loading factor* $\geq 0,5$ (Byrne, 2016). Jika tidak valid, maka indikator tersebut harus dihilangkan dari analisis selanjutnya. jika tidak valid. Pendapat lain juga menyatakan bahwa *standardized loading factor* harus minimal 0,5 dan untuk validitas konvergen harus sama atau melebihi 0,5 (Hair, 2019).

2) Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas dilakukan maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas data. Uji reliabilitas adalah uji yang menilai konsistensi variabel yang digunakan dalam penelitian. Ketika responden secara konsisten atau mantap memberikan tanggapan yang sama terhadap pertanyaan, suatu variabel dianggap reliabel. Reliabilitas suatu alat ukur dalam hal ini kuesioner dalam menentukan gejala yang sama ditunjukkan dengan suatu angka indeks. Oleh karena itu jika kuesioner yang sama digunakan berkali-kali untuk mengukur hal yang sama maka hasilnya akan sama. Hair, dkk., (2010) menyatakan reliabilitas dinyatakan baik jika nilai *Composite Reliability* (CR) $\geq 0,70$ dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) $\geq 0,50$. Nilai 0,6 - 0,7 masih diterima jika validitas konstruk indikator yang lain juga baik. (Hair Jr dkk, 2014).

3) Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Untuk menguji hipotesis perlu dibuat model struktural dan dalam membuat model struktural, uji *Goodness of fit* juga harus dilakukan. Model struktural menunjukkan hubungan antara variabel. Untuk hipotesis, jika hasil

$p\text{-value} < 0,05$ atau $C.R. > 1,967$ ($C.R. = t\text{ value}$), maka hipotesis dapat diterima atau ada pengaruh signifikan. Kemudian jika nilai β positif maka ada pengaruh yang positif. Untuk mengukur hipotesis “H8, H9, H10” dimana satu variabel memediasi dua variabel, digunakan Uji Sobel.

4) Uji Kesesuaian Model (*Goodness of Fit Test*)

Pada penelitian ini dilakukan uji kesesuaian model atau *Goodness of fit*. Model dapat diterima jika nilai uji *Goodness of fit* yang dihasilkan baik tetapi harus dimodifikasi atau ditolak jika nilainya buruk.

Menurut Junaidi (2021), *Goodness of fit* terdiri dari *absolute fit measure* yang mengukur model *fit* secara keseluruhan baik *structural model* maupun *measurement model*, *incremental fit measures* yang membandingkan *proposed* model dengan model lain dan *parsimonious fit measures* yang melakukan *adjustment* terhadap pengukuran *fit* untuk dapat dibandingkan antara model dengan jumlah koefisien yang berbeda.

- *Absolute Fit Measures*

a. *Likelihood-Ratio Chi-Square Statistic*

Likelihood-ratio chi-square (χ^2) adalah indikator utama *overall fit*. Nilai *chi-square* yang tinggi akan menghasilkan nilai probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikansi (α). Sebaliknya nilai *chi-kuadrat* yang rendah akan menghasilkan nilai probabilitas (p) lebih besar dari tingkat signifikansi (α). Untuk mengantisipasi bahwa model yang disarankan akan sesuai dengan data pengamatan maka perlu dicari nilai *chi-kuadrat* yang tidak signifikan dalam situasi ini.

b. GFI

Nilai *Goodness of Fit Index* (GFI) antara 0 - 1, dan ini merupakan ukuran non statistik. Nilai di atas 90% dianggap sebagai tolok ukur kecocokan yang baik.

c. RMSEA

Root mean square error of approximation (RMSEA) mencoba memperbaiki kekurangan *chi-kuadrat* yang cenderung menolak model dengan banyak sampel. Nilai RMSEA yang dapat diterima antara 0 dan 8 poin. RMSEA sesuai untuk menguji model dengan ukuran sampel yang cukup besar.

- *Incremental Fit Measures*

a. TLI

Tucker Lewis Index juga dikenal sebagai indeks kecocokan non norma atau NNFI. Nilai TLI berkisar dari 0 hingga 1. Nilai TLI yang disarankan adalah sama dengan atau lebih besar dari 0,9.

b. NFI

Membandingkan model yang diusulkan dengan model null dilakukan dengan menggunakan Norm Fit Index. Nilai NFI berkisar dari 0 hingga 1. Umumnya disarankan sama dengan atau lebih besar dari 0,9.

c. CFI

Comparative Fit Index adalah versi NFI yang dimodifikasi yang mempertimbangkan ukuran sampel yang menunjukkan kinerja yang baik bahkan dalam ukuran sampel yang kecil. Seperti NFI, kisaran nilai statistik ini adalah 0 hingga 1. Nilai CFI 0,95 sekarang dianggap sebagai indikasi kesesuaian model, dibandingkan dengan kriteria *cut off* sebelumnya sebesar 0,90, menurut penelitian terbaru. Indeks ini saat ini merupakan pengukuran yang paling banyak digunakan karena ukuran sampel berdampak minimal terhadapnya.

d. RNI

Kesesuaian yang teramati dari pengujian model dilakukan dengan menggunakan model *null* dibandingkan dengan *Relative Noncentrality Index*.

- *Parsimonious Fit Measures*

a. PNFI

Varian NFI adalah PNFI, atau indeks kesesuaian normal. Jumlah derajat kebebasan yang digunakan untuk mencapai tingkat kesesuaian merupakan komponen PNFI. Semakin baik nilai PNFI seharusnya semakin tinggi. Membandingkan model dengan berbagai derajat kebebasan adalah aplikasi utama PNFI.

b. PGFI

Parsimonious Goodness of fit Index (PGFI) yang didasarkan pada *Parsimony Estimated Model* memodifikasi GFI. Nilai PGFI berkisar dari 0 hingga 1.

