

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah penelitian ini menggunakan jenis penelitian *eksplanatory*. Menurut Sugiyono (2013) *eksplanatory* adalah metode penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan atau memaparkan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dengan menjelaskan kedudukan posisi variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yaitu digunakan untuk meneliti populasi/sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, dengan analisis data yang bersifat kuantitatif yang memiliki tujuan untuk penguji hipotesis yang telah ditentukan. Penelitian ini sumber data yang digunakan ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari, data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari (objek) penelitian. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari luar objek penelitian (Wati Mutiara Krisna, 2023).

Dimensi waktu yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah dimensi waktu *cross-sectional* dikarenakan untuk mengumpulkan informasi dan data yang dibutuhkan dirasa cukup hanya dalam satu waktu dan data yang diambil cukup dengan melakukan penyebaran kuesioner.

Penelitian ini menggunakan unit analisis individu, karena objek penelitiannya adalah konsumen air mineral aqua. Penelitian ini menggunakan pengukuran *first order* karena dalam setiap variabel tidak terdapat dimensi.

B. Tempat dan waktu penelitian

1. Tempat penelitian ini adalah konsumen air mineral aqua di Indonesia.
2. Waktu penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1 waktu Penelitian

No	Kegiatan	2024						
		2	3	4	5	6	7	8
1.	Bab 1							
2.	Bab 2							
3.	Bab 3							
4.	Seminar Proposal							
5.	Revisi Pasca Seminar Proposal							
6.	Penelitian							
7.	Bab IV-V							
8.	Sidang Skripsi							

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional disusun untuk memberikan penjelasan yang jelas, pemahaman yang sama, dan definisi yang konkret terkait variabel-variabel yang digunakan peneliti. Hal ini dilakukan agar pelaksanaan

penelitian tidak terdapat perbedaan serta salah pengartian pada penelitian (Sugiyono, 2019).

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Kesadaran Merek Kesadaran merek adalah kemampuan pembeli untuk mengenali dan juga mengingat sebuah merek. Hal yang menjadi bagian dalam produk meliputi nama, gamaar, logo dan juga slogan (Firmansyah, 2019). Sumber Indikator (Yunita ,2019)	Pengakuan	Saya mengenal aqua sebagai salah satu merek air mineral saat ini	Likert 1-5
	Penarikan Kembali	Saya dapat mengingat Kembali merek air mineral aqua walaupun sedang mengkonsumsi air mineral lain	
	Pembelian	Saya membeli Kembali air mineral aqua sebagai alternatif ketika akan membeli air mineral lainnya	
	Konsumsi	Saya lebih memilih mengkonsumsi air mineral aqua dibanding merek air mineral lainnya dipasara	
Risiko Yang Dirasakan Risiko yang dirasakan yaitu bagaimana konsumen dalam menghadapi sebuah produk atau layanan yang tidak pasti dikarenakan adanya beberapa jenis kerugian yang dirasakan (Barida Nuranti & Rakhma (2023) Sumber Indikator (Arifin, 2018)	Risiko Keuangan	Saya merasa harga air mineral aqua belum sebanding dengan manfaat produk yang diterima	Likert 1-5
	Risiko Produk	Saya merasa produk air mineral aqua tidak seperti yang saya inginkan	
	Risiko Privasi	Saya merasa membuang buang waktu untuk mencari tahu tentang produk air mineral aqua	
	Risiko Pengiriman	Pada saat pembelian air mineral aqua, saya merasa proses pengiriman produk dari pabrik ke distributor kurang bersih	
	Risiko Waktu	Pada saat melakukan komplain tentang produk aqua, saya merasa bahwa identitas privasi saya terancam	

Niat Membeli Niat membeli adalah perilaku yang muncul akibat respon terhadap suatu objek yang memiliki ketertarikan melakukan pembelian (Wijaya & Kinder 2020) Sumber Indikator Ilyas, 2020	Kepentingan Transaksional	Saya akan merekomendasikan produk air mineral aqua ke orang lain untuk dikonsumsi	Likert 1-5
	Minat Bertransaksi Di Masa Depan	Saya akan terus menggunakan produk air mineral aqua dimasa depan	
	Minat Merekomendasikan	Saya lebih cenderung membeli air mineral aqua dari pada produk air mineral lainnya.	

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian kali ini menggunakan populasi dari seluruh konsumen Aqua di Indonesia yang telah mengkonsumsi produk tersebut.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penelitian kali ini menggunakan metode *Non- Probability Sampling* dengan menggunakan metode *Sampling Purposive*. *Non-Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi

peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono,2013). Menurut Sugiyono (2013) *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian kali ini yaitu:

- a) Pernah mengkonsumsi air mineral aqua 5-6 kali
- b) Berumur diatas 18 tahun

Dengan kriteria tersebut penelitian ini memiliki populasi yang luas dan belum diketahui jumlah sampel yang digunakan. Maka penelitian kali ini menggunakan rumus dari Hair et al. (2014) yang mana populasi pada penelitian ini belum diketahui dan rumus ini dapat digunakan untuk memperkirakan atau menghitung jumlah sampel yang akan dicapai. Penelitian ini menggunakan rumus Hair et al. (2014) yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang ditentukan lebih baik jika menggunakan sampel sampai dengan 100 sampel. Penelitian ini akan menggunakan sampel sejumlah 274 sampel dari keseluruhan populasi yang belum diketahui.

E. Teknik Pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2013) teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mendapatkan informasi dari objek yang di teliti, hendaknya ada komunikasi dan koordinasi yang terjalin secara harmonis. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah dari kuesioner. Data kuesioner dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner yang dilakukan secara *online survey* dan *google form* (Probosari et al., 2022). Kuesioner dibagikan dalam bentuk skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan juga persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2013). Interval skala likert yang digunakan adalah 1 sampai 5. Berikut ini pemberian skor untuk jawaban kuesioner:

Tabel 3. 3 Pengukuran Skala Likert

Keterangan	SS	S	RG	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. RG : Netral
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kali ini, analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak Amos versi 23. *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan sebuah teknik analisis multivarian yang sering digunakan dan juga bermanfaat meliputi versi- versi khusus dalam jumlah metode analisis lainnya yang kasus- kasus khusus (Umi Narimawati & Jonathan Sarwono, 2016). Amos adalah salah satu metode untuk menyelesaikan yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM).

Dengan menggunakan analisis amos pada SEM perhitungan yang awalnya rumit bisa menjadi lebih semakin mudah. Penggunaan amos dapat mempercepat dalam pembuatan spesifikasi, melihat dan juga membuat modifikasi model dengan menggunakan tool yang lebih sederhana (Umi Narimawati & Jonathan Sarwono, 2016). AMOS mempunyai kemampuan yang luar biasa dalam hal mengevaluasi hasil SEM. Hasil analisis SEM yang seringkali rumit dan sulit dimengerti dapat dipermudah dengan amos. SEM dengan AMOS juga sulit untuk mengestimasi model dengan sampel kecil.

1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013) Analisis deskriptif merupakan teknik yang digunakan untuk mengevaluasi data hasil dari penelitian. Akan tetapi tidak untuk mencapai kesimpulan yang umum. Analisis ini nantinya akan digunakan untuk mendeskripsikan responden

berdasarkan karakteristik tertentu yaitu jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan pada konsumen aqua.

2. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa uji validitas adalah persamaan data yang dilaporkan peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subjek peneliti. Menurut (Cahyono Tri Edhy & Syahril Megawati, 2023) jika diperoleh hasil bahwa besarnya nilai sig untuk seluruh butir pertanyaan nilainya lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid dan kuisioner dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Tahapan untuk pengujian ini melewati 2 uji validitas yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminatif.

Validitas konvergen menunjukkan sebuah tingkatan pengukur/indikator yang berkorelasi positif dengan pengukur/indikator alternatif untuk konstruk yang sama. Uji validitas konvergen dapat dinyatakan valid apabila nilai *loading factor* atau *standard loading estimate* $> 0,5$ dan untuk validitas diskriminan dengan CFA dikatakan signifikan jika nilai CR $> 1,96$ dan nilai *probability* $< 0,05$ (Sugiyono, 2013)

b) Uji Reliabilitas

Model pengukuran penelitian ini juga melalui uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan rangkaian yang digunakan untuk mengukur

semua jenis pernyataan. Dapat juga digunakan untuk mengukur satu rancangan atau tingkat kekonsistenan responden dalam menjawab pertanyaan di kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan *composite reliability* lebih dari 0,70 (Sugiyono, 2013).

c) Uji Model Penelitian (*Goodnes-of-fit*)

Uji *goodness-of-fit* merupakan uji non parametrik yang paling sering digunakan. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi seberapa baik data yang diamati sesuai atau tidak dengan nilai yang diharapkan dari model statistiknya. Jika suatu nilai lebih dari 0,10 maka model dikatakan tidak fit dan harus ganti model (Imam Ghazali, 2004).

d) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dimiliki normal atau tidak. Cara agar mengetahui normalitas data dengan cara melihat nilai pada kurva grafik normal. Dikatakan normal jika nilai *critical error* mempunyai nilai $< 2,58$ dan secara multivariate mempunyai nilai *critical error* $< 2,58$ (Imam Gazali, 2004).

3. Uji Hipotesis

a) Uji Pengaruh Langsung dengan SEM

Analisis SEM dengan Amos dapat digunakan untuk melakukan uji hipotesis. SEM juga bermanfaat untuk menjelaskan bahwa setiap variabel memiliki hubungan atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan melihat *Path Coefisien* yang terdapat pada inner model dan dibandingkan dengan hipotesis pada penelitian. Hipotesis

dapat diterima jika *p-value* mempunyai nilai kurang dari 0,05 (Sugiyono, 2013).

b) Uji Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)

Pengujian hipotesis H4 pada variabel risiko yang dirasakan menggunakan uji sobel test. Pengujian ini bertujuan untuk menggali apakah variabel mediasi berhasil memediasi variabel independent terhadap variabel dependen atau tidak dengan nilai *p-value* <0,05 (Junaidi, 2021).

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YAN
UNIVERSITAS YOGYAKARTA