

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipilih adalah Yayasan Kartika Jaya Taman Kanak-kanak Kartka IX-18 Cijantung tahun ajaran 2014-2015 dan data diambil dari orang tua/wali murid dan para pengajar yang menggunakan situs belanja online local untuk melihat dan mencari produk, sehingga memudahkan peneliti dalam mengambil sampel. Waktu untuk pengumpulan data dilaksanakan kurang lebih selama 5 (lima) bulan dimulai dari bulan Maret sampai dengan Juli 2015.

3.2. Strategi dan Metoda penelitian

3.2.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini berbentuk analisis deskriptif yaitu jenis penelitian survei yang bertujuan menjelaskan perbedaan brand image dari situs belanja online Lazada, Zalora dan Rakuten melalui penganalisaan pelengkapan, manfaat, nilai, budaya, kepribadian dan pemakai.

3.2.2. Metoda Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya, dimana peneliti telah menyiapkan seperangkat pertanyaan yang berhubungan dengan masalah pelengkapan, manfaat, nilai, budaya, kepribadian dan pemakai.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:p115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Populasi dalam penelitian ini adalah Yayasan Kartika Jaya Taman Kanak-kanak Kartika IX-18 Cijantung, sedangkan populasi sasarannya orang tua/wali murid tahun ajaran 2014-2015 yang berjumlah 96 orang dan para pengajar yang berjumlah 8 orang dan mempunyai tingkat pengetahuan dalam menggunakan Internet, sudah terbiasa menggunakan situs belanja online untuk melakukan kegiatan pembelian produk-produk. Berdasarkan kriteria tersebut maka jumlahnya 104 orang.

3.3.2. Sampel Penelitian

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2014:p116) adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014:p118) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan yang dibuat peneliti berdasarkan ciri khusus atau kriteria yang sudah diketahui sebelumnya, yaitu orangtua/wali murid dan guru-guru kelas TK. Kartika IX-18 tahun ajaran 2014-2015 yang mempunyai tingkat pengetahuan dalam menggunakan Internet serta sudah terbiasa menggunakan situs belanja online untuk melakukan kegiatan pembelian produk-produk.

Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Taraf kesalahan (error) sebesar 0,10 (10%)

Jika dimasukkan dalam rumus maka besarnya jumlah sampel n adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{104}{1 + 104(0,10)^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + 104(0,01)}$$

$$n = \frac{104}{2,04}$$

$$n = 50,98$$

$$n \approx 51 \text{ responden}$$

Dengan demikian sampel dalam penelitian ini sebanyak 51 responden pengguna situs belanja online.

3.4. Unit Analisis Penelitian

Dalam penelitian ini, unit analisisnya adalah pelengkapan, manfaat, nilai, budaya, kepribadian dan pemakai dengan keputusan citra merek (*brand image*) yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner di Yayasan Kartika Jaya Taman Kanak-kanak Kartika IX-18 Cijantung tahun ajaran 2014-2015 dan diisi oleh

orangtua/wali murid dan guru-guru yang pernah melihat dan menggunakan situs belanja online lokal.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan sampel yang representatif terhadap populasi dan dapat menjelaskan karakteristik dari populasi, maka dilakukan enam langkah dalam pengambilan sampel untuk penelitian yaitu:

1. Mengidentifikasi target populasi, yaitu menentukan populasi spesifik yang relevan dengan tujuan dan masalah penelitian sebagai dasar pengambilan sampel. Target populasi adalah orangtua/wali murid dan guru-guru kelas TK. Kartika IX-18 tahun ajaran 2014-2015 karena mereka dapat bertransaksi dimanapun mereka berada dikantor, dirumah maupun di kampus selama ada waktu kosong untuk mencari atau melihat produk-produk melalui belanja online Lazada.co.id, Zalora.co.id dan Rakuten.co.id.
2. Memilih kerangka pemilihan sampel, yang merupakan daftar elemen-elemen populasi yang dijadikan dasar untuk mengambil sampel. Melihat mayoritas orangtua/wali murid dan guru-guru kelas TK. Kartika IX-18 tahun ajaran 2014-2015 yang menggunakan layanan belanja online berada di Jakarta, maka penelitian akan diadakan di Jakarta.
3. Membuat kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi beberapa pertanyaan berupa angket kepada responden untuk dijawab.
4. Menentukan metode pilihan sampel. Pengambilan sampel dilakukan secara pertimbangan tertentu (*purposive sampling*).
5. Menentukan prosedur penentuan unit sampel. Pemilihan berdasarkan kerangka sampel yang dilakukan melalui prosedur satu tahap yaitu pengguna layanan belanja online, dimana pengumpulan data dilakukan sekaligus atau satu tahap melalui metode survei.

6. Menentukan ukuran sampel. Hal ini penting untuk analisa statistik terhadap data. Penentuan ukuran sampel berdasarkan pertimbangan waktu dan biaya.

3.6. Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner, yang akan dibagikan kepada orangtua/wali murid dan guru-guru kelas TK. Kartika IX-18 tahun ajaran 2014-2015 yang sering melihat dan mencari informasi di belanja online. Dengan data kuesioner dapat menyingkat waktu yang diperlukan dalam penelitian karena beberapa responden dapat mengisinya dalam waktu yang bersamaan. Kuesioner ini berbentuk pertanyaan yang tertutup sehingga responden hanya perlu mencari jawaban yang sudah tertera didalamnya, isi kuesioner dibagi atas dua bagian yaitu pertanyaan yang ada pada bagian pertama mengenai profil responden, bagian kedua di fokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan citra merek seperti pelengkapan, manfaat, nilai, budaya, kepribadian dan pemakai.

Hasil dari masing-masing bagian menunjukkan faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap perbedaan citra merek. Variabel didalam kuesioner ini menggunakan sekala Likert yaitu dengan menjabarkan variabel yang diukur menjadi indikator variabel. Jawaban konsumen mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negative, gradasi yang digunakan adalah :

- a. Skor 1 = Sangat tidak setuju
- b. Skor 2 = Tidak Setuju
- c. Skor 3 = Ragu-ragu
- d. Skor 4 = Setuju
- e. Skor 5 = Sangat setuju

Sedangkan variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator

akan dijadikan untuk menyusun item-item instrument yang berupa pertanyaan dalam sebuah kuesioner.

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item Instrumen
Attributes (X1)	1. Kelengkapan jenis produk	1. Berbagai jenis produk	1
	2. Penampilan	2. Penampilan situs	2
	3. Pelayanannya	3. Situs layanan 24 jam	3
Benefits (X2)	1. Harapan konsumen	1. Berbagai produk yang diharapkan konsumen	4
	2. Manfaat informasi produk	2. Manfaat produk terhadap konsumen	5
	3. Kemudahan	3. Kemudahan dalam mengakses situs	6
Values (X3)	1. Nilai yang ditawarkan	1. Harga yang ditawarkan bervariasi	7
	2. Terpercaya	2. Layanan terpercaya	8
Cultures (X4)	1. Bahasa	1. Penggunaan bahasa Indonesia	9
	2. Teknologi	2. Menggunakan budaya teknologi terbaru untuk penyampaian	10
	3. Budaya berbelanja	3. Melakukan pembelian produk secara online	11

Personality (X5)	1. Kepribadian	1. Kepribadian situs belanja online	12
	2. Nama situs	2. Nama Situs online yang mudah diingat	13
	3. Fasilitas	3. Kemudahan fasilitasnya	14
User (X6)	1. Umur konsumen	1. Dibaca oleh remaja sampai orangtua	15
	2. Pekerjaan	2. Dibaca oleh berbagai latar belakang pekerjaan	16

Sumber : Kotler&Amstrong(2014:p255)

Untuk memastikan daya ukur dan kehandalan instrument bagi masing-masing variabel, perlu dilakukan suatu pengujian. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reabilitas.

1. Uji validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2014:p172), instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Uji validitas akan dilakukan dengan metode product moment yaitu dengan mengkorelasikan skor butir pada kuesioner dengan skor totalnya. Adapun rumus korelasi Product moment yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{N \sum_{i=1}^N X_i Y_i - (\sum_{i=1}^N X_i + \sum_{i=1}^N Y_i)}{\sqrt{\left\{ N \sum_{i=1}^N X_i^2 - (\sum_{i=1}^N X_i)^2 \right\} \left\{ N \sum_{i=1}^N Y_i^2 - (\sum_{i=1}^N Y_i)^2 \right\}}}$$

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien korelasi

N = Jumlah sampel

X = Skor butir

Y = Skor total

Instrumen penelitian dikatakan valid untuk penelitian apabila $r_{hitung} \geq r_{kritis}$ dimana r_{kritis} sebesar 0,60.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Sugiyono (2014:p172) menyatakan instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Teknik yang digunakan untuk menguji reliabilitas (keandalan) kuesioner dalam penelitian ini digunakan teknik belah dua (split half) skor pernyataan bernomor ganjil genap, dengan teknik korelasi Spearman Brown, adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2r_b}{1+r_b}$$

Dimana :

r_i = Reliabilitas instrument

r_b = Reliabilitas sederhana

Adapun nilai r_b dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$r_b = \frac{n \sum X_1 X_2 - (\sum X_1)(\sum X_2)}{\sqrt{\{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2)\}}}$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

r_i = Reliabilitas instrument

r_b = Koefisien korelasi sederhana antara butir ganjil dengan butir genap yang telah dinyatakan valid untuk masing-masing variabel

X_1 = Skor nilai ganjil yang telah dinyatakan valid untuk masing-masing variabel

X_2 = Skor nilai genap yang telah dinyatakan valid untuk masing-masing variabel

Lebih lanjut sugiyono mengemukakan, instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai $r_i \geq 0,60$.

3.7. Metoda Analisis Data

3.7.1. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program computer SPSS versi 22. Digunakannya program tersebut karena mempunyai kemampuan dalam mengolah data dengan waktu yang efisien.

3.7.2. Penyajian Data

Data yang sudah ada dan telah diolah akan ditampilkan dalam bentuk table dan gambar sehingga lebih mudah untuk melakukan analisis.

3.7.3. Analisis Statistik Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisa Reliabilitas untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner konsisten dan tepat dalam penggunaannya. Diukur dengan suatu indeks yang dilambangkan dengan Cronbach Alpha (α). Jika $\alpha > 0,6$ dikatakan alat ukur tersebut cukup *reliable*.

Selain itu, penelitian ini menggunakan metoda analisa varian, adalah suatu metode untuk menguraikan keragaman total data menjadi komponen-komponen yang mengukur berbagai sumber keragaman. Tujuan menggunakan metode tersebut adalah untuk menempatkan variabel-variabel bebas penting di dalam suatu studi dan menentukan bagaimana mereka berinteraksi dalam mempengaruhi

jawaban. Untuk penelitian ini, sampel yang digunakan adalah konsumen yang ingin belanja dan mencari produk di situs belanja online Lazada.co.id, Zalora.co.id dan Rakuten.co.id.

Dengan menggunakan signifikan alpha $\alpha=0,05$ maka apabila hasil yang didapat dari pengolahan data lebih besar dari 0,05 dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan antara populasi atau sampel terhadap variabel-variabel yang diteliti. Setelah menggunakan uji ANOVA, maka penulis akan melakukan Multiple Comparisons, dengan tujuan untuk membandingkan satu sama lainnya, dalam hal ini masing-masing situs belanja online akan dibandingkan satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dilakukan pengujian dengan menggunakan bantuan program Statistik SPSS 22 dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Siapkan data kuesioner dalam bentuk Microsoft excel
2. Buka Aplikasi SPSS For Windows
3. Buka Tab Variable View: Buat 4 variabel dengan ketentuan sebagai berikut:
 - Variabel independen: 1. "perlengkapan" dengan kategori Lazada, Zalora dan Rakuten. Measure Nominal, Decimals=0, Type Numeric dan isi value: 1= Lazada, 2=Zalora, 3. Rakuten
 - Variabel independen: 2. "nilai" dengan kategori Lazada, Zalora dan Rakuten. Measure Nominal, Decimals=0, Type Numeric dan isi value: 1= Lazada, 2=Zalora, 3. Rakuten
 - Variabel independen: 3. "budaya" dengan kategori Lazada, Zalora dan Rakuten. Measure Nominal, Decimals=0, Type Numeric dan isi value: 1= Lazada, 2=Zalora, 3. Rakuten
 - Variabel independen: 4. "kepribadian" dengan kategori Lazada, Zalora dan Rakuten. Measure Nominal, Decimals=0, Type Numeric dan isi value: 1= Lazada, 2=Zalora, 3. Rakuten
 - Variabel dependen:
"citra merek", Decimals=0, Measure Scale, Type Numeric.
4. Buka Tab Data View: Isi data seperti di bawah ini:

5. Setelah data terisi, pada menu, Klik Analyze, General Linear Model, Univariate. Setelah itu Masukkan citra merek ke kotak Dependent Variable, masukkan perlengkapan, nilai, budaya dan kepribadian ke kotak Fixed Factor(s).
6. Klik Plot, Masukkan perlengkapan lazada, perlengkapan zalora dan perlengkapan rakuten ke kotak Horizontal Axis
7. Klik Add
8. Klik Continue.
9. Klik Post Hoc, maka muncul jendela sbb: Masukkan Pendidikan ke kotak Post Hoc Test for. Centang Tukey dan Bonferroni
10. Klik Continue
11. Klik Options, maka akan muncul jendela sbb: Masukkan perlengkapan, nilai, budaya dan kepribadian ke dalam kotak Display Means for. Pada Display centang Descriptive statistics dan Homogeneity test.
12. Klik Continue
13. Klik OK
14. Lihat Hasil!