

Bab III

Metodologi Riset Pendahuluan

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui uji hipotesis. Performa, desain, dan *product knowledge*, merupakan variabel yang diuji dalam penelitian ini. Analisis data dengan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS 3.3.2 dan IBM SPSS Statistics v25. Unit analisis penelitian ini adalah anggota komunitas Agya-Ayla *Community* Indonesia (AACI).

3.2 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang digunakan dengan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka sebagai alat analisis (Kasiram, 2010). Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan sebab akibat dari faktor yang kemungkinan merupakan penyebab dari gejala yang diteliti.

Data yang dikumpulkan akan dikaitkan dengan variabel spesifik, dan metode terstandar yang diterapkan dalam proses pengumpulan data antara lain: wawancara, pengamatan, atau pengujian. Variabel dapat dinyatakan dalam bentuk numerik, dan materi data dapat dijelaskan dalam bentuk grafik, tabel, atau pengukuran statistik seperti varian, rata-rata, dan korelasi.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

a. Variabel Independen (X)

Pada penelitian ini, variabel independen antara lain performa, desain, dan *product knowledge*.

b. Variabel Dependen (Y)

Pada penelitian ini, variabel dependen adalah niat beli konsumen.

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional penelitian akan dijelaskan di Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan
1.	Performa suatu produk adalah nilai, fungsi, atau hasil yang diperoleh dari suatu barang atau jasa (Saparso dan Jesfer, 2010). Dengan kata lain seseorang akan tertarik dan membeli produk jika nilai, fungsi, atau hasil yang akan diperoleh sesuai dengan pengorbanan yang dikeluarkan (uang dan waktu).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Material 2. Daya Tahan 3. Reliabilitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghasilkan cengkraman yang baik. 2. Memiliki kelenturan tapak. 3. Menghasilkan tenaga lebih saat menikung. 4. Menjalankan fungsi dalam kondisi jalan basah. 5. Menjalankan fungsi dalam kondisi jalan kering. 6. Tidak cepat aus (awet) (Cakrawati, 2014). 	<p>P1 P2 P3 P4</p>
2.	Kotler (2005) menyatakan bahwa desain mempengaruhi penampilan dan fungsi produk sesuai kebutuhan pasar (Saraswati dkk., 2015). Oleh karena itu, desain dianggap sebagai salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh produsen, karena karena mayoritas konsumen turut mementingkan desain suatu produk agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan (Purwanto, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estetika Produk 2. Influence 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kecenderungan konsumen yang selalu memperbarui tren sesuai kelompok sosialnya 2. Tren merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian (Sari dkk., 2018) 	<p>D1 D2 D3</p>

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (Lanjutan)

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan
3.	Menurut Rao dan Sieben (1992), <i>product knowledge</i> adalah cakupan informasi dalam memori konsumen akan suatu produk (Waluyo dan Pamungkas, 2003). Semakin tinggi pengetahuan konsumen atas suatu produk, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membuat pilihan yang lebih menyenangkan.	1. Pengalaman 2. Pola Pikir	1. Pengetahuan Subjektif. 2. Pengetahuan Objektif. 3. Penilaian Berdasarkan Pengalaman. (Brucks dalam Sanggor dkk, 2018)	PK1 PK2 PK3
4.	Niat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana untuk membeli produk ataupun jasa (Lubis, 2017). Niat beli merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan dimana timbul suatu kebutuhan yang dirasakan oleh individu sehingga terdorong untuk membeli suatu produk atau jasa (Kotler, 2008).	1. Psikologis 2. Perencanaan	1. Adanya ketertarikan untuk membeli suatu produk/jasa 2. Adanya rencana untuk membeli suatu produk/jasa	NB1 NB2 NB3

(Sumber: Olahan Penulis, 2020)

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dapat didefinisikan sebagai jumlah seluruh individu atau non individu yang memiliki ciri-ciri sama dan memenuhi persyaratan tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian, serta dapat dijadikan sebagai sumber dari pengambilan sampel (Wahidmurni, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas AACI (Agya-Ayla Community Indonesia) dengan jumlah pengikut mencapai 5000 orang (dengan estimasi anggota aktif setidaknya 1300 orang). Komunitas dipilih karena komunitas merupakan sarana bertukar pikiran

terkait modifikasi mobil, bahkan komunitas turut dijadikan ajang menyalurkan bakat dan kreativitas dalam bentuk kompetisi atau kontes modifikasi (Pradipta, 2018). AACI dipilih sebagai populasi karena anggotanya merupakan perwakilan dari pemilik LCGC yang berkontribusi pada pasar modifikasi otomotif.

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode ini dipilih karena target responden yang dibutuhkan diharapkan memenuhi kriteria tertentu.

Sampel penelitian ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Anggota komunitas pemilik LCGC: Belum pernah memodifikasi sektor roda.
2. Anggota komunitas pemilik LCGC: Sudah pernah memodifikasi sektor roda.

Jumlah sampel yang ditargetkan dalam penelitian ini berjumlah 297 orang. Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan pada tabel Krejcie dan Morgan. Metode Krejcie dan Morgan Sampling berfungsi untuk menyederhanakan proses penentuan ukuran sampel untuk populasi terbatas (Krejcie dan Morgan, 1970).

3.5 Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui survei dengan menyebarkan kuesioner kepada para anggota komunitas AACI (*Agya Ayla Community Indonesia*). Penyebaran kuisisioner pada penelitian ini menggunakan *google form*. Pertanyaan tertutup (*close-ended question*) digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mempermudah dan menghemat waktu penelitian.

Kuesioner terdiri dari beberapa bagian pertanyaan. Bagian pertama, berisikan pertanyaan umum tentang demografi dan kepemilikan LCGC. Bagian kedua, pertanyaan tentang pengalaman dalam modifikasi roda LCGC. Bagian berikutnya berisikan pertanyaan tentang variabel penelitian yang digunakan seperti performa, desain, product knowledge, dan niat beli. Dalam penelitian ini, skala

likert 1-6 digunakan sebagai tingkat pengukuran. Skala *6-point Likert* digunakan dengan tujuan untuk mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan yang disajikan. Menurut Chomeya (2010), skala *6-point Likert* cenderung menghasilkan nilai reliabilitas yang tinggi, sehingga penggunaannya untuk penelitian ini akan sangat baik.

Data sekunder diperoleh melalui jurnal dan internet. Data sekunder yang berkontribusi dalam penelitian ini, antara lain: Data *Wholesales* Penjualan LCGC di Indonesia pada tahun 2016 oleh Gaikindo, dan Data Penilaian Tingkat Keamanan Kendaraan LCGC oleh ASEAN NCAP.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan komunitas pemilik LCGC, terutama Agya-Ayla Community Indonesia (AACI). Komunitas AACI dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa komunitas tersebut merupakan komunitas kendaraan LCGC pertama di Indonesia, selain itu komunitas tersebut memiliki pengikut yang besar dan aktif dalam melakukan kegiatan seputar modifikasi.

3.6.2 Waktu Penelitian

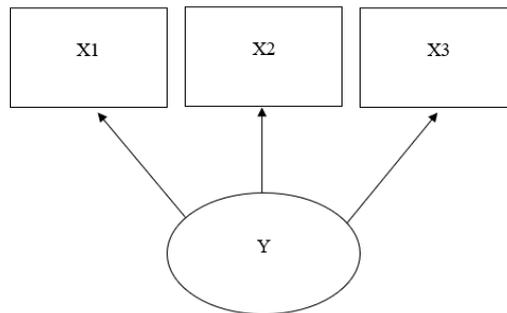
Penelitian dilaksanakan sepanjang semester genap tahun ajaran 2019-2020 (Januari 2020 – Mei 2020).

3.7 Metode Pengolahan Data

Pada penelitian ini, metode pengolahan data yang digunakan adalah *Partial least square* (PLS). Menurut Wold (1985), analisis PLS adalah metode analisis yang tidak didasarkan pada banyak asumsi atau syarat, seperti uji normalitas dan homogenitas (Ghozali, 2008). Analisis ini adalah alternatif yang tepat untuk metode analisis regresi berganda dan regresi komponen utama, dikarenakan PLS adalah sebuah teknik prediktif untuk menangani banyak variabel independen (Ramzan dan Khan, 2010). PLS juga merupakan metode *robust* atau kebal, yang berarti parameter dari model tidak banyak berubah ketika sampel baru diambil dari sebuah

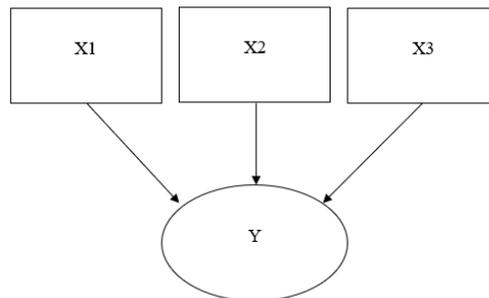
populasi (Geladi dan Kowalski, 1986). Selanjutnya, PLS dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten (Tedjo dkk., 2017). Menurut Wold (1985), metode PLS mempunyai keunggulan, dimana indikator dengan skala data ordinal, interval, dan rasio dapat digunakan, selain itu ukuran sampel dalam penelitian ini tidak harus besar (Ghozali, 2008).

Metode PLS mempunyai dua model indikator penggambaran, yaitu: Model indikator Reflektif dan Model indikator formatif (Pranoto, 2019).



Garmbar 3.1 Model Indikator Reflektif
(Sumber: Pranoto, 2019)

Model indikator reflektif: *covariance* pengukuran indikator dipengaruhi oleh konstruk laten.



Gambar 3.2 Model Indikator Formatif
(Sumber: Pranoto, 2019)

Model indikator formatif: Model formatif tidak mengasumsikan bahwa indikator dipengaruhi konstruk, tetapi semua indikator mempengaruhi single konstruk.

Pendugaan parameter dalam PLS meliputi 3 hal, yaitu:

1. *Weight estimate* yang digunakan untuk mendapatkan skor variabel laten.
2. Estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan antar variabel laten dan estimasi *loading* antara variabel laten dengan indikatornya.
3. *Means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi, intersep) untuk indikator dan variabel laten.

Untuk memperoleh ketiga estimasi ini PLS perlu menggunakan proses 3 tahapan iterasi. Proses iterasi pertama menghasilkan *weight estimate*. *Weight estimate* digunakan untuk parameter validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Proses Iterasi kedua menghasilkan nilai *outer model* dan *inner model*. *Outer model* digunakan sebagai parameter reliabilitas instrumen dan validitas instrumen. sedangkan *inner model* digunakan sebagai parameter signifikansi dalam pengujian hipotesis. Iterasi ketiga menghasilkan skor *mean* dan konstanta variabel laten untuk dijadikan parameter sifat hubungan kausalitas dan *mean* nilai sampel yang dihasilkan (Ghozali, 2014).

3.7.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model menggambarkan hubungan antara blok indikator dan variabel latennya. Model ini digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian dan validitas konstruk. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan dalam instrumen penelitian, sedangkan uji validitas dilakukan untuk mengetahui bagaimana instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Abdillah dan Hartono, 2015).

A. Validitas

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Menurut Vincenzo (2010), validitas konvergen adalah nilai *outer loading* dari setiap indikator dengan variabel latennya. Nilai yang dianggap memenuhi syarat validitas konvergen adalah $>0,5$ (Herdiyani, 2015).

2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Menurut Ghozali (2008), validitas diskriminan dapat dilihat dari hasil *cross loading* antara indikator dengan variabel latennya. Jika korelasi variabel laten dengan indikatornya lebih besar daripada variabel laten lainnya, maka hal itu berarti konstruk laten memprediksi ukuran pada bloknnya lebih baik daripada blok lainnya (Cahyiningrum, 2015).

B. Reliabilitas

Menurut Abdillah dan Hartono (2015), uji reliabilitas dilihat dari nilai *Cronbach's alpha* atau *Composite reliability* yang nilainya harus lebih besar dari 0,7, namun nilai 0,6 masih dapat diterima.

C. Pengujian Hipotesis

Menurut Garson (2016), pengujian hipotesis pada *outer model* dilakukan dengan melihat *P-value* yang harus memiliki nilai $<0,5$ (Revita, 2016).

3.7.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan pada variabel independen terhadap variabel dependen. R^2 memiliki rentang nilai 0-1 (semakin tinggi maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan) (Abdillah dan Hartono, 2015). Nilai *coefficient path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Skor dari *coefficient path* atau *inner model* yang ditunjukkan nilai *T statistic*, harus diatas angka 1,96 untuk hipotesis *two-tailed*, dan diatas angka 1,64 untuk hipotesis *one-tailed*, *alpha* 5 persen dan *power* 80% untuk pengujian hipotesis.