



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah layanan GoFood, sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan layanan GoFood lebih dari satu kali pada masa pandemi COVID-19 di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2017:146) adalah suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Perencanaan merupakan skema menyeluruh atau program dari penelitian, termasuk mencakup garis besar dari apa yang ingin dilakukan oleh peneliti dan penulisan hipotesis dan implikasi operasionalnya untuk analisis data akhir. Cooper dan Schindler (2017:147) selanjutnya mengklasifikasikan desain penelitian ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian, penelitian ini termasuk dalam studi formal (*formal study*) karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan studi komunikasi (*communication study*) dimana peneliti menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Berdasarkan kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel, penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* (*ex post facto design*) dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti tidak mampu memanipulasi variabel. Peneliti hanya mampu melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan studi, penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal-eksplanatori (*causal-explanatory*), karena penelitian ini berfokus pada bagaimana satu variabel menyebabkan perubahan pada variabel lainnya. Dalam penelitian kausal-eksplanatori (*causal-explanatory*), peneliti berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional* (*cross-sectional study*) karena penelitian ini hanya dilakukan satu kali dan menyajikan potret dari suatu kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Berdasarkan cakupan topik, penelitian ini menggunakan studi statistik (*statistical study*). Studi statistik didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini bertujuan untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI RKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



7. Lingkungan Penelitian

Ⓒ Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (*field condition*) karena penelitian ini dilakukan pada kondisi lapangan yang sesungguhnya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Kesadaran persepsi responden pada saat mengisi kuesioner dapat mempengaruhi hasil penelitian ini secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, persepsi responden yang diusahakan adalah persepsi yang nyata dan tidak ada penyimpangan dalam rutinitas kesehariannya.

C. Variabel Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:64), variabel adalah simbol dari kejadian, tindakan, karakteristik, perlakuan, maupun atribut yang dapat diukur dan yang dapat diberikan penilaian. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas layanan (X_1), kepercayaan merek (X_2), dan harga (X_3). Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing-masing variabel tersebut.

1. Kualitas Layanan (X_1):

Kualitas layanan menurut Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono (2017:142) adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai dengan harapan konsumen. Pengukuran variabel kualitas layanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui lima dimensi beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Reliability	Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, GoFood memberikan layanan <i>contactless delivery</i> yang baik sesuai dengan yang dijanjikan.	Interval
	Keandalan dalam menangani permasalahan konsumen	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood mampu menangani permasalahan konsumen dengan baik.	
	Memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood memberikan pelayanan yang baik secara konsisten.	
	Memberikan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood mengantarkan pesanan dengan tepat waktu sesuai estimasi yang tertera pada aplikasi.	
Responsiveness	Konsumen diberitahu kapan pelayanan akan dilakukan	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood segera memberitahu saya secara pasti kapan pesanan akan diantar.	Interval
	Memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood mengantarkan pesanan dengan cepat.	
	Kesediaan untuk membantu konsumen	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood selalu bersedia untuk membantu saya.	

©

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.</p> <p>2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>Kesiapan untuk menanggapi permintaan konsumen</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood selalu siap untuk menanggapi permintaan pesanan saya.</p>	
	<p>Karyawan mampu menanamkan kepercayaan pada konsumen</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, perilaku <i>driver</i> GoFood mampu menumbuhkan kepercayaan pada konsumen.</p>	Interval
	<p>Membuat konsumen merasa aman dalam bertransaksi</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya merasa aman saat bertransaksi dengan <i>driver</i> GoFood.</p>	
	<p>Karyawan yang selalu sopan</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood selalu sopan dalam memberikan pelayanan.</p>	
	<p>Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood memiliki pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan konsumen.</p>	
<p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p> <p><i>Empathy</i></p>	<p>Memberikan perhatian secara individual kepada konsumen</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood memberikan perhatian secara individual kepada saya.</p>	Interval
	<p>Karyawan yang penuh kepedulian dengan konsumen</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood memperlakukan konsumen dengan penuh kepedulian.</p>	
	<p>Mengutamakan kepentingan terbaik konsumen</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood selalu mengutamakan kepentingan konsumen.</p>	
	<p>Karyawan memahami kebutuhan konsumen</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood memahami kebutuhan saya.</p>	
	<p>Jam operasi yang nyaman</p>	<p>Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, waktu operasi 24 jam dari GoFood memudahkan saya dalam memesan makanan.</p>	



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) <i>Tangibles</i></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	Peralatan yang modern	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, kendaraan yang digunakan oleh <i>driver</i> GoFood tampak modern.	Interval
	Fasilitas yang terlihat menarik secara visual	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, GoFood menyediakan fasilitas berupa kartu penanda suhu tubuh yang tampak menarik.	
	Karyawan berpenampilan rapi dan profesional	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, <i>driver</i> GoFood berpenampilan profesional dengan memperhatikan protokol kesehatan.	

Sumber: Diadaptasi dari Parasuraman *et al.* (1985) dalam Kotler dan Keller (2016)

2. Kepercayaan Merek (X₂):

Kepercayaan merek menurut Lau dan Lee (1999:344) adalah kesediaan konsumen untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif. Pengukuran variabel kepercayaan merek yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui dua dimensi beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Merek

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Brand Reliability</i>	Merek memenuhi harapan konsumen	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, merek GoFood memenuhi harapan saya.	Interval
	Tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya merasa percaya terhadap merek GoFood.	
	Merek tidak pernah mengecewakan konsumen	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, merek GoFood tidak pernah mengecewakan saya.	



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p><i>Brand Intentions</i></p>	Merek memberi jaminan kepuasan	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, merek GoFood menjamin kepuasan saya.	Interval
	Kejujuran dan kesungguhan merek	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, merek GoFood akan jujur dan bersungguh-sungguh dalam menangani permasalahan saya.	
	Merek dapat diandalkan untuk memecahkan masalah	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya dapat mengandalkan merek GoFood untuk memecahkan permasalahan saya.	
	Merek akan berusaha untuk memuaskan konsumen jika terjadi masalah	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, merek GoFood akan berusaha untuk memuaskan saya jika terjadi masalah.	
	Merek akan memberikan kompensasi jika terjadi masalah	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, merek GoFood akan memberikan kompensasi kepada saya dengan beberapa cara jika terjadi masalah saat menggunakan layanan tersebut.	

Sumber: Diadaptasi dari Delgado dan Munuera (2005)

3. Harga (X₃):

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan. Pengukuran variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui empat indikator beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel

3.3.



Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Harga

Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keterjangkauan Harga	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, harga yang ditawarkan layanan GoFood terjangkau.	Interval
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, harga yang ditawarkan layanan GoFood sesuai dengan kualitas layanan yang ditawarkan.	Interval
Daya Saing Harga	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, harga yang ditawarkan layanan GoFood bersaing dengan merek lain.	Interval
Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, harga yang ditawarkan layanan GoFood sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	Interval

Sumber: Diadaptasi dari Tjiptono (2015) dalam Winata (2020)

4. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2018:177) adalah keputusan konsumen dalam membeli merek yang paling disukai. Pengukuran variabel keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui empat dimensi beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.4.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.4

Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
1. Pilihan Produk Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	Keunggulan produk	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya memilih layanan GoFood karena layanan tersebut memiliki kualitas yang lebih unggul dari kompetitor.	Interval
	Manfaat produk	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya memilih layanan GoFood karena layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan saya.	
	Pemilihan produk	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya memilih layanan GoFood karena sesuai dengan kualitas yang diinginkan.	
1. Pilihan Merek Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	Ketertarikan pada merek	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya memilih layanan GoFood karena layanan tersebut memiliki citra merek yang baik.	Interval
	Kebiasaan pada merek	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya memilih layanan GoFood karena saya telah terbiasa menggunakan layanan dengan merek tersebut.	
	Kesesuaian harga	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya memilih layanan GoFood karena harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	
1. Waktu Pembelian	Kesesuaian dengan kebutuhan	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya akan membeli makanan atau minuman dengan menggunakan layanan GoFood secara rutin pada saat membutuhkannya.	Interval



Jumlah Pembelian	Keputusan jumlah pembelian	Dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, saya akan membeli makanan atau minuman lebih dari satu dengan menggunakan layanan GoFood.	Interval
------------------	----------------------------	---	----------

Sumber: Diadaptasi dari Kotler dan Armstrong (2012) dalam Widokarti dan Priansa (2019)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dimana tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, sedangkan jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu sampel *non-probability* yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sekaran dan Bougie, 2017b:68). Adapun kriteria yang ditetapkan adalah konsumen yang pernah menggunakan layanan GoFood lebih dari satu kali pada masa pandemi COVID-19 dan berdomisili di Jakarta.

Untuk ukuran sampel sendiri, Hair *et al.* (2014:100) menyatakan bahwa sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah *item* pernyataan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 40 *item* pernyataan, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan adalah $40 \times 5 = 200$ responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau responden (Sekaran dan Bougie, 2017a:130). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian

Hak Cipta, Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Penyalinan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ini yaitu teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada responden.

Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti. Kuesioner disusun menggunakan Skala Likert dengan lima tingkatan, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju.

F. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, selanjutnya peneliti akan menganalisis data tersebut menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat bantu *software* WarpPLS 7.0. Adapun beberapa kelebihan dari *software* WarpPLS menurut Sholihin dan Ratmono (2021:58) yang mendasari digunakannya *software* tersebut pada penelitian ini, antara lain:

- WarpPLS dapat mengidentifikasi hubungan nonlinier antar variabel laten dan mengoreksi nilai koefisien jalur berdasarkan hubungan tersebut.
- WarpPLS dapat mengestimasi nilai probabilitas untuk koefisien jalur secara otomatis. Kebanyakan *software* PLS lain hanya memberikan nilai T sehingga pengguna harus mencari lagi nilai probabilitasnya.
- WarpPLS dapat memberikan beberapa indikator model *fit* yang dapat berguna untuk membandingkan model terbaik antar berbagai model yang berbeda, indikator *fit* yang dihasilkan antara lain: *Average R-squared* (ARS), *Average Path Coefficient* (APC), *Average Block Variance Inflation Factor* (AVIF), dan lain sebagainya. Belum ada *software* PLS lain yang dapat memberikan indikator *fit* tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi undang-undang Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- WarpPLS telah menyediakan persyaratan ukuran sampel minimum (*minimum sample size requirements*) dengan mempertimbangkan target nilai koefisien jalur, tingkat signifikansi, dan *power level*.
- WarpPLS dapat memberikan nilai *full collinearity test* yang dapat digunakan untuk menganalisis masalah multikolinearitas secara vertikal dan lateral.
- WarpPLS dapat meminimalkan masalah multikolinearitas antar variabel laten meskipun terjadi *overlapping* indikator. Selain itu, WarpPLS dapat memberikan nilai *estimated collinearity* sebelum analisis SEM dilakukan.

Berdasarkan beberapa kelebihan yang menjadi alasan digunakannya *software* WarpPLS sebagaimana yang telah dijabarkan di atas, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk variabel laten (Latan dan Ghozali, 2017:85).

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52), uji validitas adalah alat untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. *Item* pernyataan dinyatakan valid apabila *P-value* < 0,05 dan *factor loading* > 0,5 (Latan dan Ghozali, 2017:89).



b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menguji apakah indikator dari instrumen dapat digunakan untuk melakukan pengukuran lebih dari dua kali dengan hasil yang akurat. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70, nilai *Composite Reliability* > 0,70, dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50 (Latan dan Ghozali, 2017:88). Adapun rumus dari *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pernyataan

σt^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

2 Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2016:19), analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Secara komprehensif, analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke- i setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah responden yang termasuk kategori- i

n = total responden

b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut.

Mean dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata hitung (*mean*)

x_i = nilai sampel ke- i

n = jumlah sampel

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung skor rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

Rs = rentang skala

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori

Skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

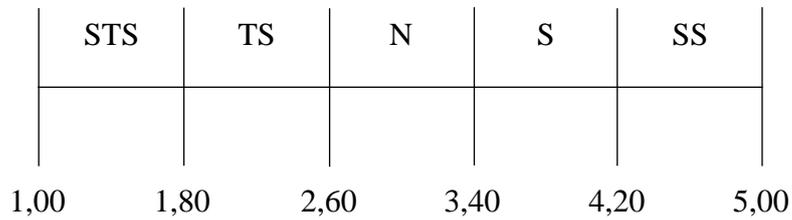
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$R_s = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

3. Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk melihat seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan pada skala lima titik. Responden diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan yang ada dan setiap respons diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan (Cooper dan Schindler, 2017:327).

Berikut ini adalah susunan Skala Likert yang digunakan:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Penilaian *Overall Fit*

Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM (*Structural Equation Modeling*) yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator yang ada adalah sebagai berikut:

a. Average Path Coefficient (APC)

Nilai *cut-off P-value* untuk APC yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

b. Average R-Squared (ARS)

Nilai *cut-off P-value* untuk ARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

c. Average Adjusted R-Squared (AARS)

Nilai *cut-off P-value* untuk AARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

d. Average Block VIF (AVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017:96).

e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



lebih indikator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017:96).

c. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

f. Tenenhaus GoF

GoF memiliki tiga tingkatan nilai, yaitu kecil apabila nilai $\text{GoF} \geq 0,10$, menengah apabila nilai $\text{GoF} \geq 0,25$, dan besar apabila nilai $\text{GoF} \geq 0,36$ (Latan dan Ghozali, 2017:96).

g. Sympson's Paradox Ratio (SPR)

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai $\text{SPR} \geq 0,7$ masih dapat diterima yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Latan dan Ghozali, 2017:97).

h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR)

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai $\text{RSCR} \geq 0,9$ masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari *path* di dalam model tidak berhubungan dengan kontribusi *R-squared* negatif (Latan dan Ghozali, 2017:97).

i. Statistical Suppression Ratio (SSR)

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *statistical suppression* (Latan dan Ghozali, 2017:98).

j. Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih dari *path* yang berhubungan di dalam model penelitian mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Latan dan Ghozali, 2017:98).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Persamaan struktural dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KP = \gamma_{11} * KL + \gamma_{12} * KM + \gamma_{13} * HR$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

KL = Kualitas Layanan

KM = Kepercayaan Merek

HR = Harga

Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari *P-value* (Latan dan Ghozali, 2017:85).

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

a. Tanda (arah) hubungan antar variabel-variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(1) Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian

$$H_0: \gamma_{11} = 0$$

$$H_a: \gamma_{11} > 0$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



(2) Pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian

$$H_0: \gamma_{12} = 0$$

$$H_a: \gamma_{12} > 0$$

(3) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

$$H_0: \gamma_{13} = 0$$

$$H_a: \gamma_{13} > 0$$

Kriteria pengujian hipotesis:

Tolak H_0 apabila $P\text{-value} < 0,05$

Tidak tolak H_0 apabila $P\text{-value} \geq 0,05$

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.