

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Objek dan Subjek Penelitian**

Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah toko kosmetik Elsbeauty di Yogyakarta, Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah konsumen produk toko kosmetik Elsbeauty di Yogyakarta.

#### **B. Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung oleh peneliti, data tersebut bisa berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka pada instrument penelitian yang akan dilakukan.

Data primer adalah data yang didapat atau dikumpulkan oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya. Untuk memperoleh data primer, peneliti wajib mengumpulkannya secara langsung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran daftar pertanyaan (koesioner) kepada konsumen produk toko Elsbeauty di Yogyakarta.

## C. Teknik Pengambilan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta pilihan (Ferdinand A, 2006) Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen produk toko Elsbeauty di Yogyakarta.

### 2. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand A, 2006). Menurut Sugiyono (2013) *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria yang telah dilakukan.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini mengambil sampel dengan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria pada pemilihan sampel yaitu pengunjung Elsbeauty yang berusia 17 tahun ke atas dan minimal 2 kali dalam satu tahun terakhir berbelanja di Toko Kosmetik Elsbeauty.

Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuisisioner dengan cara memberikan koesioner kepada konsumen yang pernah berbelanja di ketiga cabang toko Elsbeauty secara langsung maupun tidak langsung. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 sampel, karena menurut Roscoe (1975) yang dikutip oleh Uma Sekaran (2011)

ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner, yaitu susunan daftar pertanyaan ataupun pernyataan yang telah dibuat dan akan diberikan oleh peneliti kepada responden yang dituju dan sesuai dengan kriteria. Dalam pengambilan data peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, dan skala yang digunakan adalah skala *likert* 5 poin dengan kriteria, yaitu:

Jawaban SS (Sangat Setuju) diberi poin	: 5
Jawaban S (Setuju) diberi poin	: 4
Jawaban N (Netral) diberi poin	: 3
Jawaban TS (Tidak Setuju) diberi poin	: 2
Jawaban STS (Sangat Tidak Setuju) diberi poin	: 1

#### **E. Definisi Operasional Variabel dan Alat Pengukuran**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang dimiliki memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013) Berkaitan dengan penelitian ini, variabel penelitian yang terdiri dari variabel independen, variabel pemediasi, dan variabel dependen diuraikan sebagai berikut :

### 1. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand A. , 2006). Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra toko (*store image*)

### 2. Variabel Pemediasi ( Variabel Intervening )

Variabel Pemediasi yaitu variabel penyela atau antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi timbulnya atau berubahnya variabel dependen (Sugiyono, 2013) Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (*consumer satisfaction*)

### 3. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti (Ferdinand A. , 2006). Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat beli ulang (*repurchase intention*). Berikut merupakan definisi operasional untuk mengukur suatu variabel serta indikator variabel dari citra toko, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang yaitu:

Berikut merupakan definisi operasional untuk mengukur suatu variabel serta indikator variabel dari citra toko, kepuasan pelanggan dan niat beli ulang yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel dan Alat Pengukuran**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Sumber
1.	Citra toko (X)	Citra toko adalah persepsi konsumen pada kesan kelengkapan toko. (Hsu, Huang & Swanson,2009)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Toko menyediakan produk dengan kualitas bagus</li> <li>2. Toko memberikan harga yang kompetitif</li> <li>3. Karyawan membantu pembeli</li> <li>4. Karyawan bersikap ramah</li> <li>5. Toko tertata rapi</li> <li>6. Jarak antar rak luas memudahkan pengunjung untuk bergerak</li> <li>7. Toko memberikan promosi kepada konsumen</li> <li>8. Toko memiliki dekorasi yang menarik</li> </ol>	Likert	Hsu, Huang & Swanson (2009)
2.	Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi. Kotler & Keller (2009)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. membeli kembali</li> <li>2. mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.</li> <li>3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing</li> <li>4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama</li> <li>5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan</li> </ol>	Likert	Kotler & Keller (2009)
3.	Niat Beli Ulang (Y)	Kemungkinan Seorang konsumen untuk melakukan pembelian ulang setelah konsumen	1. Niat Tradisional, niat ini menggambarkan perilaku seseorang yang berkeinginan untuk	Likert	(Ferdinand A, 2002)

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Sumber
		merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan. (Ferdinand A ,2002)	selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsi. 2. Niat Referensial, niat ini menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung mereferensikan produk yang sudah dibelinya agar juga dibeli oleh orang lain 3.Niat Preferensial, niat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. preferensi ini hanya dapat diganti apabila terjadi sesuatu dengan Produk preferensinya. 4.Niat Eksploratif, niat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya		

## F. Uji Kualitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Kecermatan dan ketetapan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya tentunya diperlukan uji validitas agar fungsinya bisa dikatakan

baik (Ghozali, 2013). Instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan baik apabila mampu mengukur apa yang diinginkan oleh peneliti serta menangkap data variabel secara tepat. Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah korelasi *product moment pearson* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Jika signifikansi  $< 0,05$  maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

## 2. Uji Reliabilitas

Alat ukur untuk mengukur suatu indikator kuesioner yang merupakan bagian dari konstruk atau perubah disebut juga dengan reliabilitas, apabila suatu kuesioner ingin dikatakan reliabel atau handal, jawaban seseorang terhadap pernyataan harus konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut (Sekaran, 2011) jika hasil uji reliabilitas diatas dari nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,6$ , maka apabila hasil koefisien alpha diatas nilai *Cronbach Alpha* berdasarkan pedoman tersebut sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga item-item konsep variabel layak digunakan untuk penelitian.

## G. Metode Analisis Data

Data yang telah di didapatkan dari penyebaran kuisisioner kemudian dianalisis dengan pengujian kuesioner atau uji instrumen, mendeskripsikan hasil data yang telah didapatkan dan menguji hipotesis yang terdapat pada

penelitian. Hasil dari analisis data ini akan diberi ulasan maupun keterangan atau hasil dari analisis tersebut, sehingga data-data berupa angka yang didapatkan dapat memiliki makna yang bisa dijelaskan dan dimengerti.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS versi 22 *for windows*. Kemudian teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antar variabel pada hipotesis 1, 2 dan 3. Serta analisis jalur (*path analysis*) pada hipotesis 4, maksud dari analisis ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel, yaitu untuk mengetahui apakah variabel kepuasan pelanggan mengintervening citra toko terhadap niat beli ulang.

Untuk menguji hipotesis yang ada pada penelitian ini maka tahap pertama yaitu menganalisis hipotesis 1, 2 dan 3 dengan regresi linier sederhana, dan hipotesis 4 dengan analisis jalur (*path analysis*). Alat analisis pertama yang digunakan untuk melakukan regresi adalah sebagai berikut:

### **1. Regresi Linier Sederhana**

Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hubungan pengaruh hipotesis 1, 2, dan 3 dalam penelitian ini. Analisis pengaruh antara satu variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat). Analisis ini menguji pengaruh hubungan citra toko terhadap kepuasan pelanggan (h1), pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat beli ulang (h2), dan pengaruh citra toko terhadap niat beli ulang (h3). Maka persamaan regresi yang pertama seperti berikut ini:

$$\mathbf{Z} = \beta_1 \mathbf{X} + \mathbf{e}$$



Ket :

Z = Variabel Intervening

$\beta_1$  = Koefisien dari variabel independen

X = Variabel independen

e = Residual atau *prediction error*

Persamaan kedua dan ketiga yaitu:

$$Y = \beta_1 X + e$$

Dimana:

Y = Estimasi variabel dependen

$\beta_1$  = Koefisien dari variabel independen

X = Variabel independen

e = Residual atau *prediction error*

## 2. Menilai *Goodness of Fit* suatu model

Ketetapan fungsi dari sampel dalam menafsir nilai aktual bisa diukur dari *goodness of fit*, bisa diukur dari nilai statistik F, nilai statistik t dan koefisien determinasi. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistic apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis ( $h_0$  ditolak).

Sebaliknya akan disebut tidak signifikan apabila nilai statistiknya berada dalam  $H_0$  diterima (Ghozali, 2011).

### 1. Uji Statistik F

Uji F ini dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang ada di model layak untuk digunakan dalam

memprediksi variabel dependen atau terikat. Dalam pengujian ini tingkat signifikansinya 5% atau 0,05.

## 2. Uji Statistik t

Tujuan dari uji parsial adalah untuk mengetahui pengaruh dari variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,5 ( $\alpha = 5\%$ ) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Hipotesis  $H_a$  diterima apabila mempunyai nilai signifikansi sebesar  $\alpha \leq 0,05$  dan menolak hipotesis  $H_0$  .
- 2) Hipotesis  $H_a$  ditolak apabila mempunyai nilai signifikansi sebesar  $\alpha \geq 0,05$  dan menerima hipotesis  $H_0$  .

## 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

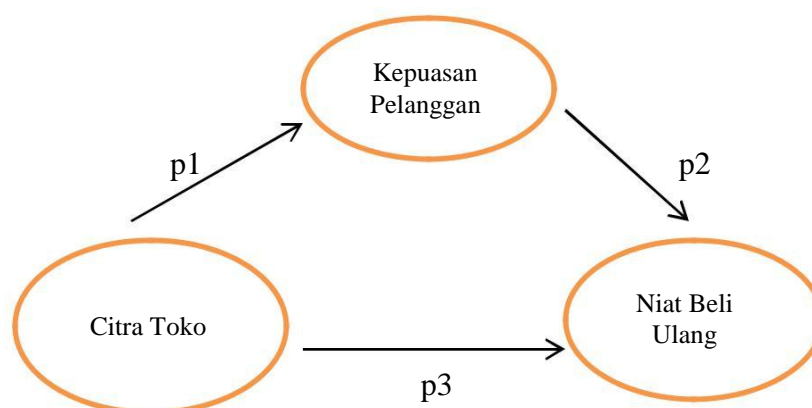
Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh model mampu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### 3. Analisis jalur (*Path Analysis*)

Untuk menguji variabel *intervening* atau mediasi dalam penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*) yang merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang *telah* ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur yang akan diuji dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* dari citra toko dan niat beli ulang. Hipotesis 4 akan diterima apabila nilai pengaruh secara tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh secara langsung. Dengan cara hasil persamaan pertama di kalikan dengan hasil persamaan yang kedua. Jika hasilnya lebih besar dari persamaan tiga maka kepuasan pelanggan mampu memediasi antara citra toko terhadap niat beli ulang.

Berikut adalah model analisis jalur dalam penelitian ini:

**Gambar 3.1**  
**Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)**



**Sumber: Ghozali (2011)**

Berdasarkan gambar 3.1 diatas diajukan hubungan berdasarkan teori bahwa citra toko mempunyai hubungan langsung dengan niat beli ulang (p3). Namun citra toko juga memiliki hubungan secara tidak langsung ke niat beli ulang yaitu dari citra toko ke kepuasan pelanggan (p1) baru kemudian ke niat beli ulang (p2). Total pengaruh hubungan dari citra toko ke niat beli ulang (korelasi antara citra toko ke niat beli ulang) sama dengan pengaruh langsung citra toko ke niat beli ulang (koefisien path atau regresi p3) ditambah pengaruh tidak langsung yaitu koefisien path dari citra toko ke kepuasan pelanggan yaitu p1 dikalikan dengan koefisien path dari kepuasan pelanggan ke niat beli ulang yaitu p2. Koefisien jalur ini merupakan standardized koefisien regresi (Ghozali, 2013).