

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah Carrefour yang berada di jalan Raya Solo km.8 No.234 Maguwoharjo Sleman dan Carrefour yang berada di Plaza Ambaruko Jl. Adi Sucipto Ambarukmo Sleman. Subyek dari penelitian ini adalah konsumen yang melakukan belanja di Carrefour Yogyakarta.

B. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka-angka seperti data isian kuesioner. Guna memperoleh data yang *representative*, peneliti mengambil data berbentuk data primer. Data primer adalah data yang didapat atau diperoleh langsung dari sumbernya.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampelnya menggunakan teknik *non probabilitas sampling* dengan metode *convenience sampling*. *convenience sampling* merupakan teknik dalam memilih sampel, peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja atau teknik pengambilan sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh peneliti.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Carrefour. Menurut Sugiyono (2004) populasi adalah wilayah generalisasi yang

terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel dari penelitian ini berasal dari target populasi yang telah ditetapkan yaitu konsumen Carrefour Yogyakarta, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti menetapkan jumlah responden sebanyak 137 orang, jumlah sampel tersebut dianggap sudah dapat mewakili populasi yang ada. Ferdinand (2005) menyebutkan bahwa ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam pemodelan SEM adalah minimum berjumlah 100.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan penelitian survei melalui penelitian secara langsung kepada responden. Penelitian survei menurut (Ghozali 2011) adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang baik. Survei merupakan studi yang bersifat kuantitatif yang digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu. Survei adalah desain yang digunakan untuk menyelidiki informasi yang berhubungan dengan prevalensi, distribusi dan hubungan antar variabel dalam suatu populasi.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner merupakan suatu daftar pertanyaan yang telah disusun peneliti untuk selanjutnya diajukan kepada responden atau sampel yang terpilih untuk diisi. Dalam penelitian ini kuesioner yang diberikan kepada responden bersifat tertutup, dimana responden hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia dikuesioner. Pemilihan

kuesioner tertutup ini dipilih karena berdasarkan pertimbangan antara lain: lebih praktis, hasilnya mudah diolah, responden tidak perlu membuat jawaban tertulis dan hemat waktu.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah batasan pengertian variabel – variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini definisi operasional variabel penelitian terdiri dari variabel endogen (Y) dan variabel eksogen (X). Dalam penelitian ini variabel eksogen (X) atau variabel tidak dipengaruhi adalah atribut supermarket (X) sedangkan variabel endogen (Y) atau variabel dipengaruhi ada tiga variabel, yaitu motif belanja hedonik (Y1), motif belanja utilitarian (Y2) dan loyalitas konsumen (Y3).

1. Atribut supermarket (X) yang dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Subagio, 2011):

- a. Atmosfir meliputi fasilitas fisik, suhu, layout dan display.
- b. Lokasi meliputi kemudahan mencapainya, letak supermarket yang strategis, fasilitas transportasi.
- c. Fasilitas yang memudahkan meliputi kemudahan parkir, kemudahan pembayaran dan kemudahan pengembalian barang.
- d. Layanan pramuniaga meliputi responsif, empati, reliabel dan keramahan.
- e. Barang dagangan meliputi keanekaragaman barang, harga, merek dan model.

2. Motif belanja hedonik (Y1) yang dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Subagio, 2011):

- a. *Adventure shopping* yaitu belanja adalah tantangan, suatu sensasi, menggembirakan, masuk lingkungan universal yang menyenangkan.
- b. *Sosial shopping* yaitu sosialisasi adalah tujuan utama dari pembelanjaan ketika mereka pergi berbelanja.
- c. *Gratification shopping* yaitu kehidupan yang kompleks saat ini dan tingkat stress meningkat, beberapa orang berbelanja menghilangkan stress.
- d. *Idea shopping* yaitu berbelanja memberikan pengetahuan baru perkembangan tren baru dan model baru.
- e. *Role shopping* yaitu peranan berbelanja direfleksikan dalam kenikmatan, dipengaruhi oleh perasaan dan keadaan hati.
- f. *Value shopping* yaitu beberapa orang berbelanja untuk menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya.

3. Motif belanja utilitarian (Y2) yang dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Subagio, 2011):

- a. Kualitas barang produk yang dijual disupermarket berkualitas baik
- b. Kualitas layanan (wiraniaga) akan memberikan pertolongan, perhatian, menawarkan layanan yang terbaik dan tidak merasa disibukkan oleh pembeli yang bertanya.

4. Loyalitas konsumen (Y3) yang dapat diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Subagio, 2011):

- a. Melakukan pembelian kembali di supermarket tersebut.
- b. Mengatakan hal yang baik tentang supermarket tersebut kepada orang lain.
- c. Merekomendasikan supermarket tersebut kepada orang lain.
- d. Melakukan pengeluaran lebih saat berbelanja di supermarket tersebut.

F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian

Alat pengukuran variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator pada variabel dependen dan variabel independen dengan skala 1-5, dengan kriteria sebagai berikut:

1. **STS** : Sangat Tidak Setuju
2. **TS** : Tidak setuju
3. **N** : Netral
4. **S** : Setuju
5. **SS** : Sangat Setuju

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain. Dalam penelitian pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji

validitas untuk validitas konstruk (*construct validity*). Dikatakan valid jika signifikan $< 0,05$ atau $< 5\%$ (Sugiyono, 2012). Indikator pertanyaan akan dinyatakan valid dari tampilan output IBM SPSS Statistic pada tabel correlation dengan melihat sig. (2-tailed). Pengujian validitas instrumen diolah menggunakan program software IBM SPSS Statistic 21.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Pengukuran realibilitas didasarkan pada indeks numerik yang disebut koefisien. Dalam penelitian pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji reliabilitas untuk reliabilitas konsistensi internal. Dikatakan reliabilitas jika nilai cronbach alpha $> 0,6$ (Sugiyono, 2012). Indikator pertanyaan dikatakan reliable dengan melihat korelasi bivariate pada output cronbach alpha pada kolom correlated item-total. Pengujian reliabilitas instrumen diolah menggunakan program software IBM SPSS Statistic 21.

G. Alat Analisis Data

Analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu (Santoso, 2012). Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan (Santoso, 2012).

Teknik analisis digunakan untuk menginterpretasikan dan menganalisis data. Sesuai dengan model yang dikembangkan dalam penelitian ini maka alat analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modeling*), yang dioperasikan melalui program IBM SPSS AMOS 21 (Santoso, 2012) .

Teknik analisis data menggunakan tahapan pemodelan dan analisis persamaan struktural menjadi 7 langkah menurut Hair, *et.al.* (1998) dalam Ghazali (2011), yaitu :

- 1) Pengembangan model secara teoritis
- 2) Menyusun diagram jalur (*path diagram*)
- 3) Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural
- 4) Memilih matrik input untuk analisis data
- 5) Menilai identifikasi model
- 6) Mengevaluasi estimasi model
- 7) Interpretasi terhadap model

Berikut ini penjelasan secara detail mengenai masing-masing tahapan :

a. Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Model persamaan structural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas antara dua variabel yang diasumsikan oleh peneliti bukan terletak pada metode analisis yang dipilih, tetapi terletak pada justifikasi

(pembenaran) secara teoritis untuk mendukung analisis. Jadi hubungan antar variabel dalam model merupakan deduksi dari teori.

b. Langkah 2 & 3 : Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Langkah berikutnya adalah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur dan menyusun persamaan struktural. Ada dua hal yang perlu dilakukan yaitu menyusun model struktural yaitu dengan menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen menyusun *measurement model* yaitu menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel indikator atau manifest. Input grafik yang dibuat dengan program AMOS.

c. Langkah 4 : Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan

Model persamaan struktural berbeda dari teknik analisis *multivariate* lainnya. SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian atau kovarian atau metrik korelasi. Data untuk observasi dapat dimasukkan dalam AMOS, tetapi program AMOS akan merubah dahulu data mentah menjadi matrik kovarian atau matrik korelasi. Analisis terhadap data *outline* harus dilakukan sebelum matrik kovarian atau korelasi dihitung. Teknik estimasi dilakukan dengan dua tahap, yaitu Estimasi *Measurement Model* digunakan untuk menguji undimensionalitas dari konstruk-konstruk eksogen dan endogen dengan menggunakan teknik *Confirmatory Factor Analysis* dan tahap Estimasi *Structural Equation Model* dilakukan melalui *full model*

untuk melihat kesesuaian model dan hubungan kausalitas yang dibangun dalam model ini.

d. Langkah 5 : Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama proses estimasi berlangsung dengan program komputer, sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningless* dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi adalah ketidakmampuan *proposed model* untuk menghasilkan *unique estimate*. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi :

- 1) Adanya nilai standar error yang besar untuk 1 atau lebih koefisien.
- 2) Ketidakmampuan program untuk *invert information matrix*.
- 3) Nilai estimasi yang tidak mungkin *error variance* yang negatif.
- 4) Adanya nilai korelasi yang tinggi ($> 0,90$) antar koefisien estimasi.

Jika diketahui ada problem identifikasi maka ada tiga hal yang harus dilihat:

- a) Besarnya jumlah koefisien yang diestimasi relatif terhadap jumlah kovarian.
- b) atau korelasi, yang diindikasikan dengan nilai *degree of freedom* yang kecil.
- c) Digunakannya pengaruh timbal balik atau respirokal antar konstruk (model *nonrecursive*) atau
- d) Kegagalan dalam menetapkan nilai tetap (*fix*) pada skala konstruk.

e. **Langkah 6: Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit***

Pada langkah ini dilakukan evaluasi terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *Goodness-of-Fit*, urutannya adalah:

1. Normalitas data
2. *Outliers*
3. *Multicollinearity* dan *singularity*

Beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak adalah:

1) ***Likelihood Ratio Chi square statistic (X^2)***

Ukuran fundamental dari *overall fit* adalah *likelihood ratio chi square* (x^2). Nilai *chi square* yang tinggi relatif terhadap *degree of freedom* menunjukkan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata ini menghasilkan probabilitas (p) lebih kecil dari tingkat signifikansi (q). Sebaliknya nilai *chi square* yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih besar dari tingkat signifikansi (q) dan ini menunjukkan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan. Dalam hal ini peneliti harus mencari nilai *chi square* yang tidak signifikan karena mengharapkan bahwa model yang diusulkan cocok atau *fit* dengan data observasi. Program IBM SPSS AMOS 21 akan memberikan

nilai *chisquare* dengan perintah `\cmin` dan nilai probabilitas dengan perintah `\p` serta besarnya *degree of freedom* dengan perintah `\df`.

Significaned Probability: untuk menguji tingkat signifikan model.

2) RMSEA

RMSEA (*The root Mean Square Error of Approximation*), merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *chi square* menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0.05 sampai 0.08 merupakan ukuran yang dapat diterima. Hasil uji empiris RMSEA cocok untuk menguji model strategi dengan jumlah sampel besar. Program AMOS akan memberikan RMSEA dengan perintah `\rmsea`.

3) GFI

GFI (*Goodness of Fit Index*), dikembangkan oleh Joreskog dan Sorbon (1984) dalam Ferdinand (2006) yaitu ukuran non statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1.0 (*perfect fit*). Nilai GFI tinggi menunjukkan *fit* yang lebih baik dan berapa nilai GFI yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya, tetapi banyak peneliti menganjurkan nilai-nilai diatas 90% sebagai ukuran *Good Fit*. Program AMOS akan memberikan nilai GFI dengan perintah `\gfi`.

4) AGFI

AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*) merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan *ratio degree of freedom* untuk *proposed model* dengan *degree of freedom* untuk *null model*.

Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau > 0.90 . Program AMOS akan memberikan nilai AGFI dengan perintah `\agfi`.

5) CMIN / DF

Adalah nilai *chi square* dibagi dengan *degree of freedom*. Byrne (2001) dalam Santoso (2012) mengusulkan nilai ratio ini < 2 merupakan ukuran *Fit*. Program AMOS akan memberikan nilai CMIN / DF dengan perintah `\cmindf`.

6) TLI

TLI (*Tucker Lewis Index*) atau dikenal dengan *nunnormed fit index* (nnfi). Ukuran ini menggabungkan ukuran *persimary* kedalam indek komposisi antara *proposed model* dan *null model* dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1.0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau > 0.90 . Program AMOS akan memberikan nilai TLI dengan perintah `\tli`.

7) CFI

Comparative Fit Index (CFI) besar indeks tidak dipengaruhi ukuran sampel karena sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Indeks sangat dianjurkan, begitu pula TLI, karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap

besarnya sampel dan kurang dipengaruhi kerumitan model nilai CFI yang berkisar antara 0-1. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat kesesuaian yang lebih baik.

Measurement Model Fit

Setelah keseluruhan model *fit* dievaluasi, maka langkah berikutnya adalah pengukuran setiap konstruk untuk menilai uni dimensionalitas dan reliabilitas dari konstruk. Uni dimensiolitas adalah asumsi yang melandasi perhitungan realibilitas dan ditunjukkan ketika indikator suatu konstruk memiliki *acceptable fit* satu *single factor* (one dimensional) model. Penggunaan ukuran *Cronbach Alpha* tidak menjamin uni dimensionalitas tetapi mengasumsikan adanya uni dimensiolitas. Peneliti harus melakukan uji dimensionalitas untuk semua *multiple* indikator konstruk sebelum menilai reliabilitasnya. Pendekatan untuk menilai *measurement model* adalah untuk mengukur *composite reliability* dan *variance extracted* untuk setiap konstruk. *Reliability* adalah ukuran *internal consistency* indikator suatu konstruk. *Internal reliability* yang tinggi memberikan keyakinan bahwa indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya. Tingkat reliabilitas < 0.70 dapat diterima untuk penelitian yang masih bersifat eksploratori. Reliabilitas tidak menjamin adanya validitas. Validitas adalah ukuran sampai sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur apa yang hendak ingin diukur. Ukuran reliabilitas yang lain adalah *variance extracted* sebagai pelengkap *variance extracted* > 0.50 .

f. Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Model

Pada tahap selanjutnya model diinterpretasikan dan dimodifikasi. Setelah model diestimasi, residual kovariansnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi kovarians residual harus bersifat simetrik.

Batas keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model adalah 1%. Nilai *residual value* yang lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statis pada tingkat 1% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya *predictionerror* yang substansial untuk dipasang indikator. Modifikasi model SEM menurut Hair *et al.* (2006) dibagi atas tiga jenis cara pemodelan:

- 1) *Confirmatory Modelling Strategy*, yakni melakukan konfirmasi terhadap sebuah model yang telah dibuat (*proposed model* atau *hypothesized model*).
- 2) *Competing Modelling Strategy*, yakni membandingkan model yang ada dengan sejumlah model alternatif, untuk melihat model mana yang paling *fit* dengan data yang ada. Termasuk pada cara ini adalah menambah sebuah variabel pada model yang ada.
- 3) *Model Development Strategy*, yakni melakukan modifikasi pada sebuah model agar beberapa alat uji dapat lebih bagus hasilnya, seperti penurunan pada angka Chi-Square, peningkatan angka GFI, dan sebagainya.

Pada sebuah model SEM yang telah dibuat dan diuji dapat dilakukan berbagai modifikasi. Tujuan modifikasi untuk melihat apakah modifikasi yang dilakukan

dapat menurunkan Chi-Square; seperti diketahui semakin kecilnya angka Chi-Square menunjukkan semakin *fit* model tersebut dengan data yang ada. Proses modifikasi sebuah model pada dasarnya sama dengan mengulang proses pengujian dan estimasi model. Pada proses ini terdapat tambahan proses untuk mengidentifikasi variabel mana yang akan diolah lebih jauh.