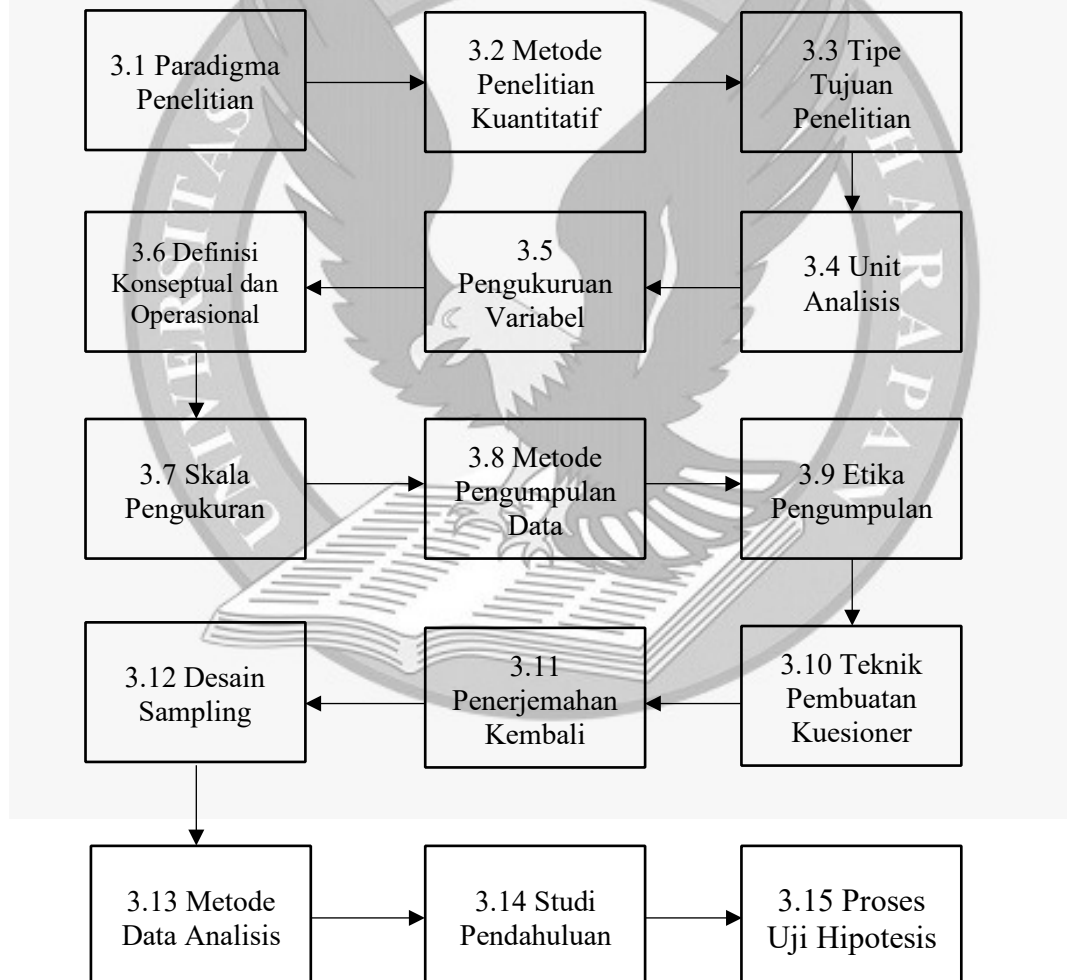


## BAB III

### METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan proses rancangan penelitian dengan bagian – bagiannya. Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid untuk menemukan, mengembangkan, dan membuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga digunakan untuk memecahkan dan memahami masalah. Serta akan menjelaskan secara detail mengenai isi dari bab ini seperti yang ditunjukkan oleh gambar 3.1 dibawah ini:



Gambar 3.1 Alur penulisan bab 3  
Sumber: dibuat untuk penelitian ini (Tahun 2020)

### 3.1 Paradigma Penelitian

Langkah pertama adalah Paradigma penelitian, adalah cara pandang atau melihat sesuatu yang hidup dalam diri seseorang dan mempengaruhi orang tersebut dalam memandang realitas sekitarnya (Ridha, 2017). Penelitian bisa dideskripsikan secara umum yaitu kebenaran ilmiah yang diperoleh dari kegiatan yang secara sistematis, kritis, empiris, dan terkendali (Tualeka, 2020). Dalam paradigma penelitian secara umum ada 4 metode yaitu post-positivisme, konstruktivisme, advokasi dan partisipatori, dan pragmatisme (Hendraman, 2013). Macam-macam paradigma penelitian tersebut dibedakan dalam bentuk tabel 3.1 sebagai berikut,

Tabel 3.1 Tipe Paradigma Urutan Penelitian

<b>Paradigma</b>	<b>Post-Positivisme</b>	<b>Konstruktivisme</b>	<b>Advokasi dan Partisipatori</b>	<b>Pragmatisme</b>
Ontologis “Pandangan terhadap realitas”	Tunggal, Homogen, Sederhana, dapat diukur	Jamak, berlapis, heterogen, unik, kompleks.	Realitas politis dimana realitas, data, atau temuan akan dinegosiasikan dengan partisipan itu sendiri.	Bisa tunggal (seperti postpositivisme) dan juga bisa jamak (seperti konstruktivisme).
<b>Metodologi</b> <i>Proses pengkajian</i>	Deduktif	Induktif	lebih bersifat partisipatif	kombinasi
<b>Epistemologi</b> <i>Hubungan peneliti</i>	Netral	Membangun	Kolaborasi	Sikap ganda
<b>Retorik</b> <i>Bahasa</i>	Formal	Tidak Formal	Bahasa Advokasi	Formal dan Informal

Sumber: Putra dan Hendrman (2013)

Untuk penelitian ini, peneliti memilih menggunakan paradigma positivisme, ada tiga alasan penulis memilih menggunakan tipe post – positivisme.

Alasan pertama metode penelitian post-positivisme bersifat deduktif yang dimana bersifat umum dengan beberapa penjelasan yang kemudian bisa menjadi khusus. Kedua dapat diukur dan sederhana. Ketiga metode post-positivisme ini meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan demikian berhubungan dengan apa yang dibutuhkan penulis. Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji suatu prediksi, kontrol, deskripsi, konfirmasi, dan pembuktian hipotesisi.

Pada penelitian post-positivisme yang memilih bersifat deduktif biasanya menggunakan metode kuantitatif yang termasuk dengan survei dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai metode utama dalam penelitian (Leavy, 2017, 19). Selanjutnya akan dijelaskan mengenai metode kuantitatif.

### **3.2 Metode Penelitian Kuantitatif**

Langkah kedua adalah sebelum menentukan metode penelitian apa yang akan peneliti gunakan, peneliti akan menjelaskan mengenai definisi model dari dua jenis metode penelitian yaitu kuantitatif dan kualitatif yang mempunyai perbedaan. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan untuk menguji suatu teori objektif dengan memeriksa hubungan antara variabel, Variabel ini pada akhirnya dapat diukur pada instrumen sehingga data yang bernomor dapat dianalisis menggunakan prosedur statistik (Creswell, 2014). Penelitian kualitatif juga dikenal sebagai penelitian yang menekankan kata-kata seperti kalimat dalam pengumpulan data (Bryman, 2012). Tujuan penelitian ini biasanya untuk memahami banyak aspek kehidupan sosial secara umum, memahami pengalaman setiap komunitas dan individu didalam memandang suatu masalah (Gunaydi, 2014). Tabel 3.2 akan menjelaskan secara lebih rinci perbedaan penelitian kuantitatif dan kualitatif.

Table 3.2 Tabel perbedaan kuantitatif dan kualitatif

Perbedaan	Kualitatif	Kuantitatif
Pendekatan	Induktif	Deduktif
Analisis	Sejak Awal Penelitian	Data terkumpul semua
Bentuk Data	Deskriptif	Angka
Hipotesis	Tidak Perlu	Perlu dan sistematis
Eksegesa	Ya	Ya dan Tidak
Statistik	Ya sebatas deskriptif	Total diperlukan
Alat Pengumpulan Data	Wawancara, Laporan, Pengamatan, dll	Angket Terstruktur
Sifat	Relatif Eksegesa	Empiris, Behavioristik
Hasil	Sempit	Dapat digeneralisasi
Tujuan	Mencari makna, menemukan teori untuk memahami fenomena	Mencari hubungan, kecenderungan, menguji untuk memperoleh penjelasan
Sampel	Sedikit (perorangan)	Banyak (populasi dan sampel)

Sumber: Dimodifikasi dari Zaluchu (2020)

Pada penelitian ini peneliti memilih menggunakan metode penelitian kuantitatif. Alasan yang pertama peneliti memakai metode kuantitatif karena sampel yang bersifat besar dan random dengan kelompok yang terpilih. Kedua bisa mendapatkan hasil yang lebih rinci, hasil data akan lebih spesifik. Ketiga dengan penelitian kuantitatif peneliti bisa mendapatkan hasil yang lebih akurat. Dengan itu peneliti bisa menjelaskan dan mendapatkan data secara akurat dan tidak mengada-ada. Langkah selanjutnya mengenai tipe tujuan penelitian.

### 3.3 Tipe Penelitian

Selanjutnya adalah menentukan tipe tujuan penelitian. Dalam penelitian mempunyai beberapa desain yaitu eksplorasi, deskriptif, dan kausal. Penelitian eksplorasi diperlukan untuk mencari faktor – faktor yang penting sebagai faktor penyebab timbulnya kesukaran – kesukaran (Mudjiyanto, 2018 ). Tujuan dari penelitian ini berawal untuk mendapatkan gambaran mengenai suatu topik

penelitian yang akan diteliti lebih jauh (Morissan, 2017). Tipe penelitian deskriptif untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Rujakat, 2018).

Tipe penelitian terakhir yaitu kausal, dimana tipe penelitian ini menjelaskan sebab dan akibat yang terjadi antara variabel. Tujuan dari penelitian ini biasanya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang terjadi terhadap apa yang diteliti, sebagai gambaran jika peneliti ingin membuktikan kenapa produk tersebut banyak yang membeli maka harus mengarah kepada alasan kenapa mereka (target market dari merek tersebut) mau membelinya. Selanjutnya pada tabel 3.3 dibawah ini akan menjelaskan secara lebih detail mengenai tipe – tipe tujuan penelitian.

Tabel 3.3 Tipe Tujuan Penelitian

	<b>Eksplorasi</b>	<b>Deskriptif</b>	<b>Kausal</b>
<b>Teori</b>	Menetapkan dan merumuskan suatu masalah dengan lebih tepat, menyadari tindakan alternatif, mengembangkan hipotesis, mendapatkan wawasan yang lebih dalam untuk penelitian kedepannya.	Menjelaskan karakteristik dan perilaku dari beberapa objek, peristiwa, individu atau kelompok, dan mengidentifikasi hubungan antar variabel dan membuat sebuah prediksi yang spesifik.	Mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat.
<b>Metodologi</b>	- <i>Secondary</i> data (internal dan eksternal) -Data kualitatif ( <i>direct dan indirect</i> ).	Data Kuantitatif dan kualitatif melalui : - survei (telepon, personal, surat, elektronik) - observasi (personal, mekanikal, audit).	Data eksperimental (pre-eksperimental, <i>true</i> eksperimental, <i>quasi</i> eksperimental, statistik).

Sumber: Sreejesh, *et al* (2014, 26-29)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan tipe deskriptif. Ada beberapa alasan utama. Pertama tipe deskriptif bisa mengorganisasi bisa menganalisis data, angka, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas, dan jelas dalam suatu gejala (Sholikhah, 2016). Kedua tipe deskriptif bisa meringkas data dengan cara mengelompokkan ke dalam kelas - kelas dan mencatat berapa banyak poin data yang jatuh di masing – masing kelas tersebut (Sarwono, 2011). Setelah menentukan tipe penelitian dan menjelaskan beberapa alasan memakai tipe penelitian tersebut maka tahap selanjutnya adalah unit analisis.

### 3.4 Unit Analisis

Salah satu bagian terpenting dalam suatu penulisan adalah unit analisis. Unit analisis adalah suatu entitas (sesuatu yang dianggap unik dan berbeda) utama yang ada dalam suatu penulisan (Hosted, 2020). Unit analisis ini bisa di artikan sebagai suatu hal yang fokus dengan apa yang akan diteliti. Dalam unit analisis ini sangat penting untuk merumuskan berbagai macam pertanyaan untuk diteliti. Tipe-tipe unit analisis terdiri dari individual, diad, kelompok, organisasi, budaya. Macammacam unit analisis akan dijelaskan dalam tabel 3.4 berikut ini.

Tabel 3.4 Unit Analisis

Unit Analisis	Teori
<b>Individual</b>	Mendapatkan data dari individual / perorangan
<b>Diad</b>	Mendapatkan data dari interaksi antara dua orang
<b>Kelompok</b>	Mengumpulkan data individu menjadi kelompok
<b>Organisasi</b>	Mengumpulkan data dari individu-individu dari departemen yang ingin diteliti
<b>Budaya</b>	Mengumpulkan data dari berbagai negara dan mempelajari pola budaya yang mendasari tiap-tiap negara

Sumber: Sekaran & Bougie (2016,102-103)

Unit analisis individu biasanya digunakan untuk perorangan contohnya ketika ingin membandingkan nilai anak – anak di dua kelas berbeda maka memakai unit analisis individu karena membandingkan perorangan, pada intinya unit analisis ini hanya berfokus pada satu orang untuk memperlakukan setiap sumber sebagai responden (Trochim, 2020). Unit analisis diad adalah mendapatkan data dari dua orang atau beberapa kelompok (Uma Sekaran & Dr Ronger Bougie, 2016). Unit analisis kelompok adalah mengumpulkan individu menjadi kelompok dan menganalisis data yang dikumpulkan dengan melihat pola pada masing masing kelompok (Sekaran & Bouge, 2016).

Unit analisis organisasi dapat berupa organisasi dalam skala atau level kecil atau terbatas seperti sekolah, pesantren, organisasi mahasiswa jurusan dan lain sebagainya, maupun dalam skala besar, seperti ormas besar, perusahaan, perserikatan dan negara (Mushlihin, 2012). Unit analisis budaya berkaitan dengan mempelajari perbedaan antara budaya setiap negara, mengumpulkan data dari setiap budaya yang berbeda. Dari penjelasan diatas peneliti memakai unit analisis individu. Individu yang akan diteliti adalah individu yang pernah berbelanja barang barang bermerek. Ada tiga alasan untuk memilih individu sebagai unit analisis.

Pertama memilih individu yang memang sudah terbiasa berbelanja barang bermerek dengan harga yang diatas rata – rata. Kedua peneliti ingin mengetahui perseps individu melalui topik yang akan dibahas dan penulis ingin mengetahui bagaimana cara pandang setiap individu terhadap merek tersebut kenapa mereka mengkonsumsi merek tersebut dan lebih memilih merek tersebut untuk dikonsumsi. Ketiga alasan mereka membeli barang bermerek untuk menaiki kelas sosial atau memang sudah terbiasa dari dulu membeli barang bermerek atau memang koleksi

pasti setiap individu mempunyai alasan pribadi. Setelah belajar proses analisis data selanjutnya akan dijelaskan mengenai pengukuran variabel.

### 3.5 Pengukuran Variabel

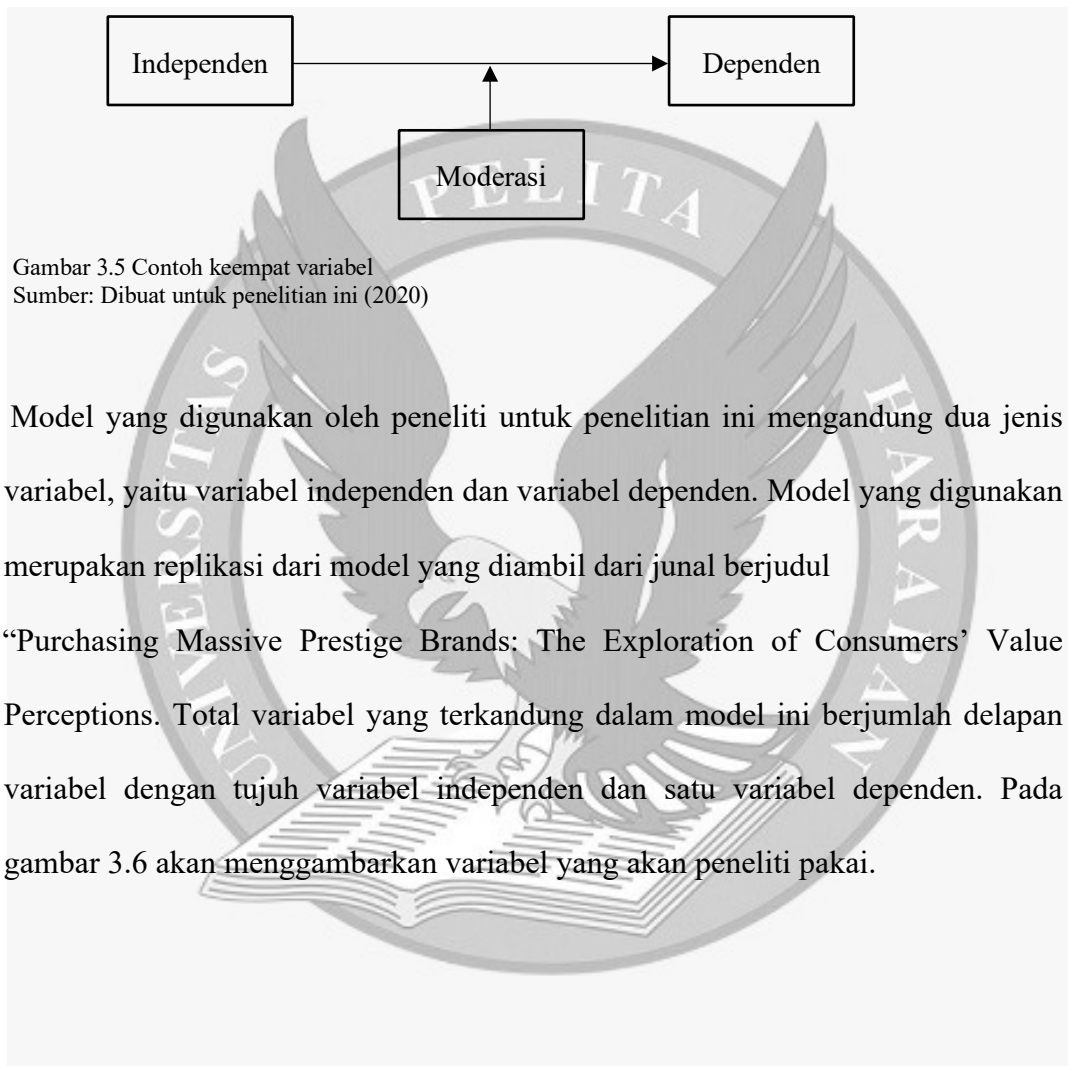
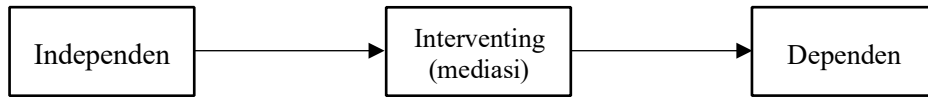
Pada sebuah penelitian hal pasti itu adalah menentukan sebuah variabel. Variabel adalah suatu hal yang bisa membedakan nilai yang bervariasi, dimana nilai tersebut bisa berbeda pada waktu yang berbeda untuk suatu objek yang sama atau waktu yang sama untuk objek yang berbeda (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam merumuskan pengukuran variabel perlu memperhatikan teoritisnya dan kebutuhan setiap penelitian. Ada empat jenis pengukuran variabel yaitu, variabel dependen (*criterion variable*), variabel independent (*predictor variable*), variabel moderasi, dan variabel mediasi.

Pengukuran variabel yang dipilih peneliti adalah variabel dependen. Peneliti memilih variabel dependen dengan tujuan untuk memahami, mendeskripsikan, menjelaskan dan untuk memperkirakan apa yang diteliti. Secara umum variabel independent sangat mempengaruhi variabel dependen secara positif dan negatif. Pada intinya ketika variabel independent hadir maka variabel dependen juga hadir. Variabel moderasi adalah variabel yang mempunyai efek yang kuat dalam variabel independent dan variabel dependen. Munculnya variabel moderasi menghubungkan antara variabel independent dan variabel dependen. Kehadiran variabel moderasi sebagai pihak ketiga muncul ketika variabel independent mulai berjalan untuk mempengaruhi variabel dependen dan akan merasakan banyak dampaknya ketika variabel moderasi bergabung (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel mediasi



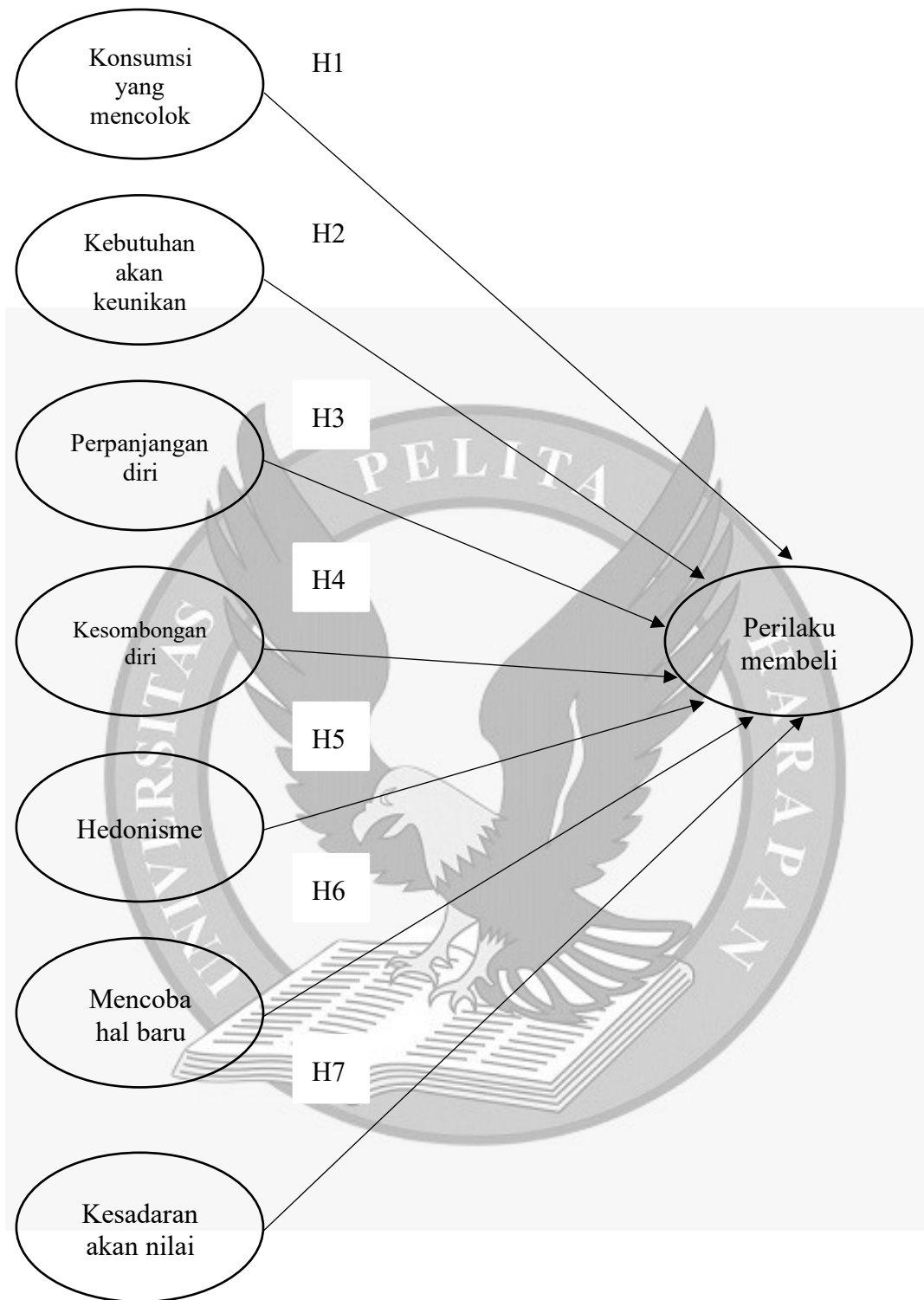
mempunyai fungsi untuk menjalankan operasional dari variabel independen dan menjelaskan secara fungsi keseluruhan kepada setiap variabel.

Dibawah ini ada gambar 3.5 mengenai contoh keempat variabel tersebut



Gambar 3.5 Contoh keempat variabel  
Sumber: Dibuat untuk penelitian ini (2020)

Model yang digunakan oleh peneliti untuk penelitian ini mengandung dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Model yang digunakan merupakan replikasi dari model yang diambil dari jurnal berjudul “Purchasing Massive Prestige Brands: The Exploration of Consumers’ Value Perceptions. Total variabel yang terkandung dalam model ini berjumlah delapan variabel dengan tujuh variabel independen dan satu variabel dependen. Pada gambar 3.6 akan menggambarkan variabel yang akan peneliti pakai.



Gambar 3.6 Model Penelitian  
Sumber: Mayasari dan Wiadi (2017)

### 3.6 Definsi Konseptual dan Operasional

Definisi konseptual dan operastional merupakan suatu elemen yang sangat penting dalam suatu penelitian dan melibatkan cara menentukan kontruk secara ilmiah sehinga dapat diukur secara sistematis (Sekaran & Bougie , 2016 ). Pada tabel 3.7 akan menjelaskan definisi mengenai setiap variabel, skala pengukuran setiap variabel yang dapat mendukung masing – masing dari setiap variabel yang penulis gunakan. Pada tabel 3.7 akan menjelaskan detail dari setiap indikator – indikator.

Tabel 3.7 Pengukuran Definisi Konseptual dan Operasional

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Skala	Sumber
Perilaku membeli	Sebuah Tindakan keputusan seorang konsumen dalam membeli, mengenal suatu produk/layanan yang tersedia di pasar (Haque <i>et al.</i> , 2018 dalam Ishak 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya mudah tertarik untuk membeli produk baru yang ada di pasaran Ketika</li> <li>2. saya membeli suatu produk saya sudah mengenal produk tersebut</li> <li>3. Saya sudah berpengalaman dengan produk dari merek tersebut</li> <li>4. Saya sudah mencari informasi tentang produk dari merek tersebut</li> </ol>	Skala likert 1-5	Haque <i>et al.</i> , (2018)  Ishak (2019)
Konsumsi yang Mencolok	Suatu perilaku pembelian barang – barang mewah yang dillakukan seseorang untuk menunjukan status sosial (Mayasari & Wiadi, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya memiliki barang bermerek sebagai simbol pencapaian Saya</li> <li>2. membeli barang bermerek untuk menaikkan status sosial saya di hadapan teman –</li> <li>3. teman saya Saya membeli barang bermerek</li> </ol>	Skala Likert 1-5	Mayasari dan Wiadi (2017).

		<p>sebagai simbol kekayaan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Saya menggunakan barang bermerek untuk fokus pada status sosial saya</li> <li>5. Saya mempunyai barang bermerek untuk menarik perhatian orang – orang</li> </ol>		
Kebutuhan akan Keunikan	<p>Suatu tindakan pemilihan merek yang di dorong oleh keunikan yang berbeda dari merek tersebut (Tian &amp; McKenzie, 2001 dalam Mayasari &amp; Wiadi, 2017).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya menyukai merek yang mempunyai ciri khas sendiri</li> <li>2. Saya tidak menyukai hal yang terlihat sama dengan orang lain</li> <li>3. Ketika suatu merek menjadi populer dikalangan masyarakat, saya kehilangan minat untuk membeli Saya</li> <li>4. menghindari produk/merek yang rata – rata di konsumsi masyarakat umum</li> </ol>	Skala Likert 1-5	<p>Tian dan McKenzie (2001)</p> <p>Mayasari dan Wiadi (2017).</p>
Perpanjangan Diri	<p>Sebuah tindakan dalam pemilihan merek yang bisa menjadikan identitas seseorang (Wiedmann, Hennings, &amp; Siebels, 2009 dalam Mayasari &amp; Wiadi, 2017).</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek yang saya gunakan menunjukan kelas sosial saya</li> <li>2. Saya cenderung membeli merek mewah yang sama dengan teman-teman saya Saya</li> <li>3. sangat memperhatikan merek yang saya pakai</li> <li>4. Sebelum saya membeli barang bermerek,</li> </ol>	Skala Likert 1-5	<p>Wiedmann, Hennings, dan Siebels (2009)</p> <p>Mayasari dan Wiadi (2017)</p>

		penting bagi saya untuk mengetahui siapa saja yang membeli produk tersebut		
Kesombongan diri	Sebuah tindakan untuk menunjukkan daya tarik fisik bagi seseorang (Netermeyer, Burton, & Lichtenstein, 1995 dalam artikel Mayasari & Wiadi, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penampilan adalah hal terpenting bagi saya</li> <li>2. Saya sangat memperhatikan bagaimana saya berpenampilan</li> <li>3. Saya selalu memberikan penampilan yang terbaik</li> <li>4. Menurut saya mengusahakan penampilan yang terbaik sangat penting bagi saya</li> </ol>	Skala Likert 1-5	Netermeyer, Burton dan Lichtenstein (1995)  Dalam Mayasari dan Wiadi (2017)
Hedonisme	Tindakan dari pemilihan suatu merek untuk mencari kesenangan (Babin, Darden, dan Griffin, 1994 dalam Mayasari dan Wiadi, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya senang melakukan aktivitas berbelanja</li> <li>2. Saya merasa senang apa bila melakukan aktivitas diluar rumah</li> <li>3. Saya senang menghabiskan waktu dengan berbelanja</li> <li>4. Saya merasa aktivitas berbelanja adalah bentuk pelarian saya</li> <li>5. Saya melakukan aktivitas berbelanja bukan karena saya membutuhkan suatu barang tetapi karena saya menginginkan barang tersebut</li> <li>6. Saya senang selalu menjadi pusat perhatian</li> </ol>	Skala Likert 1-5	Mayasari dan Wiadi (2017)

Mencoba hal baru	Suatu perilaku yang mengarah pada pengalaman membeli yang menarik/baru, yang menawarkan perubahan dari rasa ingin tahu (Baumgartnwe & Steenkamp, 1996 dalam Mayasari & Wiadi, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketika saya melihat merek baru, saya tidak takut untuk membelinya</li> <li>2. Saya senang bisa berkesempatan mencoba produk baru</li> <li>3. Saya termotivasi mencoba hal baru</li> <li>4. Rasa ingin tahu saya tinggi terhadap hal baru</li> <li>5. Sebelum saya mencoba hal baru saya mencari informasi tentang merek/barang tersebut</li> </ol>	Skala Likert 1-5	Baumgartnwe dan Steenkamp (1996) Mayasari dan Wiadi ( 2017)
Kesadaran akan nilai	Sebuah tindakan dorongan dalam memilih suatu merek dengan harga yang rendah namun berkualitas tinggi (Lichtenstein, Netemeyer & Burton, 1990 dalam Mayasari & Wiadi, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya sangat memperhatikan harga/kualitas saat membeli barang Ketika saya membeli produk,saya memaksimalkan kualitas yang saya dapatkan terhadap produk tersebut dengan uang yang dikeluarkan. Sebuah produk</li> <li>3. harus mempunyai kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau. Bagi saya, saya lebih memilih untuk fokus pada harga,kualitas produk dibanding syarat/hal yang lainnya.</li> </ol>	Skala Likert 1-5	Lichtenstein, Netemeyer dan Burton (1990) Mayasari dan Wiadi (2017)

Sumber : Dibuat untuk penelitian ini (2020)

### 3.7 Skala Pengukuran

Pengukuran dapat didefinisikan sebagai suatu proses sistematis dalam menilai dan membedakan suatu obyek yang diukur. Dalam mengelolah suatu analisis sangat penting dengan sifat dasar dari skala pengukuran yang digunakan. Struktur yang digunakan dalam pengolahan data pada dasarnya memiliki persyaratan tertentu dalam hal skala pengukuran. Jika skala pengukuran tidak seimbang maka akan menghasilkan kesimpulan yang bias dan tidak tepat/relevan (Junaidi, Memahami skala-skala pengukuran, 2015). Dalam skala pengukuran yang digunakan dalam sistem statistika ada empat macam.

Pertama ada skala nominal adalah skema pelabelan figuratif dimana angka hanya berfungsi sebagai label atau *tag* untuk mengidentifikasi obyek. Kedua skala ordinal bisa dibilang lebih tinggi dari pada skala nominal dan disebut sebagai skala peringkat (Junaidi, memahami skala - skala pengukuran , 2015). Skala ordinal adalah memungkinkan untuk menentukan apakah suatu obyek memiliki karakteristik lebih atau kurang dari objek yang lain, tetapi tidak seberapa banyak atau lebih sedikit (Sakaran & Bougie , 2016). Skala ordinal ini memungkinkan untuk menentukan apakah suatu obyek memiliki karakteristik lebih atau kurang dari pada obyek yang lain.

Ketiga Skala interval Skala interval, mendeskripsikan jarak antara titik-titik angka tertentu dengan nilai interval yang sama untuk setiap angka karena menggunakan unit pengukuran yang konsisten. Pengukuran interval meliputi penetapan angka pada obyek dengan cara tertentu, sehingga perbedaan angka yang sama mewakili perbedaan yang sama pula dalam tingkatan atribut yang diukur. Keempat skala rasio merupakan skala yang kualitasnya paling tinggi. Skala rasio

memiliki semua sifat skala nominal, ordinal, dan interval, dengan demikian skala rasio memiliki karakteristik asal (jarak, urutan dan deskripsi) (Malhotra *et al.*, 2017, 341). Skala rasio digunakan untuk memberikan kategori, peringkat ataupun jarak pada suatu. Tabel tipe skala pengukuran ditunjukkan pada tabel 3.8 di bawah ini.

Tabel 3.8 Tipe Skala Pengukuran

Skala	Aplikasi Kasus			
Nominal	Nomor punggung pemain bola	Nomor 3	Nomor 6	Nomor 9
Ordinal	Rangking pemain bola dalam satu tim	Rangking 1	Rangking 2	Rangking 3
Interval	Kinerja pemain dalam skala 0-10	7	8	9
Rasio	Waktu untuk melakukan pemanasan	3 menit	7 menit	9 menit

Sumber: Dimodifikasi dari Malthora (2020)

Pada penelitian ini, penulis memilih menggunakan skala interval, Teknik Penskalaan spesifik yang biasa digunakan dalam riset bisnis dapat diklarifikasikan ke dalam skala penilaian dan skala peringkat (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik penskalaan spesifik yang digunakan untuk penelitian ini adalah skala *likert*. Skala likert adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh likert. Skala likert mempunyai empat atau lebih butir – butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga bentuk sebuah skor/nilai yang mempresentasikan sifat individu, misalnya pengetahuan sikap dan perilaku (Maryuliana, 2016).

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Gambar 3.9 Contoh Skala Likert  
Sumber : Sekaran & Bougie

Terdapat beberapa alasan mengapa menggunakan skala likert dengan lima poin. Pertama skala likert mampu mengakomodir jawaban responden yang



bersifat netral dan ragu – ragu (Hertanto, 2017). Kedua tidak memerlukan hadirnya peneliti (Arikunto, 2013). Ketiga dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden dan bisa mendapatkan jawaban secara langsung.

### 3.8 Metode Pengumpulan Data

Setelah peneliti menentukan skala pengukuran selanjutnya adalah metode pengumpulan data. Dalam mengumpulkan data terdapat dua metode yaitu data primer dan data sekunder. Pengertian dari data primer peneliti mewawancarai dengan berbagai pertanyaan secara langsung kepada masyarakat dengan begitu peneliti akan mendapatkan data – data via wawancara. Dalam bagian data primer mempunyai empat metode dalam pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, kuesioner, dan eksperimen (Sakaran & Bougie, 2016). Pengertian dari data sekunder adalah sumber data yang diperoleh di dapat secara tidak langsung. Penulis memberikan beberapa pertanyaan dengan bentuk file atau dokumen (Sugiyono, 2013). Pada Table dibawah ini akan menjelaskan mengenai perbedaan data primer dan sekunder secara lebih rinci.

Tabel 3.10 Perbedaan data primer dan sekunder

	<b>Data Primer</b>	<b>Data Sekunder</b>
Penjelasan	Pengumpulan data dengan sumber secara langsung yang akan diteliti. Data dikumpulkan untuk masalah saat ini.	Pengumpulan data untuk tujuan hal lain. Data yang sebelumnya ditunjukan untuk beberapa masalah yang lainnya.
Teknik Pengumpulan Data	Interview, observasi, survei, kusioner dan beberapa percobaan.	Dengan situ web, internet, informasi yang dipublikasikan, dan publikasi pemerintah.

Gambar 3.10 perbedaan antara data primer dan data sekunder

Sumber : dimodifikasi dari Hair, *et al.* (2017); Sekaran and Bougie (2016); Malhotra (2017)

Dari tabel diatas bisa membedakan data primer dan data sekunder dengan melakukan survei. Metode yang akan diambil oleh penulis adalah metode primer dengan survei kuesioner. Kegunaan survei kepada populasi sasaran sebagai sampel, dan pertanyaan-pertanyaan tersebut bervariasi berdasarkan perilaku, niat, sikap kesadaran, motivasi, demografi, dan karakteristik gaya hidup mereka (Malholtra, 2017 ). Dengan metode survei maka akan mendapatkan jawaban dari responden. Ada beberapa alasan peneliti memakai metode primer survei. Pertama lebih cepat, murah, fleksibel dan akurat. Kedua peneliti akan mendapatkan jawaban di waktu yang sama. Ketiga pada saat jawaban dari responden kurang meyakinkan peneliti bisa langsung mengklarifikasinya.

### **3.9 Etika Pengumpulan**

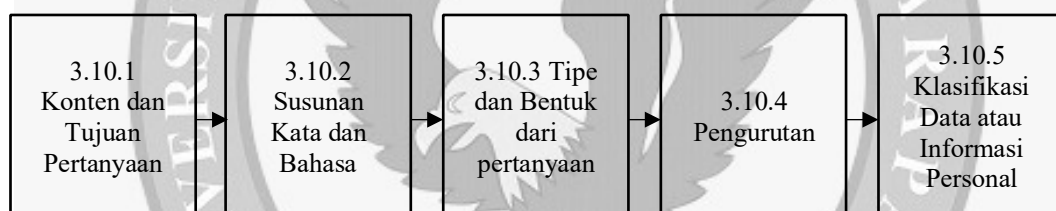
Selanjutnya peneliti akan menjelaskan mengenai etika pengumpulan data. Pada tahap ini mempertimbangkan etika adalah hal yang sangat penting. Dalam suatu penelitian harus mempelajari etika dengan benar sehingga dapat melahirkan suatu tulisan yang baik dan benar. Etika pengumpulan data ini sangat penting karena pada saat kita membuat penelitian yang melibatkan orang, peneliti harus paham keadaan sosial yang sedang terjadi, sehingga tidak ada yang di rugikan. Ada beberapa etika yang harus di perhatikan dalam proses mengumpulkan data dari responden.

Hal pertama yaitu ketika peneliti menyebarkan kusioner tidak boleh memiliki pertanyaan yang terlalu panjang, karena akan membuat responden bingung dan akan mempengaruhi jawaban responden. Kedua tidak boleh mengajukan pertanyaan yang bersifat sensitif, karena pada saat mengajukan pertanyaan sensitif

akan membuat responden merasa kurang nyaman. Ketiga peneliti menggunakan metode post-positivisme harus mengkesampingkan perasaan pribadi dan harus bersikap netral.

### 3.10 Teknik Pembuatan Kuesioner

Pada bagian ini akan menjelaskan bagaimana proses pembuatan kuesioner. Dalam pembuatan kuesioner terdiri dari lima tahap termasuk dalam prinsip susunan kata, yaitu konten dan tujuan pertanyaan, susunan kata dan bahasa, tipe dan bentuk dari pertanyaan, pengurutan, dan klasifikasi data dari informasi personal (Sekaran & Bougie, 2016). Pada gambar dibawah ini akan menjelaskan urutan proses pembuatan kuesioner.



Gambar 3.11 Tahap Pembuatan Kuesioner Sumber: Sekaran & Bougie (2016)

#### 3.10.1 Konten dan Tujuan Pertanyaan

Tahap pertama menentukan konten dan tujuan pertanyaan peneliti. Tahap ini adalah proses perencanaan pertanyaan apa saja yang akan ada di dalam kuesioner (Aaker *et al.*, 2011, 276). Pertanyaan yang akan dibuat oleh peneliti harus sesuai dengan informasi yang di butuhkan oleh peneliti. Tujuan dari setiap pertanyaan yang di aplikasikan di kuesioner tepat agar bisa mendapatkan hasil data yang diinginkan peneliti. Tahap ini peneliti harus fokus dengan apa yang akan di teliti,

seperti topik, pertanyaan dalam kuesioner harus berhubungan dengan topik. Sebelum kuesioner itu dijawab oleh responden, peneliti harus terlebih dahulu memberikan beberapa informasi agar responden mudah untuk menjawab pertanyaan yang akan diberikan.

### **3.10.2 Susunan Kata dan Bahasa**

Tahap kedua adalah menyusun bahasa dari kuesioner tersebut. Bahasa yang yang dipakai dalam kuesioner harus bersifat sopan. Dalam tahap ini peneliti harus menghindari pertanyaan yang bersifat ambigu. Pertanyaan ambigu dapat membuat responden menghasilkan jawaban yang tidak tepat. (Sekaran & Bougie, 2016). Pertanyaan yang dibuat oleh peneliti didalam kuesioner tidak diperbolehkan yang mengandung hal-hal yang terkait dengan masa lalu. Peneliti harus membuat pertanyaan yang tidak terlalu panjang. Pertanyaan yang panjang akan membuat responden malas untuk menjawab atau tidak mau membacanya. Maka dari itu peneliti membuat kuesioner dengan menggunakan prinsip yaitu *rule of thumb* dengan menggunakan maksimal 20 kata dalam satu pertanyaan.

### **3.10.3 Tipe dan Bentuk dari Pertanyaan**

Tahap yang ketiga yaitu tipe apa yang akan digunakan dalam pembuatan kusioner. Terdapat dua macam yaitu pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Pertanyaan terbuka maksudnya adalah responden bisa menjawab dengan cara mereka sendiri sedangkan pertanyaan tertutup responden menjawab dengan serangkaian alternatif

yang diberikan oleh peneliti. Terdapat beberapa keunggulan dari kedua tipe pertanyaan yang akan dijelaskan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 3.12 Keunggulan pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup

	<b>PERTANYAAN TERBUKA</b>	<b>PERTANYAAN TERTUTUP</b>
<b>KEUNGGULAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Jawaban yang diberikan responden luas</li> <li>● Anonimitas respon tinggi</li> <li>● Responden dapat bebas dalam menjawab</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Variabilitas dari jawaban terkontrol</li> <li>● Waktu relatif singkat</li> <li>● Tidak memerlukan banyak biaya</li> <li>● Pertanyaan mudah dijawab</li> </ul>

Sumber: Dimodifikasi dari Aaker *et al* (2011, 280)

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan pertanyaan tertutup. Ada tiga alasan peneliti memakai tipe pertanyaan tertutup. Pertama supaya responden bisa mengontrol jawabannya, kedua responden tidak memerlukan banyak waktu dan mengeluarkan biaya. Ketiga agar responden tidak memerlukan waktu yang lama dalam menjawab pertanyaan dari peneliti karena sudah disediakan alternatif untuk menjawab kuesioner tersebut (Sekaran & Bougie, 2016).

#### **3.10.4 Pengurutan**

Tahap keempat yaitu pengurutan dimana pengurutan berguna untuk mengatur alur kuesioner dalam pertanyaan yang disebarkan. Pertanyaan dalam kuesioner harus bersifat umum dan spesifik. Pertanyaan didalam kuesioner harus bisa disebarkan kepada masyarakat luas dan mudah dijawab oleh responden. Dalam pembuatan kuesioner harus menarik sehingga responden tertarik untuk menjawab pertanyaan dengan jujur dan peneliti bisa mendapatkan hasil yang diinginkan.

Sebelum peneliti menyebarkan kuesioner peneliti harus melalui pendekatan corong untuk membantu responden dalam mengisi kuesioner dengan mudah dan nyaman. Dalam pembuatan kuesioner harus menarik secara visual agar memudahkan responden dalam menjawab kuesioner ( Hair *et al.*, 2013,455).

### 3.10.5 Klarifikasi Data atau Informasi Personal

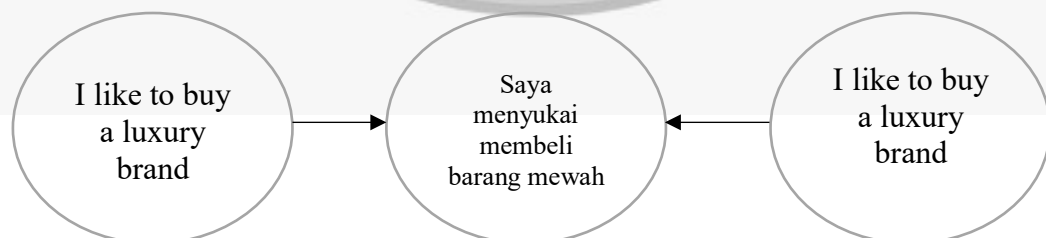
Tahap Terakhir dimana penyusunan kata adalah hal yang demografis (Sekaran & Bougie, 2016). Dengan menyediakan pertanyaan yang bersifat demografis maka akan mendapatkan data dari responden dengan benar. Data demografis itu seperti usia, umur, tingkat Pendidikan, status perkawinan dan pendapatan. Namun dalam kuesioner juga bisa dibidang sifat demografis juga tidak diperlukan karena terkadang bersifat privasi. Saat peneliti menyediakan data demografis maka peneliti harus memperhatikan data privasi responden dengan baik. Biasanya data yang bersifat demografis sangat cocok untuk mengukur sikap seseorang (Goodwin, 2017).

Ketika peneliti menyediakan pertanyaan demografis, peneliti harus memperhatikan pertanyaannya tidak berhubungan dengan privasi responden. Pertanyaan demografis harus dibatasi agar menghindari responden yang merasa terganggu dengan hal tersebut. Dalam pembuatan kuesioner langkah paling terakhir adalah *pilot testing*, uji coba terhadap contoh yang berhubungan dengan sampel tersebut namun dalam sampel yang jumlahnya kecil sehingga dapat mengidentifikasi potensi masalah yang terjadi. Responden yang diuji harus dari target yang sama (Mahlotra *et al.*, 2017, 400). Dalam uji coba sampel kecil ini bisa dilakukan dari 15 sampai 30 responden untuk pengujian awal.

### 3.11 Penerjemahan Kembali

Mengingatkan adanya perbedaan pengetahuan dan budaya responden yang akan digunakan maka pertanyaan dalam kuesioner haruslah mudah (Aaker *et al*, 2011, 281). Pertanyaan pada kuisioner yang mudah mungkin saja bisa disebabkan karena faktor bahasa yang umumnya digunakan oleh responden. Rata – rata target peneliti terhadap responden menggunakan bahasa Indonesia. Namun terget utama dari peniliti mahasiswa dari Universitas Pelita Harapan Karawaci jurusan menejemen yang setiap individu dalam sehari harinya menggunakan bahasa Indonesia. Karena indikator penelitian ini diadaptasi dari beberapa penelitian sebelumnya yang menggunakan bahasa Inggris, maka penelitian ini menggunakan teknik penerjemahan balik untuk memudahkan pemahaman pertanyaan kuesioner. Penerjemahan Kembali dilakukan untuk memastikan agar bahasa yang digunakan memiliki arti dan pemahaman yang sama dengan bahasa asal instrumen tersebut. Teknik yang dilakukan peneliti untuk memastika bahwa bahasa pada intrumen yang digunakan memiliki arti dan pemahaman yang sama dengan intrumen asal (Sakaran & Bougie, 2016). Pada gambar 3.13 akan memaparkan proses penerjemahan kembali.

Bahasa Asli Indikator



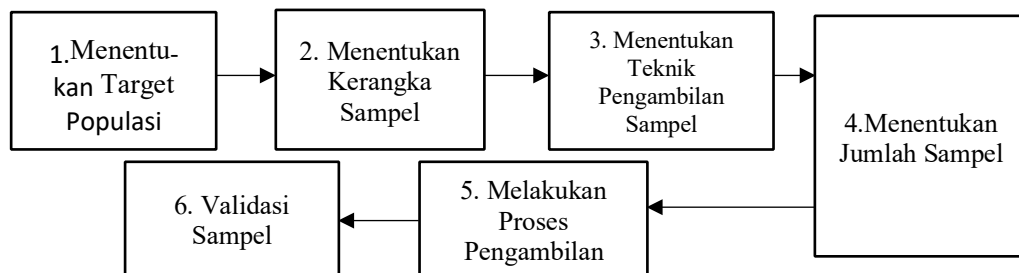
Gambar 3.13 Proses Penerjemahan kembali  
Sumber : Dibuat untuk penelitian ini (2020)

Dalam menerjemahkan kembali dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia sering kali terjadi masalah. Masalah yang dimaksud adalah tata bahasa yang tidak sesuai dengan tata bahasa Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini melakukan penerjemahan kembali dengan modifikasi untuk mengatasi masalah tersebut. Tujuan dilakukannya penerjemahan kembali adalah untuk memastikan bahwa responden mengerti tata bahasa yang telah disesuaikan dengan bahasa Indonesia. Tujuan lainnya penelitian ini melakukan penerjemahan kembali dengan modifikasi adalah untuk menghindari bias budaya yang ada. Untuk lebih lanjut, penerjemahan dari bahasa mayoritas ke dalam bahasa minoritas menyebabkan perbedaan makna dikarenakan terdapat perbedaan nilai, sikap, dan gaya hidup yang dianut oleh masyarakat minoritas. Dalam penelitian ini, responden yang digunakan berbahasa Indonesia sehingga modifikasi yang dilakukan penelitian ini berguna untuk memberikan tata bahasa dan arti kata yang sesuai dengan budaya Indonesia.

### **3.12 Desain Sampel**

Setelah membuat kuesioner penelitian, langkah selanjutnya yang dilakukan mengambil sampel. Sampel merupakan sebagian dari populasi tersebut kemudian diteliti dan hasilnya menjadi kesimpulan. Alasan menggunakan sampel dari pada mengumpulkan data dari seluruh populasi karena bisa menghemat dari segi waktu, biaya, dan dapat menghasilkan data yang lebih akurat. Langkah-langkah yang harus dilakukan akan jelaskan melalui gambar 3.15 berikut.





Gambar 3.15 Proses pengambilan sampel

Sumber : Dimodifikasi dari Malhotra *et al.* (2017, 414)

Langkah pertama menentukan target populasi dengan tepat. Target populasi yang kurang tepat akan menghasilkan data yang tidak efektif. Penentuan target populasi melibatkan masalah yang ada di dalam pertanyaan kuesioner tersebut. Target populasi harus di kelompokkan dalam hal elemen, unit sampel, luas dan waktu. Dalam penelitian ini, target populasi yang akan diutamakan adalah mahasiswa Universitas Pelita Harapan jurusan manajemen.

Langkah kedua yaitu menentukan kerangka sampel. Kerangka sampel adalah elemen populasi yang dijadikan target untuk mengambil sampel. Dalam penelitian ini, kerangka sampel yang akan diteliti adalah mahasiswa Universitas Pelita Harapan jurusan manajemen. Dengan alasan peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang membuat para mahasiswa Universitas Pelita Harapan jurusan manajemen ini melakukan pembelian terhadap barang bermerek.

Langkah ketiga dalam pengambilan sampel, peneliti harus memilih teknik pengambilan sampel yang terdiri dari dua tipe yaitu sampel probabilitas dan nonprobabilitas. Teknik sampel probabilitas merupakan teknik sampel yang dilakukan dengan memberikan kesempatan kepada seluruh target populasi yang

akan menjadi sampel responden. Non-probabilitas adalah teknik pengambilan sampel yang

ditentukan sendiri oleh peneliti.

Pada bagian proses pengambilan sampel teknik yang dipakai non

probabilitas sampel keputusan. Alasan pertama bisa memenuhi kriteria, maksudnya ada beberapa faktor yang menjadi pilihan kenapa peneliti memilih mahasiswa Universitas Pelita Harapan jurusan manajemen. Kedua peneliti bisa bebas memilih atau sadar untuk bisa memutuskan sampel pada elemen mana. Ketiga menggunakan non-probabilitas bisa menghemat waktu dan biaya (Sakaran & Bougie , 2016). Gambar 3.12 berikut akan memaparkan teknik pengambilan sampel probabilitas dan non-probabilitas secara detail.

<b>Non-probabilitas</b>	<b>Probabilitas</b>
Sampel kenyamanan	Sampel acak sederhana
Sampel keputusan	Sampel sistematis
Sampel kuota	Sampel acak bertingkat
Sampel bola salju	Sampel berkelompok
	Jenis sampel lain

Gambar 3.10 Teknik pengambilan sampel probabilitas dan non-probabilitas beserta jenisnya  
Sumber: Dimodifikasi dari Malhotra (2017,419)

Langkah selanjutnya yang keempat, menentukan jumlah sampel. Ada beberapa hal yang mempengaruhi keputusan tentang sampel. Pertama ukuran sampel harus mengrefleksikan tujuan penelitian. Kedua harus sesuai dengan apa yang diinginkan peneliti. Ketiga ukuran sampel harus memenuhi biaya dan waktu peneliti. Selanjutnya proses kelima yaitu pengambilan sampel.

Dalam pengambilan keputusan pembuatan sampel harus spesifik, karena dalam pembuatan keputusan ini banyak faktor. Faktor yang meliputi populasi, unit pengambilan sampel, kerangka pengambilan sampel, teknik pengambilan sampel, dan ukuran sampel yang harus diimplementasikan (Malhotra *et al.*, 2017, 417). Langkah keenam dalam pengambilan sampel adalah validasi sampel. Validasi

sampel bertujuan untuk menjelaskan kesalahan kerangka sampel dengan menyaring responden dalam fase pengumpulan data.

Seperti yang sudah tulis sebelumnya bahwa peneliti menggunakan teknik sampel non-probabilitas untuk penelitian ini. Teknik ini umum dalam nonprobabilitas yang sering dipakai yaitu sampel kenyamanan, sampel keputusan, sampel kuota, dan sampel bola salju. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampling keputusan. Ada beberapa hal mengapa peneliti memakai sampling keputusan. Tabel 3.11 dibawah ini akan menjelaskan teknik sampel dari nonprobabilitas.

Tabel 3.11 Teknik Sampel Non-Probabilitas

No	Teknik Sampel Non-Probabilitas	Sampel Kenyamanan	Sampel Keputusan	Sampel Bola Salju
Pengertian	Anggota yang mudah di akses akan di pilih menjadi subjek	Subjek dapat di pilih berdasarkan keahlian yang ada di dalam subjek tersebut yang diteliti	Subjek dipilih secara mudah dari group yang ditargetkan berdasarkan apa beberapa nomor atau kuota yang telah ditentukan	Kelompok yang awal persertanya di pilih secara acak. Selanjutnya peserta dipilih berdasarkan referensi atau informasi yang diberikan oleh peserta awal. Dengan mendapatkan referensi, proses ini dapat dilakukan secara bergelombang
Keuntungan	Cepat, nyaman, dan lebih mudah	Terkadang, hanya satu cara yang berarti meneliti sampel	Sangat berguna ketika partisipasi minoritas dalam penelitian dianggap sangat penting	Meningkatkan kemungkinan menemukan suatu karakteristik yang diinginkan dalam suatu populasi.

Sumber: Dimodifikasi dari Sekaran dan Bougie (2016,250); Malhotra (2017, 424)

Alasan pertama informasi yang akan didapat oleh peneliti akan lebih akurat. Kedua ada kriteria dari sampel yang memenuhi persyaratan untuk bisa menjadi responden dalam penelitian ini. Ketiga sampling ini bisa dibilang paling murah, mudah dan cepat (Malhotra *et al.*, 2017, 422).

### 3.12.1 Jumlah Sampel

Setelah menentukan desain sampel maka peneliti akan melanjutkan proses penulisan dimana langkah selanjutnya adalah menentukan jumlah sampel yang akan diambil. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 250 orang responden. Jumlah sampel 180 responden ini didapatkan melalui pertimbangan tinjauan literatur. Ada beberapa alasan mengapa peneliti menggunakan jumlah sampel sebanyak 180.

Pertama karena ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sesuai untuk sebagian besar penelitian (Roscoe dalam Sekaran & Bougie, 2016, 246). Kedua jumlah sampel ditentukan oleh jumlah indikator, setidaknya ada empat responden dalam setiap indikator (Hair *et al.*, 2017, 151). Total seluruh indikator dalam penelitian ini sebanyak 36 indikator, maka peneliti mengalikan jumlah indikator sebanyak lima kali lipat ( $36 \times 5$ ), hasilnya adalah 180 (Setyo, 2017). Untuk itu 180 menjadi batas minimum penyebaran kuesioner dalam penelitian ini. Tabel 3.12 dibawah ini akan menyajikan rata-rata dari penelitian sejenis.

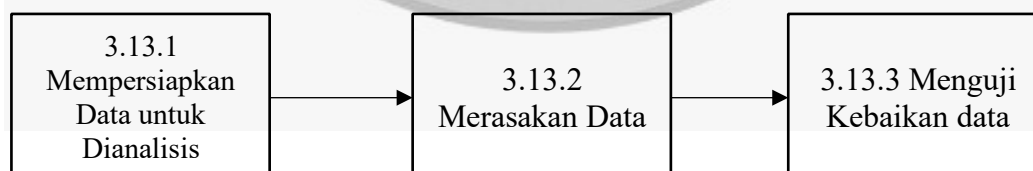
Tabel 3.12 Jumlah sampel penelitian sejenis

Peneliti (Tahun)	Jumlah Sampel
------------------	---------------

Dinda Surya Pratiwi (2011)	200
Erli Ermawati dan Indriyati (2011)	86
Nur Fitriyani, Presetyo Budi Widodo, dan Nailul Fauziah (2013)	130
Ririn Anggreini, Sulis Mariyanti (2014)	90
Riska Septifani, Fuad Achmadi, Imam Santoto (2014)	160
Indah Haryani, Jhon Herwanto (2015)	120
I Komang Trisna Eka Putra, I Putu Gde Sukaatmadja, dan Ni Nyoman Kerti Yasa (2016)	160
Okky Dikra, Sri Umi Mintari (2016)	192
Putra Idham Perdana (2018)	203
Setiawan dan Hasbi (2019)	200
<b>Rata – Rata</b>	<b>154</b>

### 3.13 Metode Data Analisis

Setelah data terkumpul dari kuisioner, langkah selanjutnya yang harus peneliti lakukan adalah menganalisis. Setelah data kuantitatif dikumpulkan dari sampel populasi, langkah selanjutnya adalah menganalisisnya untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sebelum dapat mulai menganalisis data, ada beberapa langkah awal yang perlu diselesaikan. Hal ini membantu memastikan bahwa data itu akurat, lengkap, dan cocok untuk analisis lebih lanjut. Pada tabel dibawah ini akan menjelaskan bagaimana proses data analisis ini dilakukan dari awal hingga akhir.

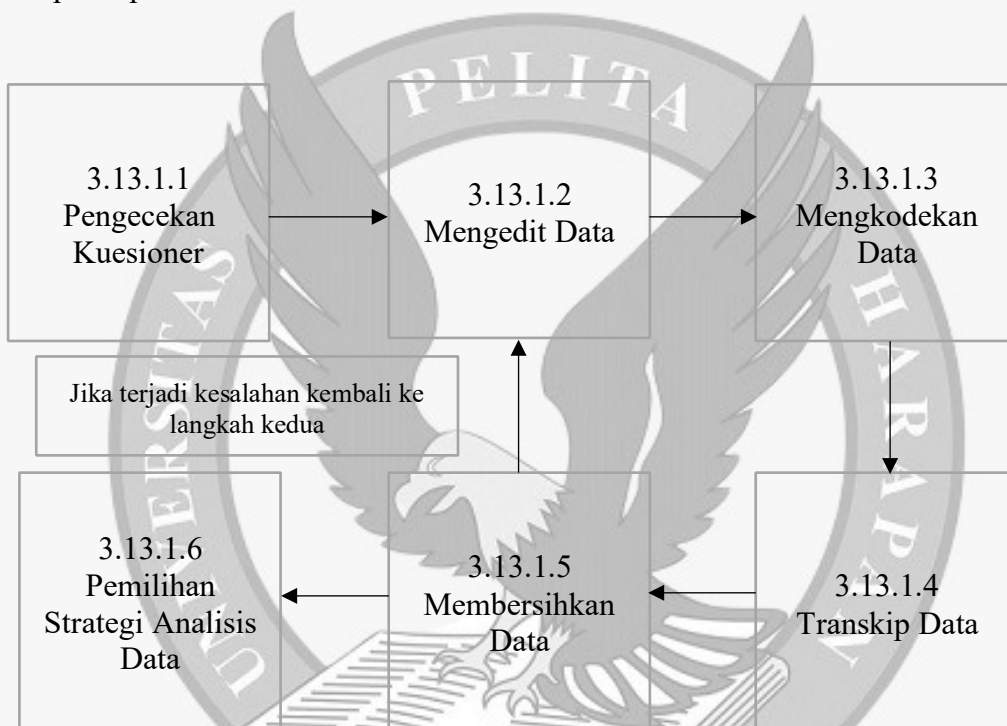


Gambar : 3.13 Proses Analisis Data

Sumber: dimodifikasi dari Sekaran and Bougie (2016, 273)

### 3.13.1 Mempersiapkan Data untuk Dianalisis

Pada proses ini setelah memproses data, data yang didapat harus ditangani dan disaring lebih lanjut. Ada enam tahap dalam pengecekan kuesioner yaitu ada pengecekan kuesioner, mengedit data, mengkodekan data, transkrip data, membersihkan data, pemilihan strategi analisis data. Dalam gambar 3.1 tahap dalam mempersiapkan data untuk dianalisis.



Gambar 3.14 Persiapan Data  
Sumber: Dimodifikasi dari Malhotra (2010,421)

#### 3.13.1.1 Pengecekan Kuesioner

Setelah kuesioner disebar dan data yang diperlukan telah didapatkan maka perlu untuk melakukan pengecekan terhadap kuesioner tersebut (Malhotra, 2010, 420). Proses pengecekan kuesioner dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner tersebut lengkap dan jawaban dari responden berkualitas. Kuesioner yang kembali

ke tangan peneliti memiliki kemungkinan besar datanya tidak dapat diolah karena ada beberapa alasan. Alasan yang pertama adalah ada bagian dari kuesioner yang tidak dilengkapi. Alasan yang kedua adalah responden yang bersangkutan tidak mengerti pertanyaan dalam kuesioner atau responden tidak mengikuti instruksi cara pengisian kuesioner. Alasan yang ketiga adalah respon dari responden menunjukkan varians yang sedikit. Dan alasan yang keempat adalah kuesioner dijawab oleh responden yang tidak memenuhi kriteria responden yang dibutuhkan.

#### **3.13.1.2 Mengedit Data**

Setelah melakukan pengecekan kuesioner, data tersebut perlu diedit. Mengedit data adalah proses meninjau ulang kuesioner dengan tujuan meningkatkan akurasi dan presisi dari data yang didapatkan. Dalam kuesioner biasanya terdapat jawaban yang tidak lengkap, tidak konsisten dan jawaban yang menyimpang ataupun dikosongkan oleh responden.

#### **3.13.1.3 Mengkodekan Data**

Setelah data selesai di edit, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah mengkodekan data. Dalam mengkodekan data peneliti memberikan kode atau biasanya angka pada setiap jawaban untuk setiap pertanyaan (Malhotra *et al.*, 2017, 534). Dalam penelitian ini ada tiga puluh empat indikator dan setiap indikator diberi kode sesuai dengan skala likert 1-5, untuk pilihan respon jawaban digunakan pengkodean data. Penggunaan kode tersebut seperti 1= “Sangat Tidak Setuju”, 2= ”Tidak Setuju”, 3=”Netral”, 4=”Setuju” dan 5=”Sangat Setuju”.

Tiga puluh satu indikator mengukur delapan variabel yang berbeda, yaitu perilaku membeli, konsumsi yang mencolok, kebutuhan akan keunikan, perpanjangan diri, kesombongan diri, hedonisme, mencoba hal baru, kesadaran akan nilai. Ketika memasukkan data ke dalam *software* SPSS, setiap variabel dan indikator harus memiliki kode masing-masing. Seperti contoh, untuk setiap indikator variabel yang digunakan peneliti seperti perilaku membeli, konsumsi yang mencolok, kebutuhan akan keunikan dll masing-masing kolom dalam SPSS harus diberi kode seperti PM1, KYM2, KAK3. Pengkodean ini berfungsi untuk membedakan jawaban antara responden.

#### **3.13.1.4 Transkrip Data**

Transkrip data adalah proses memindahkan data yang ada di dalam kuesioner ke dalam basis data atau komputer (Malhotra, 2010, 427). Ada tiga perangkat lunak komputer yang berfungsi untuk menyimpan data dalam komputer, yaitu Excel, SAS berkas data dan SPSS. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS dalam memindahkan data dari kuesioner ke dalam komputer. Alasan peneliti memilih SPSS, karena ada dua jendela dalam programnya yaitu *view* dan variabel *view* sehingga hal tersebut bisa memudahkan peneliti untuk memasukan data ke perangkat SPSS.

#### **3.13.1.5 Membersihkan Data**

Dalam proses membersihkan data ada dua kegiatan yang peneliti perlu lakukan. Pertama mengecek konsistensi, penanggulangan jawaban kosong, dan



transformasi data. Cek konsistensi mengacu pada mengidentifikasi data yang keluar dari jarak, tidak konsisten dan memiliki nilai yang ekstrim. Dengan menggunakan perangkat lunak statistik yang ada pada komputer, peneliti dapat mencari kode responden, kode variabel, nama variabel, nomor catatan, nomor kolom dan nilai yang keluar dari jaraknya sehingga proses membersihkan data akan lebih mudah dilakukan. Kemudian ada beberapa cara untuk menangani respon kosong. Pertama jika jawaban yang kosong lebih dari 25% maka tidak akan diikuti sertakan menjadi responden.

Cara kedua membiarkan jawaban kosong tersebut tanpa melakukan apapun namun tetap diikuti sertakan ke dalam analisis data (Sekaran & Bougie, 2016, 277). Cara ketiga untuk menangani respon yang kosong adalah peneliti dapat mengisi sendiri jawaban yang kosong dengan jawaban netral jika pertanyaan yang kosong kurang dari 25% dari total pertanyaan. Cara keempat untuk menangani respon yang kosong adalah melihat tanggapan rata-rata dari semua responden terhadap indikator yang dikosongkan tersebut kemudian rata-rata tanggapan tersebut lah yang dijadikan jawaban untuk indikator yang dikosongkan tersebut.

Langkah selanjutnya adalah transformasi data. Transformasi data adalah suatu variasi dari data *coding*. Transformasi data adalah proses mengubah representasi numerik yang asli dari nilai kuantitatif ke nilai lain. Data biasanya diubah untuk menghindari masalah pada tahap selanjutnya dari proses analisis data. Namun, untuk penelitian ini peneliti tidak melakukan transformasi data karena semua indikator variabel ditulis dalam kalimat positif dan selaras.

### 3.13.2 Merasakan Data

Setelah menyiapkan data untuk dianalisis, langkah selanjutnya merasakan data. Merasakan data dapat dilakukan dengan menghitung statistik deskriptif Data yang meliputi frekuensi, kecenderungan sentral, dan disperse (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam merasakan data peneliti harus menghitung modus, nilai tengah, jarak semi kuartil, standard deviasi untuk mengetahui respon setiap responden didalam penelitian ini.

Jika hanya sedikit dalam data maka indikator yang ada di setiap variabel yang diberikan kepada responden tidak akan memadai. Dengan demikian, merasakan data merupakan langkah yang diperlukan dalam semua analisis data. Pada tabel 3.13.1 dibawah ini akan menunjukkan skala analisis data dan metode untuk mendapatkan data pengukuran statistik. Untuk penelitian ini menggunakan skala interval. Tabel 3.15 Tipe Skala Pengukuran

Pengukuran Kecenderungan untuk Satu Variabel	Pengukuran Dispersi untuk Satu Variabel	Pengukuran Dispersi untuk Satu variabel	Ringkasan Visual untuk satu variabel	Pengukuran hubungan antara variabel	Ringkasan Visual antar variabel
Nominal	Modus		Grafik batang, diagram lingkaran.	Tabel kontigensi	<i>Stacked bars, clustered bars</i>
Ordinal	Median	Rentang semi interkuartil	Grafik batang, diagram lingkaran	Tabel kontigensi	<i>Stacked bars, clustered bars</i>

Interval	Rata – rata hitung	Minimum, maksimum, standar deviasi, varians,	Histogram, scatterplot, box-and whisker plot	Korelasi	<i>Scatterplots</i>
		koefisien, variasi			
Rasio	Rata – rata hitung atau geometric	Minimum, Maksimum, standar deviasi, varians, koefisien variasi	<i>Histogram, scatterplot, box-and whisker plot</i>	Kolerasi	<i>Scatterplots</i>

Sumber: Sekaran & Bougie (2016, 279)

### 3.13.3 Menguji Kebaikan Data

Langkah yaitu menyiapkan data untuk menguji kebaikan data. Bagian ini dilakukan untuk memastikan data yang diterima dan dikumpulkan dengan alat ukur yang dipilih teliti. Menguji kebaikan data dengan pengujian reliabilitas dan validitas. Penelitian melakukan pengujian reliabilitas terlebih dahulu baru selanjutnya melakukan pengujian validitas. Peneliti melakukan reliabilitas terlebih dahulu untuk memastikan data yang didapatkan memang mengukur indikator, lalu baru selanjutnya memastikan apakah indikator tersebut dapat dikatakan valid atau tidak.

#### 3.13.3.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel . Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataanya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2015). Sebuah indikator dapat dikatakan reliabel jika mempunyai hasil yang sama meski telah diulang dari waktu ke waktu oleh peneliti yang berbeda

(Sekaran & Boughe, 2016, 224). Uji reliabilitas dibagi menjadi dua yaitu pengujian stabilitas dan pengujian konsistensi internal dan di setiap bagian dipecah kembali menjadi dua bagian. Dalam pengujian stabilitas dibagi menjadi *test-retest* dan reliabilitas *parallel-form* dan untuk pengujian konsistensi internal dibagi menjadi *interitem consistency reliability* dan *split-half reliability*.

Pengujian stabilitas akan menunjukkan indikatornya untuk menghasilkan hasil yang sama tanpa adanya perubahan sehingga pengujian stabilitas memiliki rentan perbedaan waktu yang rendah. Tipe pengujian stabilitas adalah reliabilitas test-retest dan reliabilitas parallel-form. Reliabilitas test-retest merupakan koefisien dari reliabilitas yang diperoleh dengan pengulangan ukuran yang sama pada dua kesempatan sedangkan reliabilitas parallel-form ketika dua tanggapan responden yang dibandingkan lalu memiliki hasil yang sama dan berkorelasi tinggi. Kedua model ini sama namun yang membedakan adalah pertanyaannya, apa yang dicoba disini adalah variabilitas kesalahan yang dihasilkan dari pengkalimatan dan pengurutan dari pertanyaan. Apa bila kedua bentuk sebanding, maksudnya dari sebanding, maka akan cukup yakin bahwa pengukuran tersebut bisa diandalkan.

Pengujian konsistensi internal adalah indikasi yang homogenitas dari indikator dalam pengukuran. Hal ini dapat dilihat dengan cara melihat dan memeriksa indikator dan bagian himpunan indikator dalam instrumen pengukuran berkorelasi tinggi. Pengujian internal biasanya dilakukan dengan *Cronbach's alpha coefficient* dan *corrected item-total correlation*. *Cronbach's alpha coefficient* adalah metode yang paling banyak dilakukan untuk menguji konsistensi internal. *Split-half reliability* mengacu pada korelasi antara dua bagian instrumen setelah item dibagi menjadi dua.

Pada penelitian ini, peneliti memilih menggunakan test *cronchbac's alpha*. Dengan alasan, pertama ini adalah test yang paling populer untuk digunakan dalam *multipoint-scale items*. Kedua, hampir dalam setiap kasus tes ini memadai untuk *internal consistency reliability*. Ketiga indikator yang mengukur konsep ini berhubungan satu sama lain. Secara garis besar reliabilitas kurang dari 0,60 dianggap buruk, reliabilitas yang berada di kisaran 0,70 di anggap diterima dan reliabilitas yang di atas 0,80 dianggap baik.

### 3.13.3.2 Uji Validitas

Uji Validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa indikator mengukur konsep yang seharusnya diukur. Penelitian perlu melakukan pengujian validitas untuk memastikan akurasi dari indikator pengukur variabel (Zikmund *et al.*, 2010, 307). Terdapat tiga macam jenis pengukuran validitas yaitu validitas isi (*content validity*), validitas kriteria (*criterion validity*), dan validitas konstruk (*construct validity*). Validitas isi adalah teknik pengujian dengan melibatkan persetujuan dari para ahli indikator dari suatu variabel untuk mengukur variabel yang seharusnya. Dalam melakukan validitas isi penelitian ini melibatkan para ahli untuk memastikan indikator sesuai dengan definisi variabel dan skalanya memiliki validitas isi.

Yang kedua validitas kriteria, melakukan pengujian apakah indikator dalam penelitian tersebut memiliki korelasi dengan indikator yang lain atau tidak. Pungujian validitas ini dibagi menjadi dua yaitu validitas *concurrent* dan validitas prediktif. Validitas *concurrent* digunakan pada saat peneliti membuat indikator baru dalam waktu yang sama sedangkan validitas prediktif untuk memprediksi masa

yang akan datang. Jenis yang ketiga adalah validitas kontruk, menguji tingkat pemenuhan indikator-indikator yang digunakan pada kuesioner dalam mengukur konsep tertentu (Sekaran & Bougie, 2016, 222). Validitas ini termasuk validitas yang mencakup dua validitas sebelumnya.

Pada penelitian ini, peneliti memutuskan untuk menggunakan validitas konstruk. Untuk dapat menggunakan validitas konstruk harus mempunyai dua kriteria yaitu validitas konverjen dan validitas diskriminan. Validitas konverjen dapat dicapai skornya jika diperoleh dengan dua instrument yang berbeda sedangkan validitas diskriminan terbentuk ketika variabel – variabel tidak saling berkorelasi. Validitas konverjern dan diskriminan dapat diuji dengan korelasi serta faktor analisis. Berdasarkan penjelasan tersebut, studi pendahuluan pada penelitian ini akan menguji validitas konverjen melalui *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Average Variance Extracted* (AVE), sedangkan validitas diskriminan diuji melalui pengujian korelasi. Pada penelitian ini, batas atau *rule of thumb* korelasi yang digunakan untuk menguji validitas diskriminan adalah 0,85 (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2014). Sedangkan untuk menguji validitas konverjen batas *factor loading* atau EFA yang digunakan adalah 0,60 untuk studi pendahuluan dan AVE harus lebih tinggi dari 0,50 (Latan & Ghozali, 2012, 81).

### **3.14 Studi Pendahuluan**

Studi pendahuluan perlu dilakukan sebelum melakukan penelitian yang aktual. Pada saat penelitian telah mendapatkan indikator-indikator yang akan digunakan dalam penelitian maka selanjutnya perlu untuk dilakukan studi pendahuluan

(McBurney & White, 2009, 236). Studi pendahuluan ini dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang didapatkan memang sesuai dengan tujuan penelitian.

Studi pendahuluan dilakukan dengan cara yang sama dengan penelitian aktual tetapi dengan jumlah sampel yang relatif lebih sedikit dibandingkan penelitian aktual. Studi pendahuluan dilakukan dengan menguji reliabilitas dan validitas indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang digunakan dalam studi pendahuluan ini menggunakan 30 sampel responden dan selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas dan validitas.

### **3.15 Uji Hipotesis**

Setelah melakukan banyak langkah dalam bab ini, pada langkah yang terakhir penulis melakukan pengujian hipotesis tersebut. Pengujian hipotesis tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diteliti oleh penulis dalam penelitian ini didukung atau tidak berdasarkan hasil dari data – data yang di peroleh penulis.

#### **3.15.1 Uji Asumsi Klasik**

Didalam penelitian yang bermodel analisis regresi sederhana perlu melakukan pendahuluan yaitu pengujian asumsi klasik. Pengujian ini berguna untuk memastikan hasil dari regresi dari sebuah penelitian. Didalam uji asumsi klasik ini terdapat lima pengujian yaitu uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastistas, uji normalitas dan uji linearitas (Ayuwardani, 2018). Pada

penelitian ini penulis melakukan uji normalitas, uji heteroskedastistas, dan multikolinearitas.

Pengujian asumsi klasik pertama adalah uji normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak (Sinuhaji, 2014) Dengan tujuan mengetahui variabel residual dan variabel pengganggu yang sudah terdistribusi normal dan belum. Penulisan ini menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnof. Jika hasilnya lebih besar dari 0,05 maka data residual telah terdistribusi normal (Duli, 2019). Pengujian kedua yaitu uji heteroskedastistas. Pengujian ini dilakukan untuk melihat perbedaan varian yang berasal dari satu pengamatan. Penelitian ini menggunakan uji *Park* yang apabila bilang signifikansi lebih besar dari 0,50 maka tidak terjadi uji heteroskedastistas (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Yang terakhir yaitu uji multikolinearitas. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui korelasi antara variabel independen yang digunakan didalam penelitian ini (Ghozali, 2011). Penilaian dalam pengujian ini menggunakan VIF atau yang disebut juga sebagai *Variance Inflation Factors*.

### **3.15.2 Uji Regresi Berganda**

Pengujian pada hipotesis ini menggunakan model regresi berganda karena di dalam penelitian ini mempunyai jumlah variabel independen yang lebih dari satu yang akan mempengaruhi variabel dependen yang hanya mempunyai satu, dalam penelitian ini penulis juga tidak menggunakan variabel mediasi. Pengujian regresi berganda ini memiliki tiga tabel, yang pertama *R-Squared* atau R Kuadrat atau R<sup>2</sup>



yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan kepada variabel bebas atau variabel independent (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y) atau dengan kata lain nilai koefisien determinasi atau *R-Square* ini sangat bermanfaat untuk melihat seberapa besar kontribusi yang berpengaruh yang diberikan variabel X secara simultan kepada variabel Y. Koefisien R kuadrat ini intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen berdasarkan hasil perhitungan dari SPSS yang ditampilkan bahwa nilai adjusted R-Square adalah sebesar 0,657. Sehingga dapat diketahui bahwa 65,7% trust in brand dipengaruhi oleh reputasi merek, kompetisi dan brand liking. Sedangkan 34,4% dipengaruhi oleh faktor lain (Putro & Kamal, 2013).

Uji hipotesis ke dua *F- simultan* yang digunakan untuk menguji variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat yang signifikan dan berhubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. *F-stimultan* menggunakan tingkat signifikan tergantung kemauan dari peneliti yaitu (0,01) atau 1%, 0,50 (5%) dan 0,10 (10%). Hasil dari uji dilihat berdasarkan tabel ANOVA dalam kolom sig. yang ketiga uji hipotesis ini adalah *T-Stimultan* atau yang disebut T-parsial. T-parsial adalah sebuah pengujian untuk mengetahui apakah sebuah variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen atau tidak. Uji hipotesis terakhir ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel independen ini saling berpengaruh atau tidak dan hasil dari uji hipotesis ini akan menjadi sebuah persamaan.