

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiono, 2018). Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu desain penelitian deskriptif dengan sumber data primer.

3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah berada di toko Jolie Jl. Kapten Piere Tendean No.29, Wirobrajan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55252.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3 1
Agenda Kegiatan

Keterangan	Waktu						
	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
BAB 1							
BAB II							
BAB III							
Seminar Proposal							

Keterangan	Waktu						
	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Revisian Pasca Seminar Proposal							
Penelitian							
BAB IV - V							
Sidang Skripsi							

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan obyek atau atribut yang memiliki variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut (Sugiyono, 2016). Variabel atau bisa disebut dengan varians memiliki 4 jenis yaitu variabel terikat, variabel bebas, variabel ketergantungan dan variabel antara. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Endogen (terikat)

Variabel endogen merupakan variabel keluaran, konsekuen dan kriteria (Sugiyono, 2016). Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel endogen dalam penelitian ini yaitu minat beli.

2. Variabel Eksogen (bebas)

Variabel eksogen merupakan variabel yang menjai sebab timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2016). Variabel eksogen merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Variabel eksogen dalam penelitian ini yaitu

pengaruh *marketing mix*. Berikut operasional variable dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini terdapat pada tabel 3.2

Tabel 3 2
Operasional Variable Dan Indikator

No	Variabel	Operasional Variabel Penelitian	Indikator	Sumber
1	Produk	produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, dan/atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur 2. Kualitas produk 3. Disain menarik 4. Variasi produk 	(Tjiptono, 2018)
2	Harga	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat harga kompetitif 2. Daya saing harga terjangkau 3. Kesesuaian harga dengan manfaat. 4. Sesuai dengan kualitas 	(Stanton, 2016)

No	Variabel	Operasional Variabel Penelitian	Indikator	Sumber
3	Tempat	Tempat adalah pemilihan tempat fisik merupakan pertimbangan terhadap faktor-faktor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Ekspansi 4. Tempat parkir 5. Kenyamanan 	(Hutapea, 2020)
4	Promosi	mengatakan bahwa promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran atau aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan pengaruh informasi atau membujuk, mengingatkan target pasar untuk perusahaan dan produknya untuk mencoba membeli dan setia pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tepat waktu 2. Iklan internet 3. Harga diskon 4. Iklan / medsos informatif, cepat tanggap. dan menarik 	(Agus Dwi Cahya, 2021)
5	Minat Beli	minat beli dianggap sebagai pengukuran kemungkinan konsumen membeli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tertarik untuk mencari atau menyebarkan 	(Schiffman, L. G. & Kanuk, L., L. 2018)

No	Variabel	Operasional Variabel Penelitian	Indikator	Sumber
		berulang terhadap produk tertentu dimana tingginya minat beli berdampak pada kemungkinan yang cukup besar dalam terjadinya keputusan pembelian.	informasi tentang produk 2. Mempertimbangkan untuk membeli 3. Tertarik untuk mencoba membeli 4. Rekomendasi produk 5. Membeli produk	

Sumber: dari berbagai refrensi

3.4 Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018), Populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah di tetapkan oleh peneliti yang kemudian akan dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi juga merupakan keseluruhan dan yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data, jika seorang memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama banyaknya manusia (Margono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seseorang yang pernah berbelanja di toko Jolie Wirobrajan yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Oleh karena itu, jumlah seluruh populasi tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu (Sugiyono 2016). Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Sampel yang digunakan dalam penelitian SEM (Structural Equation Modelling) adalah minimal 245 sampel (Ferdinand 2005). Namun, menurut Hair, et al (2014), pedoman penentuan besarnya ukuran sampel untuk SEM adalah:

- a. Bila pendugaan parameter menggunakan metoda kemungkinan maksimum (maximum likelihood estimation) besar sampel yang disarankan adalah antara 100 hingga 200, dengan minimum sampel adalah 50.
- b. Sama dengan 5 hingga 10 kali jumlah indikator dari keseluruhan variabel. Pada penelitian ini jumlah indikatornya sebanyak 22 indikator.

Merujuk pada poin kedua, maka ukuran sampel minimal 5×22 atau sebesar 110 sampel, sehingga sampel penelitian ini adalah 110 orang sebagai responden pada wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

Teknik pengumpulan sampel digunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Jadi, untuk menentukan sampel dalam penelitian terdapat berbagai pertimbangan, yaitu:

- a. Berada di Daerah Istimewa Yogyakarta
- b. Sudah pernah membeli/berkunjung di toko Jolie Wirobrajan
- c. Minimal diatas umur 18 tahun.
- d. Pekerja, mahasiswa, pelajar
- e. Laki-laki atau perempuan
- f. Penghasilan
- g. Mengetahui sosial media toko Jolie Wirobrajan
- h. Pernah melihat promosi dari Jolie Wirobrajan

Peneliti menentukan kriteria untuk dijadikan sampel bertujuan agar hasil penelitian tidak bias yang disebabkan oleh perbedaan yang ekstrem dalam sampel.

3.5 Tektik Pengumpulan Data

Kualitas data hasil penelitian dipengaruhi oleh dua faktor yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Berikut sumber data dalam peneltian ini:

1. Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama atau objek penelitian, dicatat dan diamati untuk pertama kalinya (Bungin, 2017).

Data primer ini digunakan untuk mendapatkan data aktual yang dibutuhkan dalam penelitian. Data primer dalam penelitian ini berupa opini atau pendapat responden mengenai toko Jolie Wirobrajan. Dalam hal ini, data primer diperoleh langsung dari konsumen Jolie Wirobrajan yang berada di Daerah Istemewa Yogyakarta, melalui pengisian kuesioner.

2. Kuisoner

Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pernyataan atau pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, menggunakan kuisoner dengan skala likert dengan memberikan skala 1 sampai 5 untuk setiap pertanyaan yang diajukan. Variabel yang digunakan dalam dalam skala likert yaitu pengaruh *marketing mix* terhadap minat beli. Berikut skala likert yang digunakan dalam penelitian ini :

1: Sangat tidak setuju

2: Tidak setuju

3: Netral

4: Setuju

5: Sangat setuju

Kuisoner berupa pertanyaan atau pernyataan secara tertutup dalam bentuk Google form yang akan disebarakan secara online. Penyebaran akan dilakukan minimal pada 110 responden yaitu para konsumen toko Jolie Wirobrajan yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik untuk menganalisis data adalah dengan menggunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modelling*). Menurut Minto Waluyo (2016), SEM (*Structural Equation Modelling*) adalah sekumpulan teknik – teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif “rumit” secara berjenjang/simultan. Data dianalisis dengan menggunakan SEM (*Structural Equation*

Modelling) diolah melalui program AMOS (*Analysis of Moment Structure*). Menurut Jonathan (20018) AMOS (*Analysis of Moment Structure*) merupakan suatu perangkat lunak statistik untuk menganalisis multivariat. Analisis multivariat yang mampu diselesaikan oleh perangkat lunak ini yang populer adalah model persamaan struktural (SEM).

Alasan menggunakan SEM-AMOS adalah model yang dianalisis bertingkat dan relatif rumit, sehingga akan sangat sulit untuk diselesaikan dengan metode jalur analisis pada regresi linear, mampu menguji hipotesis-hipotesis yang rumit dan bertingkat secara serempak atau simultan, kesalahan (*error*) pada masing-masing observasi tidak diabaikan tetapi tetap dianalisis, sehingga SEM lebih akurat untuk menganalisis data kuesioner yang melibatkan persepsi, terdapat fasilitas bootstrapping, di mana hal tersebut tidak dapat dilakukan dengan analisis regresi linear, peneliti dapat dengan mudah memodifikasi model dengan second order untuk memperbaiki model yang telah disusun agar lebih layak secara statistik, dan yang paling terpenting metode SEM AMOS cocok digunakan terhadap penelitian ini.

1. Uji Validitas Konvergen dan CFA

Uji validitas konvergen dan CFA diukur dengan menentukan apakah di setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari konsep yang diukur. Uji validitas konvergen dinyatakan valid dalam mengukur apa yang seharusnya diukur dalam model apabila nilai loading faktor atau *standardized loading estimate* $> 0,5$ dan uji validitas CFA signifikan apabila CR $> 1,96$ dan nilai *probability* $< 0,05$. (Minto Waluyo, 2016)

2. Uji Reliabilitas

Setelah kesesuaian model diuji dan validitas diukur evaluasi lain yang harus dilakukan adalah penilaian unidimensionalitas dan reliabilitas. Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dari indicator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indicator itu mengidentifikasi sebuah konstruk yang umum dengan kata lain bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu dalam menjelaskan sebuah fenomena yang umum (Minto Waluyo, 2016) Untuk mengukur reliabilitas dalam SEM digunakan composite reliability (ukuran reliabilitas komposit). Reliabilitas komposit suatu indikator dihitung sebagai berikut:

$$Variance\ Extracted = \frac{\sum Std.\ Loading^2}{\sum Std.\ Loading^2 + \sum \varepsilon_j}$$

Di mana std. loading (standardized loading) dan nilai e adalah measurement error untuk setiap indikator atau variabel teramati. Di mana N adalah banyaknya variabel teramati dari model pengukuran. Dalam hal ini, sebuah konstruk mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai composite reliability (CR) ≥ 0.70 , walaupun angka itu bukanlah sebuah ukuran yang “mati” artinya bila penelitian bersifat eksploratori maka nilai di bawah 0,70 pun masih dapat diterima sepanjang disertai dengan alasan empirik yang terlihat dalam proses eksploratori (Minto Waluyo, 2016).

3. Evaluasi Model Normalitas

Pada Langkah ini ketepatan model dievaluasi apakah model sudah memenuhi kriteria *goodness of fit*. Evaluasi terhadap ketepatan model pada dasarnya telah dilakukan pada waktu model diestimasi oleh amos. Secara lengkap evaluasi terhadap model dapat dilakukan dengan asumsi normalitas dilakukan agar dapat dilakukan pengolahan data lebih lanjut menggunakan model analisis SEM. Pengujian normalitas menggunakan AMOS dapat dilakukan dengan melihat nilai critical ratio (c.r) skeweness dan critical ratio (c.r) cortusis pada output hasil Assessment of Normality. Di mana, pengujian normalitas dapat dilihat dalam bentuk univariate dan multivariate. Secara univariate data dikatakan normal jika nilai c.r skeweness dan c.r cortusis pada masing-masing indikator berada di bawah 2,58. Sedangkan, pengujian normalitas secara *multivariate* dapat dilihat pada kolom c.r cortusis yakni dikatakan normal jika nilai c.r cortusis $< 2,58$ (Bahri & Zamzam, 2015).

4. Pengukuran Goodness of Fit (GoF)

Model sem akan menghasilkan angka parameter yang akan dibandingkan dengan *cut-off value* dari *goodness of fit*, sebagai berikut:

Tabel 3 3
Uji kesesuaian model

Goodness of Fit	Cut off Value
X2 Chi-Square	Diharapkan kecil
Propabilitas	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$

Goodness of Fit	Cut off Value
RMSEA	$\geq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Minto Waluyo (2016)

5. Uji hipotesis

Uji hipotesis ini dilihat dari regression weights digunakan untuk mengukur signifikan pengaruh informasi terhadap minat beli melalui produk, harga, lokasi dan promosi konsumen Jolie Wirobrajan. Berdasarkan uraian diatas, maka pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ho: Variabel eksogen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel laten endogen.

Ha: Variabel eksogen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel laten endogen.

Berdasarkan perumusan hipotesis di atas, variabel eksogen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen jika nilai p-value $> 0,05$ maka Ho diterima dan H1 ditolak. Sebaliknya, variabel eksogen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel endogen jika nilai p-value $< 0,05$ maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dalam penelitian ini nilai alpha (*rule of thumb*) yang digunakan adalah sebesar 0,05 yakni pada taraf kepercayaan 95%.

Tabel 3 4
Parameter Pengujian Hipotesis SEM

Hipotesis	Pernyataan hipotesis	Terima hipotesis
Ho	Variabel eksogen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel laten endogen.	p-value > 0,05.
Ha	Variabel eksogen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel laten endogen.	p-value < 0,05.

Sumber: Minto Waluyo (2016)

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANIL
YOGYAKARTA