

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Tempat yang penulis pilih dalam melakukan penelitian ini adalah Universitas Negeri Jakarta. Alasan penulis memilih Universitas Negeri Jakarta karena pengguna internet terbanyak merupakan kalangan milenial, yang dimana kalangan milenial merupakan pelajar dan mahasiswa, sehingga mahasiswa merupakan objek yang cocok dalam penelitian ini (Haryanto, 2019).

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Juni 2020.

3.2 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, merupakan sebuah proses untuk mendapatkan dan menerima suatu pengetahuan yang menggunakan data yang berupa angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan dan informasi mengenai sesuatu yang ingin diketahui (Darmawan, 2016, h. 37).

Deskriptif merupakan desain penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, dimana menurut Darmawan (2016, h. 133) penelitian deskriptif dilakukan untuk membuat penjelasan secara sistematis faktual, dan akurat tentang fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah berbelanja *online* menggunakan Shopee.

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah berbelanja online menggunakan Shopee sebanyak 200 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari para narasumbernya (Darmawan, 2016, h. 13).

Data primer ini akan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada para responden. Kuesioner atau angket tertutup ini terdiri dari beberapa pertanyaan atau pernyataan dengan beberapa pilihan yang sudah ditentukan (Suwartono, 2014, h. 53).

3.5 Penyusunan Instrumen

Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian adalah citra merek (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sebagai variabel bebas, variabel *intervening* niat beli (Y), dan variabel terikat yaitu kepuasan (Z).

3.5.1 Variabel Dependen

Menurut Darmawan (2016, h. 109) variabel dependen disebut juga sebagai *output*, kriteria, dan konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia variabel dependen disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi dan atau yang menjadi suatu akibat karena adanya variabel bebas.

3.5.2 Variabel *Intervening*

Menurut Darmawan (2016, h. 110) merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi atau memperkuat hubungan antar variabel independen dan variabel dependen, tetapi tidak dapat diamati dan diukur.

3.5.3 Variabel Independen

Menurut Darmawan (2016, h. 109) variabel independen disebut juga sebagai variabel stimulus, *predictor*, *antecedent*. Variabel independen dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan

variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab dari perubahannya atau timbulnya variabel terikat.

Tabel III.1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator Aseli	Indikator Adaptasi	Sumber
<i>Celebrity Endorser</i>	<i>[Endorser] is attractive</i>	Didi Kempot adalah sosok yang menarik	Dwivedi (2014), Erfgen (2015)
	<i>[Endorser] is trustworthy</i>	Didi Kempot dapat dipercaya	
	<i>When I think of endorser as an endorser, brand is one of the first brand I think about.</i>	Ketika saya memikirkan Didi Kempot sebagai endorser, Shopee adalah yang saya pikirkan pertama kali	
	<i>I think endorser is an appropriate endorser for brand.</i>	Saya pikir Didi Kempot adalah endorser yang tepat untuk Shopee	
	<i>I still believe the celebrity endorser is a knowledgeable spokesperson for the product</i>	Saya percaya Didi Kempot adalah juru bicara yang berpengetahuan luas untuk Shopee	
	<i>I still believe the celebrity endorser is a qualified spokesperson for the product</i>	Saya percaya Didi Kempot adalah juru bicara yang memenuhi syarat untuk Shopee	
<i>Service Quality</i>	<i>Employees very friendly</i>	Didi Kempot sangat bersahabat	Raajpoot (2010), Akter (2013), Rahhal (2015)
	<i>Employees very courteous</i>	Didi Kempot sangat sopan	
	<i>Provide the service by a certain time</i>	Didi Kempot dapat menjelaskan bahwa Shopee menyediakan pelayanan dalam waktu tertentu	
	<i>Having information from it has been worthwhile</i>	Didi Kempot memberikan informasi yang bermanfaat	
	<i>Provide service right the first time</i>	Didi Kempot dapat menjelaskan bahwa Shopee menyediakan layanan yang benar	
	<i>System is simple to use</i>	Didi Kempot dapat menjelaskan bahwa	

		Shopee mudah untuk digunakan	
	<i>Protects my personal information</i>	Didi Kempot dapat menjelaskan bahwa Shopee melindungi informasi-informasi rahasia	
	<i>Willingness of the firm's staff to help customers</i>	Didi Kempot dapat menjelaskan bahwa staf Shopee selalu sedia membantu	
	<i>Provides service on time</i>	Didi Kempot mampu menjelaskan bahwa Shopee menyediakan pelayanan tepat waktu	
	<i>Handle customers complaints in time effective</i>	Didi Kempot mampu menjelaskan bahwa Shopee dapat menangani keluhan pelanggan secara efektif	
<i>Purchase Intention</i>	<i>I would consider buying the product from the seller in the future</i>	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk dari Shopee	Hsu (2015), Bai (2015), Lu (2016)
	<i>Immediately buy the product after obtaining product information from Renren.</i>	Saya segera membeli produk setelah mendapatkan informasi dari Shopee	
	<i>I intend to buy the product from the seller.</i>	Saya bermaksud untuk membeli produk dari Shopee	
	<i>I will frequently purchase paid apps in the future</i>	Saya akan sering menggunakan Shopee di masa depan	
	<i>I find purchasing in-app products and services to be worthwhile.</i>	Saya menemukan bahwa pembelian produk dalam Shopee bermanfaat	
	<i>I strongly recommend others to purchase in-app products and services</i>	Saya sangat menyarankan orang lain untuk membeli produk menggunakan Shopee	
	Tertarik untuk mencoba produk <i>Motor Blue Core</i> merek Yamaha	Saya tertarik untuk mencoba produk dari Shopee	
	Akan beralih ke	Saya akan beralih ke	

	produk <i>Motor Blue Core</i> merek Yamaha apabila ingin berganti motor	Shopee apabila ingin membeli produk	
<i>Satisfaction</i>	<i>I am satisfied with the telephone company.</i>	Saya puas dengan Shopee	Chung (2018), Rahhal (2015), Hsu (2016)
	<i>I am happy with the telephone company</i>	Saya senang dengan Shopee	
	<i>The service agent provides up-to-date contents.</i>	Shopee menyediakan konten terbaru	
	<i>Using the app makes me feel very delighted</i>	Menggunakan Shopee membuat saya senang sekali	
	<i>The website understands your problems and requests.</i>	Shopee mengerti permintaan saya	
	<i>My choice to deal with this telephone company is a wise one.</i>	Pilihan saya untuk menggunakan Shopee adalah pilihan yang bijaksana	
	<i>The website responds to your requests fast enough</i>	Shopee merespons permintaan saya dengan cukup cepat	
	<i>You are satisfied with the customer support provided by the website.</i>	Saya puas dengan dukungan pelanggan yang disediakan Shopee	
	<i>Using service agents is more efficient than other forms of communication.</i>	Menggunakan Shopee lebih efisien daripada menggunakan yang lain	
	<i>The service agent gives the newest information.</i>	Agen layanan Shopee memberi informasi yang terbaru	

Sumber: Diolah Penulis

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert merupakan skala pengukuran dengan menggunakan lima kategori respon mulai dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju, dimana responden harus menentukan persetujuan dan ketidaksetujuan dari masing-masing pernyataan untuk mengukur sikap,

pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial (Darmawan, 2016, h. 169). Berikut nilai dalam skala pengukuran:

Tabel III.2
Skala Pengukuran

Kriteria Jawaban	Skor	Kode
Sangat tidak setuju	1	STS
Tidak setuju	2	TS
Netral	3	N
Setuju	4	S
Sangat Setuju	5	SS

Sumber: Malhotra (2009)

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan SPSS versi 24 dan menganalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan Lisrel versi 8.8 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian ini. Melalui SEM, tidak hanya hubungan langsung dan tidak langsung pada variabel yang diamati akan terdeteksi, tetapi komponen-komponen yang berkontribusi dalam pembentukan itu sendiri dapat ditentukan besarnya. Sehingga, hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel dan konstruk akan menjadi lebih informatif, lengkap, dan akurat.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Malhotra (2009, h. 288) adalah instrumen dalam kuesioner yang digunakan untuk mengukur perbedaan dari karakteristik objek, dan bukan kesalahan sistematis. Indikator-indikator tersebut dapat mencerminkan karakteristik dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas bertujuan untuk memastikan adanya hubungan yang signifikan antar variabel.

Faktor analisis dapat digunakan untuk menguji validitas dari instrumen. Faktor analisis merupakan sebuah teknik multivariat yang menegaskan dimensi konsep yang telah didefinisikan secara operasional dan yang menunjukkan item yang paling tepat untuk masing-masing dimensi

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2009, h. 97) uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuesioner yang menggambarkan indikator-indikator dari variabel. Kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang dari pertanyaan yang adalah konsisten dari waktu ke waktu. Saat pengujian, biasanya akan menggunakan batasan-batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Metode *Cronbach's Alpha* adalah metode yang digunakan oleh Priyatno. Pada penelitian ini, perhitungan reliabilitas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas instrument
- σb^2 = jumlah butir varian
- K = banyaknya pertanyaan
- σt^2 = jumlah varian total

3.8 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, akan digunakan SPSS versi 24 dan akan menggunakan Lisrel versi 8.8 untuk mengelola dan menganalisis data. Menurut Sanusi (2011, h. 186) hasil uji hipotesis antara variabel ditunjukkan dari nilai t hitung pada model persamaan struktural atau nilai *standardized total effects* yang membandingkan nilai kritisnya pada tabel, signifikansi 0,05. Kriteria dalam pengujian adalah dengan memperhatikan nilai *t-value* > 1.96 untuk hubungan variabel dapat dikatakan signifikan atau melalui nilai probabilitas (p) dari nilai koefisien lamda. Apabila nilai p lebih kecil dari 0,05 maka indikator tersebut signifikan. Indeks kesesuaian menurut Sanusi (2011) adalah sebagai berikut:

3.8.1 *Chi-Square* (CMIN)

Chi-Square merupakan alat ukur yang paling mendasar untuk mengukur keseluruhan *fit*. *Chi-Square* ini bersifat sangat sensitif terhadap besarnya

sampel yang digunakan. Bila jumlah sampel yang digunakan lebih dari 200 sampel, maka chi-square harus di dampingi oleh alat uji lainnya. Model yang diuji akan dipandang baik atau memuaskan nilai nilai chisquare rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* (CMIN) maka semakin baik model tersebut dan diterima berdasarkan probabilitas (p) dengan *cut off value* sebesar $p > 0,05$. Sampel yang terlalu kecil (kurang dari 50) maupun sampel yang terlalu besar akan sangat mempengaruhi chi-square.

Oleh karena itu, penggunaan *chi-square* hanya sesuai bila ukuran sampel adalah antara 100 dan 200. Bila ukuran sampel diluar rentang itu, uji signifikansi menjadi kurang reliabel, maka pengujian ini perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya.

3.8.2 GFI (Goodness of Fit Index)

Indeks kesesuaian ini adalah sebuah ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan fit yang lebih baik. GFI yang diharapkan adalah nilai diatas 0.95.

3.8.3 CMIN/DF

CMIN/DF dihasilkan dari statistik chi-square (CMIN) dibagi dengan *Degree of Freedom* (DF) yang merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat *fit* dari suatu model. CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar $\leq 3,00$ yang menunjukkan adanya penerimaan dari model.

3.8.4 CFI (Comparative Fit Index)

Indeks ini tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel, oleh karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model. Besaran indeks CFI berada pada rentang 0-1, apabila semakin mendekati 1, berarti hal itu mengindikasikan bahwa tingkat penerimaan model yang paling tinggi. Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar $\geq 0,95$. Dalam pengujian model, indeks TLI dan CFI sangat disarankan untuk digunakan karena indeks-indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi pula oleh kerumitan model.

3.8.5 RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)

Indeks ini digunakan untuk mengkompetensikan statistik chi-square dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan apabila model 73 diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,05 menunjukkan bahwa model diterima.