



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah konsumen Uniqlo. Menurut Philip Kotler dalam bukunya *Prinsiples of Marketing* (2010, diakses 14 Januari 2014) konsumen didefinisikan sebagai individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk konsumsi pribadi. Konsumen Uniqlo yang menjadi obyek penelitian adalah orang-orang yang sudah pernah membeli produk Uniqlo, baik baru pertama kali atau konsumen loyal Uniqlo.

Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas pengaruh dari keunikan citra merek Uniqlo yang akan mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Peneliti memilih responden konsumen Uniqlo karena keunikan citra merek Uniqlo bisa diukur langsung melalui konsumen, dan memang suatu *brand* menciptakan citra merek agar dapat diingat oleh konsumennya.

Alasan lainnya karena peneliti mengukur pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, maka sangat tepat jika yang menjadi obyek penelitian adalah konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen sendiri yang melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan menemukan adanya keunikan dari citra merek Uniqlo di benak konsumen, serta pengaruh keunikan citra merek tersebut terhadap keputusan pembelian Uniqlo.

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.



B. Metode Penelitian

C. Metode Penelitian

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pendekatan atau metodologi yang digunakan adalah kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei. Penelitian survei menggunakan alat kuisioner dalam mengukur keputusan pembelian dan loyalitas merek pelanggan Uniqlo. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009: 199).

Proses survei dimulai dengan menggumpulkan data pada responden yakni pembeli dan pelanggan Uniqlo dari berbagai jenis usia dari remaja hingga dewasa untuk mengukur keputusan pembelian konsumen Uniqlo. Keputusan pembelian dari responden diukur dengan menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti. Setiap pertanyaan atau pernyataan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata: sangat setuju (SS); Setuju (S); Netral (N); Tidak Setuju (TS); Sangat Tidak Setuju (STS); atau Sangat Puas; Puas; Cukup Puas; Tidak Puas; Sangat Tidak Puas; atau Sangat Baik; Baik; Sedang; Buruk; Sangat Buruk, dan lainnya tergantung indikator penelitian.

Untuk mengukurnya, pemberian skor dilakukan dengan menggunakan skala Likert dengan menggunakan lima alternative jawaban. *Scoring* dilakukan dengan menentukan skor dari tiap item dari tiap-tiap kuisioner sehingga diperoleh skor total dari setiap kuisioner tersebut untuk masing-masing

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.



individu. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

i)	Setuju/selalu/sangat positif	5
ii)	Setuju/sering/positif	4
iii)	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
iv)	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
v)	Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif	1

Menurut Bilson Simamora (2004: 147), dalam Skala Likert pertanyaan yang diberikan berjenjang, mulai dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Karena pilihan berjenjang dan untuk mempermudah analisis, maka setiap pilihan jawaban diberikan skor. Skor 1 bisa diberikan untuk jawaban terendah, yaitu “Sangat Tidak Setuju” secara konsisten. Skala Likert dapat diperlakukan sebagai skala interval. Oleh karena itu, sehubungan dengan penelitian ini skala Likert diperlakukan sebagai skala interval. Skala Likert yang digunakan adalah sebagai berikut :

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju				Sangat Setuju

Dimana : 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

© 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.

5 = Sangat Setuju (SS)

Dalam penelitian metode kuantitatif, dikenal beberapa metode riset, misalnya metode survei, metode analisis isi dan metode eksperimen. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuisioner sebagai instrument utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.

Oleh karena itu penggunaan teknik sampling yang benar sangat menentukan kualitas riset. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana keputusan pembelian konsumen yang terbentuk dari pengaruh *brand image* Uniqlo, dan konsumen tersebut diambil beberapa orang yang terpilih sebagai responden, kemudian mereka diberikan kuisioner tentang alasan apa saja yang mereka miliki dalam mengambil keputusan pembelian Uniqlo.

Secara umum metode survei terdiri dari dua jenis yaitu deskriptif dan eksplanatif. pembagian ini berdasarkan pada cara peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan dan jumlah variabel yang diteliti. Dalam perkembangannya, metode survei memungkinkan menggunakan wawancara sebagai instrument riset di samping kuisioner. Namun peneliti tidak menggunakan wawancara untuk mengumpulkan informasi dari responden tetapi wawancara dilakukan terhadap pihak Uniqlo sebagai sumber kuisioner.

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



Penelitian ini menggunakan jenis survei eksplanatif yang bersifat komparatif. Peneliti ingin mengetahui dengan jelas pengaruh *brand image* Uniqlo yang mendasari keputusan pembelian. Peneliti tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena, tetapi akan juga mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain, peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua variabel, peneliti telah membuat hipotesis awal sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti dan dalam analisis data penelitian menggunakan uji statistik inferensial.

2. Tipe Penelitian

Berdasarkan tataran atau cara menganalisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis eksplanatif. Tipe riset eksplanatif adalah tipe riset yang menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep yang akan diteliti. Peneliti membutuhkan konsep, kerangka konseptual dan kerangka teori.

Peneliti perlu melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel satu dengan lainnya. Variabel adalah konsep yang bisa diukur. Kegiatan berteori ini ada dalam kerangka teori. Sering pula disebut sebagai jenis riset korelasional dan komparatif (Kriyantono, 2010:69).

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini akan ditunjukkan bagaimana *brand image* dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Variabel *brand image* disebut dengan variabel x, variabel keputusan pembelian disebut dengan variabel y. Kemudian masing-masing

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



variabel dirinci menjadi beberapa dimensi, lalu dibuat indikator penelitian. Dari semua dimensi dan indikator inilah menjadi dasar untuk membuat daftar pertanyaan di dalam kuisioner. Adapun rincian dalam bentuk tabel variabel penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

Variabel-Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Simbol
Brand Image (X) Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	<i>Uniqueness of Brand Image</i>	Uniqlo menjual produk pakaian mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki lebih lengkap dibandingkan pesaingnya (Zara, GAP, H&M, dll)	U1
		Uniqlo sebagai <i>brand</i> kelas dunia memiliki kualitas yang baik namun dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pesaingnya (Zara, GAP, H&M, dll)	U2
		Uniqlo selalu menyediakan produk pakaian <i>basic</i> yang nyaman digunakan dan dapat dipakai setiap waktu (<i>long lasting fashion</i> /tidak mengenal trend) berbeda dengan pesaingnya (Zara, GAP, H&M, dll)	U3
		Uniqlo memiliki produk dengan banyak pilihan warna menarik (biasanya lebih dari 10 warna)	U4
		Uniqlo memajang dan mengganti koleksinya lebih lama dibandingkan dengan pesaingnya (Zara, GAP, H&M, dll)	U5

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

Lanjutan Tabel 3.1

<p>C Hak cipta milik IBI KIKS (Institus X)</p> <p><i>Brand Image</i></p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p><i>Uniqueness of Brand Image</i></p>	Uniqlo memiliki konsep toko yang unik yaitu gudang raksasa dengan pilihan yang konstan	U6
		Uniqlo memiliki banyak pelayan untuk melayani konsumen dibandingkan pesaingnya	U7
		Uniqlo mengutamakan customer service dibandingkan dengan pesaingnya (misal : pelayan yang selalu mengucapkan “welcome to Uniqlo” pada setiap pengunjung yang dijumpai)	U8
		Uniqlo selalu melakukan promosi harga yang berbeda setiap minggunya	U9
<p>D Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p><i>Trial Purchases</i></p>	Anda melakukan pembelian percobaan karena melihat display produk Uniqlo	T1
		Anda melakukan pembelian percobaan karena rekomendasi dari teman	T2
		Anda melakukan pembelian percobaan setelah melihat promosi (twitter, instagram, dll) yang dilakukan Uniqlo	T3
	<p><i>Repeat Purchases</i></p>	Anda melakukan pembelian ulang karena kualitas produk Uniqlo	R1
		Anda melakukan pembelian ulang karena harga Uniqlo terjangkau	R2



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.



Lanjutan Tabel 3.1

<p>Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) (Y)</p> <p>Keputusan Pembelian</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p><i>Repeat Purchases</i></p>	<p>Anda melakukan pembelian ulang karena produk Uniqlo sesuai dengan selera anda</p>	<p>R3</p>
	<p><i>Long Term Commitment Purchases</i></p>	<p>Anda melakukan pembelian lagi di waktu yang akan datang karena percaya terhadap produk Uniqlo</p>	<p>L1</p>
		<p>Anda melakukan pembelian lagi di waktu yang akan datang karena produk Uniqlo sesuai dengan kebutuhan anda</p>	<p>L2</p>
		<p>Anda melakukan pembelian lagi di waktu yang akan datang karena sangat menyukai produk Uniqlo</p>	<p>L3</p>
		<p>Anda melakukan pembelian lagi di waktu yang akan datang karena Uniqlo adalah <i>brand</i> terkenal</p>	<p>L3</p>

D. Teknik Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data adalah alat-alat yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penunjang penelitian, baik untuk data primer maupun data sekunder sebagaimana telah dijelaskan definisi dan perbedaannya pada bagian sebelumnya. Alat pengumpulan data disesuaikan dengan teknik pengumpulan data. Dalam penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode atau teknik, misalnya angket (kuisioner), wawancara (biasanya berstruktur) dan dokumentasi. Sedangkan untuk penelitian kualitatif dikenal observasi, focus group discussion, wawancara mendalam dan studi kasus.

Instrumen pengumpulan data atau disebut sebagai instrument riset adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh seorang peneliti dalam kegiatan pengumpulan

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.



data agar kegiatan itu menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Berbeda dengan metode pengumpulan data yang masih bersifat abstrak, namun instrumen riset ini merupakan sarana yang bisa diwujudkan dalam bentuk benda. Untuk hubungan antara instrument riset dengan metode pengumpulan data dapat dilihat dalam tabel berikut ini

Tabel 3.2

Metode dan Instrument Pengumpulan Data

Jenis Metode Pengumpulan Data	Jenis Instrumen Pengumpulan Data
Angket (kuesioner)	a. Angket b. Daftar Cocok c. Skala d. Inventori
Wawancara	a. Pedoman Wawancara b. Daftar Cocok c. Telephone Survei
Observasi	a. Lembar Pengamatan b. Panduan Pengamatan c. Daftar Cocok d. Sistem Kategori e. Sistem Skala
Ujian atau Test	a. Soal Ujian b. Inventori
Dokumentasi	a. Daftar Cocok b. Table

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (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. Foto
d. Produk Tertulis
e. Rekaman

Sumber: Kriyantono (2010:96)

Melihat permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti menggabungkan dua jenis metode pengumpulan data yaitu kuisisioner sebagai data primer dan juga wawancara sebagai data sekunder untuk mendukung data primer agar didapatkan hasil penelitian yang baik. Alat pengumpulan data juga disesuaikan dengan teknik pengumpulan data. Adapun deskripsi alat pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2009: 199). Kuisisioner dapat disebut sebagai wawancara tertulis, karena isi kuisisioner merupakan satu rangkaian pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden dan diisi sendiri oleh responden. Kuisisioner juga memiliki banyak jenis, yang diantaranya terdapat jenis kuisisioner terbuka, tertutup, dan lain-lain. Peneliti memilih jenis kuisisioner tertutup, yang dimana yaitu kuisisioner yang pertanyaannya disertai dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan oleh peneliti, dapat berbentuk ‘ya’ atau ‘tidak’, dan dapat pula berbentuk sejumlah alternatif atau pilihan ganda.

2. Skala Data

Dalam teknik analisis data terdapat skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian. Dengan menentukan skala pengukuran, peneliti

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.



telah mampu mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti.

Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden. Setiap pertanyaan atau pernyataan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata: sangat setuju (SS); Setuju (S); Netral (N); Tidak Setuju (TS); Sangat Tidak Setuju (STS); atau Sangat Puas; Puas; Cukup Puas; Tidak Puas; Sangat Tidak Puas; atau Sangat Baik; Baik; Sedang; Buruk; Sangat Buruk, dan lainnya tergantung indikator penelitian.

Dalam beberapa riset, skala Likert dapat digunakan dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu (*undecided*). Alasannya karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda, yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral, dan ragu-ragu. Disediakkannya jawaban ditengah-tengah juga mengakibatkan responden akan cenderung memilih jawaban ditengah-tengah terutama bagi responden yang ragu-ragu akan memilih jawaban yang mana. Selain itu, responden memilih jawaban untuk memilih amannya.

Dan yang terakhir, disediakan jawaban di tengah-tengah akan menghilangkan banyaknya data dalam riset, sehingga data yang diperlukan

© 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.



banyak yang hilang. Jawaban ragu-ragu ini mencakup juga cukup sering, cukup puas, agak, sedang, dan lainnya.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

E. Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi Penelitian

Peneliti mengukur penelitian ini dengan mengajukan kuisioner terhadap responden yang peneliti rasa cocok dan tepat untuk mencapai tujuan penelitian ini. Peneliti melakukan segmentasi terhadap responden yang akan mewakili hasil penelitian ini. Responden yang telah peneliti pilih merupakan masyarakat kelas menengah ke atas.

Hal ini didasari karena harga dari Uniqlo sendiri yang rata-rata tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah, tetap cukup dijangkau oleh masyarakat kelas menengah hingga masyarakat kelas atas serta yang bertempat tinggal di Jakarta, karena Uniqlo sendiri baru terdapat di Jakarta (Lotte Shopping Avenue, Mall Kelapa Gading, Mall Taman Anggrek, Sumarecon Mall Serpong) dan konsumen yang pernah membeli produk Uniqlo baik hanya sekali atau berulang-ulang.

2. Unsur Sampel

Responden dalam penelitian ini diwajibkan memiliki ciri-ciri yang telah peneliti tentukan terlebih dahulu guna mencapai hasil yang valid dan reliabel, yaitu semua pembeli dan pelanggan Uniqlo baik pria maupun wanita, baik yang baru pertama kali membeli maupun yang sudah loyal dengan Uniqlo.

3. Ukuran Sampel

Peneliti melakukan perhitungan mengenai minimal jumlah responden yang harus diajukan demi mencapai hasil yang valid dan reliabel. Jumlah

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.



responden didasarkan pada jumlah variabel penelitian menurut Hair et al (Ferdinand, 2006:46), bahwa setiap variabel penelitian harus berbanding dengan lima responden sehingga peneliti mendapatkan jumlah responden minimal sebanyak sembilan puluh lima orang.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Cara Pengumpulan Sampel

Peneliti menggunakan cara pengambilan sampel *nonrandom sampling* atau *nonprobability sampling* di dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2009:53) *nonrandom sampling* adalah cara pengambilan sampel yang tidak semua anggota sampel diberi kesempatan untuk dipilih sebagai anggota sampel. Sesuai dengan namanya, sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu.

Seseorang dipilih sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian ini. Teknik yang dipilih peneliti adalah *Accidental* atau *Haphazard*. Teknik ini dipilih karena dalam penelitian ini peneliti memilih responden yang tersedia dan mudah diperoleh.

F Teknik Analisis Data

Moleong (dalam Rachmat Kriyantono, 2010:165) mengemukakan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Instrument dalam teknik analisis data:

1. Uji Validitas

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.



Menurut Umar (2008:54), uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan/pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer melalui program SPSS.

Hasil penelitian dikatakan *valid* apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Pengujian validitas konstruksi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Pearson Product Moment*, dengan rumusan sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = nilai validitas X = skor pertanyaan

n = jumlah anggota sampel Y = skor total

Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi atau r hitung dikatakan bahwa suatu *item* adalah *valid* untuk responden 30 dan taraf signifikan 5%, jika memenuhi syarat minimum r tabel = 0,361 (Sugiyono, 2004:140). Bila korelasi antara butir dengan skor kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak *valid*. Butir yang dinyatakan tidak *valid* tersebut akan diganti atau dibuang.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2008:58), reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Umar juga

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.



menyatakan uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang

③ dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*.

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

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas internal seluruh instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sigma^2 t$ = varians total

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

3. SEM (*Structural Equation Modelling*)

Prosedur yang digunakan dalam pengembangan dan pengujian model serta pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*).

Menurut Latan (2012:2), *Structural Equation Modeling* adalah teknik analisis *multivariate* generasi kedua yang menggabungkan antara analisis faktor dan analisis jalur sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji dan mengestimasi secara simultan hubungan antara *multiple exogenous* dan *multiple endogenous* variabel dengan banyak indikator.

Pemodelan SEM yang lengkap pada dasarnya terdiri dari *Measurement Models* dan *Structural Model*. *Measurement Model* atau model pengukuran ditujukan untuk mengkonfirmasi sebuah dimensi atau faktor berdasarkan

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.



indikator-indikator empirisnya. *Structural Model* adalah model mengenai struktur hubungan yang membentuk atau menjelaskan kualitas antara faktor.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

SEM memungkinkan dilakukannya analisis diantara beberapa variabel dependent dan independent secara langsung (Yamin dan Kurniawan, 2009:5).

SEM merupakan gabungan antara kedua metode statistik, yaitu (1) analisis faktor yang dikembangkan dalam psikologi/psikometri atau sosiologi dan (2) model persamaan simultan yang dikembangkan dalam ekonometri.

Dua alasan yang mendasari digunakannya SEM adalah: *Pertama*, SEM mempunyai kemampuan untuk mengestimasi hubungan antarvariabel yang bersifat *multiple relationship*. Hubungan ini dibentuk dalam model struktural (hubungan antara konstrak dependent dan independent). *Kedua*, SEM mempunyai kemampuan untuk menggambarkan pola hubungan antara konstrak laten (*unobserved*) dan variabel manifest (*manifest variable* atau variabel indikator).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan bantuan program SPSS 22 dan LISREL 8.70 untuk mempermudah seluruh proses perhitungan dan analisis data.

Selain itu, penulis juga menggunakan kuisisioner sebagai instrumen pengumpul data primer. Dalam sebuah kuisisioner, ada dua syarat penting yang berlaku, yaitu validitas dan reliabilitas.

4. Penilaian Overall Fit

a) Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Nilai RMSEA yang kurang dari 0.05 mengindikasikan adanya model fit, dan nilai RMSEA yang berkisar antara 0.08 menyatakan model memiliki perkiraan kesalahan yang *reasonable*. RMSEA berkisar antara

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.



0.08 sampai dengan 1.00 mengindikasikan bahwa model memiliki fit yang cukup (*medicore*), sedangkan RMSEA yang lebih besar dari 1.00 mengindikasikan model fit yang sangat jelek, dan *P-value for Test of Close Fit* adalah > 0.05 . (Latan, 2012)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b) Expected cross-validation index (ECVI)

Nilai ECVI model yang baik harus lebih kecil dari ECVI *Saturated* dan ECVI *Independence*. (Latan, 2012)

c) Incremental fit index (IFI)

Nilai IFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu > 0.9 . Nilai $0.8 \leq IFI \leq 0.9$ adalah marginal fit (cukup baik). (Yamin dan Kurniawan, 2009: 34)

d) Comparative fit index (CFI)

Nilai CFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu > 0.9 . Nilai $0.8 \leq CFI \leq 0.9$ adalah marginal fit (cukup baik). (Yamin dan Kurniawan, 2009)

e) Akaike information criterion (AIC)

Nilai AIC model yang baik harus lebih kecil dari AIC *Saturated* dan AIC *Independence*. (Latan, 2012)

f) Consistent akaike information criterion (CAIC)

Nilai CAIC model yang baik harus lebih kecil dari CAIC *Saturated* dan CAIC *Independence*. (Latan, 2012)

g) Parsimonious goodness-of-fit index (PGFI)

Nilai PGFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu > 0.6 . (Latan, 2012)

h) Parsimonious normed fit index (PNFI)

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.



Nilai PNFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu >

0.06. (Latan, 2012).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

5. Path Diagram

Path diagram (Ghozali, 2008:3) merupakan grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, yang memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk. *Path diagram* mampu menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan *error* dalam persamaan tersebut serta mengurangi kemungkinan *specification error* dengan menyoroti hubungan yang dihilangkan, variabel yang dikeluarkan, sehingga konseptualisasi model akan ditingkatkan.

Path diagram juga membantu dalam mendeteksi kesalahan pada persamaan yang telah dibentuk. Path Diagram yang disajikan oleh peneliti pada gambar 3.1, memiliki pengertian sebagai berikut :

- a) λ (lamda) = factor loading
- b) ξ (ksi) = konstruk eksogen
- c) η (eta) = konstruk endogen
- d) β (beta) = koefisien pengaruh ξ (ksi) terhadap η (eta)
- e) ε (error)

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.