

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Obyek dan Subyek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta. Adapun subjek penelitiannya adalah pengunjung bioskop CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta.

##### **B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi merupakan gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan riset pemasaran (Malhotra, 2007). Dalam penelitian ini, sasaran populasinya adalah pengunjung CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta.

Sampel adalah subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam penelitian (Malhotra, 2007). Penelitian ini menggunakan sebagian sampel untuk diteliti. Hal ini disebabkan karena beberapa alasan seperti jumlah populasi yang banyak dan tidak diketahui jumlah pastinya sehingga akan memerlukan banyak waktu, biaya dan tenaga kerja dalam pelaksanaannya. Sehingga, sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposing sampling*. Peneliti akan mencari sampel pengunjung yang telah melakukan dua kali kunjungan dan melakukan aktifitas menonton

Film di CGV Cinemas Hartono Mall Yogyakarta. Ferdinand (2002) dalam Rotti (2012) memberikan pedoman ukuran sampel yang diambil, yaitu:

1. 100 – 200 sampel untuk teknik *Maximum Likelihood estimation*
2. Tergantung pada jumlah parameter yang diestimasi. Pedomannya adalah 5 – 10 kali jumlah parameter estimasi
3. Tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah sampel adalah jumlah indikator dikalikan 5 – 10.
4. Bila sampelnya sangat besar, maka peneliti dapat memilih teknik estimasi.

### **C. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden dan data sekunder diperoleh dari pustaka, website website, surat kabar, dll.

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

Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan *personally administrated survey*. *Survey* akan dilakukan dengan mendatangi responden dan kemudian meminta ketersediaan mereka untuk dapat menjawab beberapa pertanyaan dalam kuisisioner yang berkaitan dengan identitas diri, dan memberikan tanggapan terhadap indikator – indikator *experiential marketing*, kepuasan pengunjung dan loyalitas pengunjung. Peneliti juga akan menjelaskan maksud dan tujuan dari penyebaran kuisisioner serta akan langsung memeriksa kelengkapan pengisian kuisisioner setelah responden

selesai mengisi. Hal ini untuk memastikan kurang lengkapnya responden mengisi kuisioner sehingga dapat dilengkapi saat itu juga.

Kuesioner yang digunakan menggunakan teknik skala *Likert* yaitu dengan mencantumkan lima jawaban yang hanya boleh dipilih salah satu oleh responden yang mengisi angket tersebut.

**Tabel 3.1.**  
**Tabel Jawaban Skala Likert**

Kategori	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sekaran, (2011)

#### **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu hal berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel sendiri dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi satu orang dengan yang lain atau satu obyek dan obyek lain. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 3, yakni:

##### **1. Variabel Eksogen**

Menurut Sekaran (2011) variabel eksogen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel endogen atau variabel terikat secara positif atau negatif. Apabila terdapat variabel eksogen maka variabel endogen juga hadir dan setiap unit kenaikan dalam variabel eksogen terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel

endogen. Dalam penelitian ini variabel eksogennya adalah *experiential marketing* (X) yang terdiri dari elemen *sense, think, feel, act dan relate*.

## 2. Variabel Endogen

Menurut Sekaran (2011) variabel endogen atau variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi. Melalui analisis terhadap variabel endogen yaitu menemukan variabel yang memengaruhinya adalah untuk menemukan jawaban atas masalah. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pengunjung (Y1) dan loyalitas pengunjung (Y2).

## 3. Variabel Intervening

Menurut Sekaran (2011) variabel intervening adalah variabel yang mengemuka antara waktu variabel eksogen mulai bekerja mempengaruhi variabel endogen, dan waktu pengaruh variabel eksogen terasa pada variabel endogen. Menurut Sugiyono (2014) variabel intervening merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel independen. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah Kepuasan pengunjung (Y1).

Tabel 3.2. Definisi operasional variabel

No	Variabel	Deskripsi	Indikator	Sumber
1	<i>Sense</i>	<p>Pengalaman melalui <i>sight</i> (indra penglihatan), <i>sound</i> (indra pendengaran), <i>touch</i> (sentuhan), <i>smell</i> (penciuman) dan <i>taste</i> (rasa).</p> <p>Tujuan dari <i>sense</i> adalah untuk menciptakan kesenangan estetika, kegembiraan, keindahan, kepuasan melalui ransangan indra. (Schmitt, 1999)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penglihatan</li> <li>2. Pendengaran</li> <li>3. Peraba</li> <li>4. Penciuman</li> <li>5. Perasa</li> </ol>	Schmitt (1999)
2	<i>Feel</i>	<p>Pengalaman melalui perasaan, emosi, dan suasana hati. (Schmitt, 1999)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perasaan senang</li> <li>2. Perasaan semangat</li> <li>3. Perasaan rileks</li> </ol>	Schmitt (1999)

3	<i>Think</i>	Pengalaman dengan mendorong pelanggan terlibat dalam pemikiran seksama dan kreatif. (Schmitt, 1999)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berfikir (<i>Thinking</i>)</li> <li>2. Keingintahu an (<i>Curiosity</i>)</li> </ol>	Schmitt (1999)
4	<i>Act</i>	Pengalaman yang berkaitan dengan fisik, pola perilaku, dan gaya hidup jangka panjang serta pengalaman-pengalaman yang terjadi sebagai hasil dari interaksi dengan orang lain. (Schmitt, 1999)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gaya hidup</li> <li>2. Perubahan gaya hidup</li> <li>3. Individu yang terpengaruh</li> </ol>	Ming (2010) dalam Rotti (2012)
5	<i>Relate</i>	Pengalaman yang menjelaskan suatu hubungan dengan orang lain atau kelompok sosial lainnya (pekerjaan, etnik, atau gaya hidup). (Schmitt, 1999)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Create link</i></li> <li>2. Rasa memiliki</li> <li>3. Pengakuan sosial</li> </ol>	Ming (2010) dalam Rotti (2012)
6	Kepuasaa	Suatu perasaan yang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan</li> </ol>	Parasuram

	n pengunjung g	dialami oleh seseorang ketika membandingkan apa yang menjadi harapannya dengan kenyataan yang didapatkan.	yang bagus <i>(Good choice)</i> 2. Produk yang memuaskan <i>(Satisfactory product)</i> 3. Fasilitas fisik yang memuaskan 4. Pelayanan yang memuaskan	an et al (1988)
7	Loyalitas pengunjung g	Konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (Behavior) dari pada dengan sikap. Bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia menunjukkan perilaku pembelian yang	1. Keinginan untuk melakukan kunjungan ulang 2. Menyebarkan positif <i>word of mouth</i>	Hayes (2008)

		didefinisikan sebagai pembelian non-random yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan	3. Lebih menyukai merek ini dibanding merek lain	
			4. Keinginan untuk berkunjung lebih sering	
			5. Merekomendasikan kepada orang lain	Griffin (2005)

## F. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen penelitian, yaitu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dianggap mampu untuk mengungkapkan apa yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dibantu dengan program AMOS. Butir-butir pertanyaan yang dinyatakan valid mempunyai *factor loading*  $\geq 0,5$  (Ghozali: 2014). Hal



tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur suatu konstruk yang sama dan dapat memprediksi apa yang seharusnya dapat diprediksi.

Item-item yang mengukur konsep yang sama akan memiliki korelasi yang tinggi dan berkorelasi rendah dengan item-item yang mengukur konsep yang berbeda (Hair et al., 2010). Hal ini ditunjukkan dengan muatan faktor item yang tinggi di hanya satu faktor yang seharusnya diukur saja dan bermuatan faktor rendah pada faktor rendah yang diukur oleh item-item lain.

## **2. Uji Realibilitas**

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2002). Untuk menguji reliabilitas ini menggunakan program AMOS. Nilai *Construct Reliability* (CR) 0,7 atau lebih menunjukkan reliabilitas yang baik, sedangkan reliabilitas 0,6 – 0,7 masih dapat diterima dengan syarat validitas indikator dalam model baik (Ghozali, 2014).

## **G. Uji Hipotesis dan Analisis Data**

Uji hipotesis diolah dengan menggunakan SEM *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program AMOS. Metode analisis data

adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Dengan melihat kerangka pemikiran teoritis, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan model atau Model Persamaan Struktural dengan program AMOS.

SEM adalah sekumpulan teknik- teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Hubungan yang rumit tersebut dapat diartikan sebagai rangkaian hubungan yang dibangun antara satu atau beberapa variabel dependen (endogen) dengan satu atau beberapa variabel independen (eksogen), dan variabel- variabel tersebut berbentuk factor atau konstruk yang dibangun dari beberapa indikator yang diobservasi atau diukur langsung.

SEM dapat dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor (*factor analysis*), model struktural (*structural model*), dan analisis jalur (*path analysis*). Menurut Imam Ghozali (2014), SEM merupakan gabungan dari metode statistic yang terpisah yaitu analisis factor (*factor analysis*) serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modeling*). Secara komprehensif, metode analisis data dalam penelitian ini adalah statistic deskriptif.

## 1. Uji Asumsi SEM

Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam prosedur pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan model persamaan SEM sebagai berikut:

### a. Ukuran Sampel / Populasi

Besarnya ukuran sampel memiliki peran penting dalam interpretasi hasil SEM. Ukuran sampel memberikan dasar untuk mengestimasi sampling error. Dengan model estimasi menggunakan *Maximum Likelihood* minimum diperlukan sampel 100. Selain itu ukuran sampel dapat memiliki peran yang penting dalam interpretasi hasil SEM. Dapat direkomendasikan bahwa ukuran sampel antara 100-200 harus digunakan untuk metode estimasi *Maximum Likelihood* (Ghozali, 2014).

### b. Uji *Outliers*

Uji *Outliers* adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariate maupun multivariate. Apabila terjadi outliers maka data tersebut dapat dikeluarkan dari analisis. Untuk mendeteksi adanya outliers univariate dilakukan dengan data perlu dikonversikan terlebih dahulu ke dalam standart score (z-score) yang memiliki rata-rata nol dengan standar deviasi 1. Untuk sampel besar (diatas 80), nilai ambang batas dari z-score itu berada pada rentang 3 sampai 4 (Hair et.al.,1998 dalam Ghozali, 2014). Oleh karena itu jika dalam penelitian terjadi  $z\text{-score} \geq 3,0$

dikategorikan outliers. Dalam kriteria data, jika standar deviasi sama dilakukan dengan kriteria jarak mahalanobis pada tingkat  $p > 0,001$ . Jarak tersebut dievaluasi dengan menggunakan  $X^2$  pada derajat bebas sebesar jumlah variabel terukur yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2014).

c. Uji Normalitas Data

Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratio skewness value* sebesar +2,58 pada tingkat signifikansi 0,01. Data dapat disimpulkan mempunyai distribusi normal jika *critical ratio skewness value* dibawah harga mutlak 2,58 (Ghozali, 2014).

d. Uji Parsial dengan Analisis Jalur

Analisis jalur merupakan pengembangan dari model regresi yang digunakan untuk menguji kesesuaian (*fit*) dari matriks korelasi dari dua atau lebih model yang dibandingkan oleh peneliti (Ghozali, 2014). Model biasanya digambarkan dengan lingkaran anak panah yang menunjukkan kasualitas dan regresi dilakukan biasanya untuk setiap variabel dalam model. Setelah itu, nilai regresi yang diprediksi oleh model dibandingkan dengan matrik korelasi hasil observasi variabel dan nilai *goodness-of-fit* yang dihitung.

Dalam melakukan uji masing-masing variabel dapat dilakukan dengan menentukan apakah pengaruh signifikansi atau tidaknya akan

dapat diketahui dari p-value. Signifikansi ( $\alpha = \alpha$ ) yang digunakan yaitu 0,05. Jika p-value lebih kecil dari 0,05 hipotesis diterima. Cara kedua adalah dengan melihat nilai CR (Critical Ratio). Jika CR lebih besar dari 1,96 maka hipotesis diterima. Artinya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang ditunjukkan dalam tabel signifikan tanda (\*\*\*) pada P value (Probabilitas Value) menunjukkan bahwa angka yang sangat kecil (lebih kecil dari 0,05).

## 2. Tahap Permodelan SEM

Kelebihan menggunakan SEM ialah dapat menganalisa multivariat secara bersamaan. Penggunaan multivariat adalah untuk memperluas kemampuan dalam menjelaskan penelitian dan efisiensi statistik. Menurut Ghozali (2014) mengajukan tahapan permodelan dan analisis persamaan struktural menjadi tujuh tahapan yaitu:

### a. Pengembangan model secara teoritis

Langkah pertama dalam mengembangkan model SEM adalah menentukan model persamaan struktural yang didasarkan pada hubungan kasualitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada variabel lainnya. Kuat atau tidaknya dua variabel terletak pada justifikasi atau pembenaran secara teoritis untuk mendukung analisis.

### b. Menyusun diagram alur

Diagram alur (*path diagram*) sangat berguna dalam menunjukkan alur hubungan kausal antar variabel. Apabila

hubungan kausal dari variabel tersebut ada yang kurang baik, maka dapat dibuat beberapa model yang nantinya diuji menggunakan SEM untuk mendapatkan model yang paling tepat.

c. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural

Setelah model teoritis dikembangkan dalam sebuah diagram alur, peneliti dapat mengkonversi spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan.

d. Memilih matriks input untuk analisis data

Dalam model SEM, data input yang digunakan adalah data matrik varian/kovarian untuk keseluruhan estimasi yang akan dilakukan. Ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 sampel. Matrik kovarian umumnya digunakan dalam penelitian mengenai hubungan, sebab standard error yang dilaporkan umumnya mempunyai angka yang kurang akurat bila matrik korelasi digunakan sebagai input.

e. Menilai identifikasi model

Dalam menilai suatu identifikasi, pada umumnya masalah yang muncul adalah masalah mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan suatu estimasi yang unik. Masalah yang muncul dapat dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Standart error dalam suatu koefisien atau lebih sangat besar

- 2) Program tidak mampu menghasilkan matrik informasi yang seharusnya dijalankan.
- 3) Munculnya varian error yang bersifat negatif.
- 4) Munculnya nilai korelasi yang sangat tinggi antara koefisien estimasi. Nilai koefisien tersebut lebih dari (0,90).

f. Mengevaluasi kriteria *goodness of fit*

Untuk mengevaluasi apakah model yang sudah dibangun sudah sesuai dengan kriteria *goodness of fit*, maka hal yang pertama dilakukan adalah dengan mengevaluasi data yang digunakan apakah sudah sesuai dengan asumsi SEM diantaranya adalah normalitas, ukuran sampel, outliers, multikolinearitas dan singularity. Indeks kesesuaian data dan *cut-off value* yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan model adalah sebagai berikut:

i.  $X^2$  Chi-square statistic

*Chi square* bersifat sangat sensitif terhadap jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Pada dasarnya semakin rendah nilai  $X^2$  maka semakin baik model tersebut. Berdasarkan *cut-off value* sebesar  $p > 0,05$  atau  $p > 0,10$  (Hullandetal, 1996 dalam Bestari 2016). Sedangkan menurut Ghozali (2014) ukuran fundamental dari *overall fit* adalah *likelihood-ratio chi-square* ( $X^2$ ). Nilai chi-square yang relatif tinggi terhadap *degree of freedom*

menunjukkan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang diprediksi berbeda secara nyata dan ini menghasilkan probabilitas ( $p$ ) lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ). Sebaliknya nilai *chi-square* yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas ( $p$ ) yang lebih besar dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) dan ini menunjukkan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan (Ghozali, 2014).

ii. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA adalah ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik chi-square menolak model dengan jumlah sampel yang besar (Ghozali, 2014). Nilai RMSEA menunjukkan nilai *goodness-of-fit* yang diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Adapun nilai RMSEA antara 0,05 sampai 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima. Nilai indeks tersebut dapat diterima suatu model yang menunjukkan *close fit* berdasarkan *degrees of freedom*.

iii. *Goodness of Fit Index (GFI)*

GFI dikembangkan oleh Joreskog dan Sorbom (1984) dalam Ghozali (2014) yaitu ukuran non-statistik



yang nilainya berkisar dari nilai 0 (poor fit) sampai 1,0 (perfect fit).

iv. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

AGFI merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan ratio degree of freedom untuk proposed model dengan degree of freedom untuk null model (Ghozali, 2014). Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau lebih besar dari 0,90.

v. *CMIN/DF*

CMIN/DF merupakan perbandingan antara *the minimum sample discrepancy function* dengan *degrees of freedom*. CMIN/DF pada umumnya merupakan sebuah indikator untuk mengukur tingkat fitnya sebuah model. Statistik chi square.  $X^2$  dibagi dengan DF-nya sehingga disebut  $X^2$  -relatif. Nilai  $X^2$  relatif kurang dari 2.0 bahkan kurang dari 0.3 merupakan sebuah indikasi dari *acceptance fit* antara model dan data (Arbuckle, 1999).

vi. *Tucker Lewis Index (TLI)*

TLI merupakan sebuah alternatif dari incremental index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model. Nilai yang direkomendasikan untuk menjadi acuan dalam sebuah model adalah lebih besar atau sama dengan 0.95. jika

mendekati 1 maka model dikatakan *very good fit* (Arbuckle, 1999). Sedangkan menurut Ghozali (2014), nilai TLI berkisar antara 0 sampai 1.0. Adapun nilai yang direkomendasi adalah sama atau lebih besar dari 0.90.

vii. *Comparative Fit Index (CFI)*

CFI merupakan langkah terakhir dalam menginterpretasikan model. Rentang nilai sebesar 0-1. Jika semakin mendekati nilai 1 maka model mengindikasikan tingkat kesesuaian yang tinggi (a very good fit). Berikut ini adalah tabel dengan rincian indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model.

**Tabel 3.3. Goodness-of-Fit Index**

<b>Goodness of Fit Index</b>	<b>Cut-off Value</b>
$X^2$ -Chi-Square	Kecil
Significancy Probability	$\geq 0.05$
RMSEA	$\leq 0.08$
GFI	$\geq 0.90$
AGFI	$\geq 0.90$
CMIN/DF	$\leq 2.00$
TLI	$\geq 0.95$
CFI	$\geq 0.95$

Sumber: Ghozali, 2014

viii. Interpretasi terhadap model

Setelah dilakukan estimasi terhadap model, residual yang dihasilkan haruslah dalam skala kecil atau medekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarians

residual harus bersifat simetrik. 2.58 merupakan angka batas nilai dari *standardized residual variance* yang diterima. Secara signifikan secara statistik pada tingkat 5% dan menunjukkan *adanya predictor error* yang bersifat substansial untuk indikator. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut harus discross-validated (estimasi dengan data terpisah) sebelum model modifikasi diterima.