

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis dan terencana dengan jelas. Menurut (Sugiyono, 2018), metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Sifat Penelitian

Sifat penelitian dalam penelitian ini yaitu pengembangan, yang dimana bentuk penelitian yang memberikan penambahan variabel dan indikator baru. Penelitian ini mengembangkan penelitian Febiyanti dan Aqmala tahun 2022 dengan judul Pengaruh *E-Wom*, *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Grab Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu tempat dan waktu penelitian ini dilakukan dan menambahkan variabel kepercayaan sebagai variabel independen dalam model penelitian.

C. Lokasi dan periode penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini berada di Kelurahan Deblod Sundoro, Kota Tebing Tinggi, Sumatera Utara.

2. Periode Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian dalam penyusunan artikel ilmiah ini dibutuhkan Periode untuk melaksanakan penelitian ini. Yang dimana periode penelitian dilakukan pada bulan Maret 2023 sampai Juli 2023.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Deblod Sundoro dengan rata-rata perbulan yang melakukan pembelian dilazada yaitu sebanyak 46 Responden.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini menggunakan sampling total semua populasi dijadikan sampel sehingga jumlah sampel sebanyak 46 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sensus/sampling total. Menurut (Sugiyono, 2018), mengatakan bahwa sampling total adalah teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel.

E. Sumber Data

Sumber data diklasifikasikan menjadi dua macam dan sumber: data utama dan data sekunder. Data primer adalah data yang awalnya direkam dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak ketiga (Sugiyono, 2018). Sumber data penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data ini bersumber dari melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen. Pada penelitian ini, data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Kelurahan Deblod Sundoro.

2. Data Sekunder

Data yang sudah diolah berupa profil perusahaan, struktur organisasi dan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan data yang diambil dari sumber internet.

F. Metode Pengumpulan Data

Adapun Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara (*Interview*)

Menurut (Sugiyono, 2018), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk memastikan masalah yang perlu diselidiki dan juga ketika peneliti ingin memperoleh informasi dari responden yang lebih dalam kedalaman dari ukuran sampel kecil.

2. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2018), Kuesioner adalah strategi pengumpulan data yang melibatkan mengajukan serangkaian pertanyaan kepada responden atau memberikan pernyataan tertulis. Dalam menentukan nilai jawaban digunakan skala likert sebagai skala ukur. Skala likert adalah alat untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Tabel berikut merangkum spektrum tanggapan terhadap kuesioner.

Tabel 3.1
Skala Jawaban Kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju Sekali	5
Setuju Sekali	4
Setuju	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

Sumber : Data diolah (2023)

3. Studi Dokumentasi.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk lisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik studi dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data perusahaan yang berhubungan dengan keperluan penelitian seperti laporan penjualan (Sugiyono, 2018).

G. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, variabel independen atau bebas berupa *Brand Image* (X1) dan kepercayaan (X2).
2. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen atau terikat berupa keputusan pembelian (Y)

3. Variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel moderasi berupa minat beli (Z) (Sugiyono, 2018).

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
1.	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian konsumen yaitu keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. (Kotler & Keller, 2017)	1) Kemantapan pada sebuah produk . 2) Kebiasaan dalam membeli produk . 3) Memberikan rekomendasi kepada orang. 4) Melakukan pembelian ulang (Kotler & Keller, 2017)	Skala Likert
2.	Brand Image (X1)	<i>Brand Image</i> adalah suatu persepsi yang muncul di pikiran konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Firmansyah (2019)	1) Citra pembuat 2) Citra pemakai 3) Citra produk 4) Firmansyah (2019)	Skala Likert
3.	Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis tergantung pada sejumlah faktor	1) <i>Benevolence</i> (kesungguhan atau ketulusan) 2) <i>Ability</i> (kemampuan) 3) <i>Integrity</i>	Skala Likert

		interpersonal antar organisasi, seperti kompetensi yang dirasakan perusahaan, integritas, kejujuran, dan kebijakan. Kotler dan Keller (2017)	(integritas) Kotler dan Keller (2017)	
4.	Minat Beli (Z)	Minat beli merupakan Minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terakam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat dan yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengaktualisasi apa yang ada dalam benaknya tersebut. (Ferdinand, 2017),	1) Minat transaksional, 2) Minat refrensial 3) Minat preferensial 4) Minat eksploratif (Ferdinand, 2017)	Skala Likert

H. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2018), metode analisis data berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) yang digunakan untuk proses penghitungan data. Menurut Santoso (2018), SEM adalah teknik analisis multivariat yang menggabungkan analisis

faktor dan analisis regresi (korelasi). PLS bertujuan untuk membantu peneliti memperoleh variabel laten dalam penelitian. Sebagai alat uji analisis, PLS menggunakan dua evaluasi permodelan, yaitu model pengukuran/ measurement model (*outer model*) untuk uji validitas dan reliabilitas dan model struktural / structural model (*inner model*) untuk menguji hipotesis dengan model prediksi (Ghozali, 2019). Tahapan pengujian yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. *Measurement Model (Outer Model)*

Outer model (measurement model) merupakan bagaimana setiap variabel yang berupa indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Outer model* digunakan untuk menilai uji validitas dan uji reliabilitas. Analisa *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel).

- a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh yang ingin diteliti (Ghozali & Latan, 2014) Terdapat beberapa tahap pengujian yang akan dilakukan yaitu melalui Uji validitas *convergent validity* dan *discriminant validity*.

- 1) *Convergent Validity*

Convergent Validity menjelaskan besarnya korelasi antar setiap pengukuran (indikator) dengan komponennya. Validitas konvergen

dapat terpenuhi dan dikatakan tinggi jika berkorelasi $> 0,7$ dengan nilai loading untuk setiap item juga memiliki nilai lebih dari 0,5 sampai 0,6 sudah cukup (Ghozali & Latan, 2014)

2) *Discriminant Validity*

Pengujian *discriminant validity* digunakan untuk mengetahui perbedaan nilai dari setiap variabel. Apabila korelasi variabel dengan indikator pengukuran lebih besar dari ukuran variabel 46 lainnya, hal ini menunjukkan bahwa variabel laten memprediksi ukuran blok variabelnya lebih baik dari ukuran pada blok variabel lainnya. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika seseorang menjawab pertanyaan dengan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian terhadap reliabilitas ini menggunakan uji *composite reliability*. Uji ini dianggap sebagai metode yang lebih baik jika dibandingkan dengan nilai cronbach alpha ketika menguji reliabilitas dalam *model structural equation modeling* (SEM). Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat diterima atau dipercaya secara konsisten dari setiap variabel. Dalam mengukur suatu konstruk, uji reliabilitas dapat

dievaluasi dengan menggunakan dua jenis ukuran, yaitu *internal consistency* dan *cronbach's alpha*. Hasil pengukuran dikatakan reliabel apabila nilai dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 (Malhotra & Dash, 2016). AVE merupakan persentase rata-rata nilai *variance extracted* (AVE) antar item pertanyaan atau indikator suatu variabel yang dihasilkan menggunakan program. Untuk persyaratan yang baik, nilai AVE harus lebih besar dari 0,5 (Ghozali, 2019)

2. *Structural Model (Inner Model)*

Model struktural atau inner model bertujuan untuk melihat korelasi atau hubungan antar variabel laten di dalam penelitian melalui uji t. Evaluasi inner model dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi koefisien determinasi (R^2), *Predictive Relevance* (Q^2) dan *Goodness of Fit Model* (GoF) (Hussein, 2015)

a. Koefisien Determinasi/ *R-Square* (R^2)

Perubahan nilai *R-Square* digunakan untuk mengetahui pengaruh yang substantif antara pengukuran variabel eksogen terhadap variabel endogen *R-Square* pada dasarnya adalah 0.75, 0.50 dan 0.25 yang diinterpretasikan substansial, moderat dan lemah

b. *Goodness of Fit*

Model Perhitungan *goodness of fit* dapat digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai GoF dalam analisa PLS dapat dihitung dengan menggunakan *Q-Square predictive relevance* (Q^2). *Q-Square* digunakan

untuk mengukur nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Apabila nilai Q -Square lebih besar dari 0, hal ini menunjukkan bahwa model mempunyai predictive relevance. Nilai Q -Square lebih kecil dari 0 menunjukkan bahwa 48 model kurang mempunyai predictive relevance. Rumus Q^2 adalah sebagai berikut.

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_n^2)$$

Keterangan :

$R_1^2, R_2^2, \dots, R_n^2$ = Nilai R -Square variabel endogen

Besaran Q^2 = Memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, semakin mendekati 1 berarti semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (*path analysis*)

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah teknik pada penelitian yang dipakai buat menguji kebenaran menurut pernyataan yang sudah dinyatakan sang peneliti sebagai akibatnya bisa ditarik konklusi pernyataan tadi diterima atau ditolak. Uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1) Uji T -Statistic

Uji T bertujuan menguji variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara masing-masing. T -Statistic dipergunakan untuk menguji signifikan dari jalur dihipotesiskan, alat yang digunakan adalah T -Statistic. Apabila penelitian menggunakan derajat alpha 5% maka nilai kritis yang ditetapkan untuk T -Statistic adalah 1,96. Yang mengacu pada ketentuan tersebut, apabila nilai T -

$Statistic < 1,96$ atau nilai probabilitas $\leq level\ of\ significance$ ($\alpha = 5\%$) maka hipotesis tingkat signifikan dapat diterima.

2) Uji Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung)

Dalam penelitian ini, variabel independen dan variabel dependen dihubungkan melalui perantara. Menurut (Hair et al., 2014) untuk menentukan besarnya pengaruh tidak langsung atau efek mediasi terhadap variabel lain digunakan sebuah metode pengukuran *Variance Accounted For* (VAF).

Berikut ini adalah rumus VAF :

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{pengaruh tidak langsung} + \text{pengaruh langsung}}$$

Apabila nilai VAF $> 80\%$ maka mediasi dikatakan penuh.

Apabila $20\% < VAF < 80\%$ maka mediasi dikatakan sebagian atau sebagai pemediasi parsial, dan apabila VAF $< 20\%$ maka dikatakan tidak ada mediasi (Hair et al., 2014).

