

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian. Fokus penelitian ini adalah variabel yang mencakup penelitian pada Warung Kopi Asiang di Pontianak.

Sugiyono (2012) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek adalah pelanggan Warung Kopi Asiang di Kota Pontianak.

B. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika kuesioner disebarkan melalui internet (Sekaran, 2011). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, biasanya dilakukan dengan cara memberi kuesioner kepada responden, wawancara, ataupun dengan cara observasi langsung ke lapangan.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Kuncoro, 2003). Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Warung Kopi Asiang di Pontianak yang telah mengkonsumsi lebih dari dua kali dalam waktu seminggu.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (daftar pernyataan atau pertanyaan) yang diberikan secara langsung untuk memperoleh data primer. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawab.

Sedangkan jumlah sampel penelitian ini merujuk pada pendapat Santoso (2012), besarnya sampel bila terlalu besar menyulitkan untuk mendapat model yang cocok, ukuran sampel yang digunakan antara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan SEM (*structural equation modeling*). Sehingga dalam penelitian ini peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 150 responden.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam model SEM, variabel eksogen ditunjuk dengan adanya anak panah yang berasal dari variabel tersebut menuju ke variabel endogen atau dependen. Variabel eksogen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk.

2. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati serta diukur. Variabel *intervening* merupakan variabel penghubung. Variabel *intervening* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

3. Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen (eksogen). Dalam model SEM, variabel eksogen ditunjukkan dengan adanya anak panah yang menuju ke variabel tersebut. Variabel endogen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen.

Ringkasan definisi setiap variabel disajikan dalam tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

| NO | VARIABEL | DEFINISI | INDIKATOR | SUMBER INDIKATOR |
|----|---|--|---|--|
| 1 | Citra Merek (X ₁) | Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti dicerminkan oleh asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya. (Kotler dan Keller 2012) | 1.Pengenalan (<i>Recognition</i>) 2.Reputasi (<i>Reputation</i>) 3.Daya Tarik (<i>Affinity</i>) | Rangkuti (2011) |
| 2 | Kualitas Produk (X ₂) | Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kotler dan Keller (2011) | 1.Kualitas 2.Rasa 3.Penampilan | Ratnasari (2014) |
| 3 | Kepuasan Pelanggan (Z) | Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kotler (2014) | 1.Perasaan senang 2.Perasaan puas 3.Pemenuhan Harapan | Wulandari (2013) dan Tjandra (2016) |
| 4 | Loyalitas Konsumen (Y) | Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih sebagai sikap konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Kotler dan Keller (2011) | 1.Melakukan pembelian ulang (<i>Repurchase</i>) 2.Mereferensi kan kepada orang lain (<i>Referalls</i>) 3.Ketahanan terhadap pesaing (<i>Retention</i>) | Rimiyati dan Widodo (2014) |

Penelitian ini menggunakan variabel yang bersifat kuantitatif maka untuk mengukur variabel tersebut digunakan skala *likert*. Pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner dibuat menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat responden. Nilai untuk skala tersebut adalah:

- a. Sangat setuju : 5
- b. Setuju : 4
- c. Netral : 3
- d. Tidak setuju : 2
- e. Sangat tidak setuju : 1

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan atau kebenaran suatu penelitian. Uji di dalam penelitian dikatakan valid apabila penelitian tersebut mengukur apa yang hendak diukur. Penelitian memiliki validitas yang tinggi jika hasilnya sesuai dengan kriteria, dalam arti memiliki kesejajaran antara penelitian dan kriteria. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. (Sugiyono, 2013)

Uji validitas item atau butir dapat dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan Program AMOS 22.0. Untuk proses pengujian validitas ini item-item atau indikator harus *converge* atau *share* (berbagi) terlebih

dahulu yang disebut *convergent validity*. Untuk mengukur validitas konstruk dapat dilihat dari nilai faktor loadingnya. *Standardized loading estimate* harus >0,50 atau lebih idealnya 0,70 (Ghozali, 2011)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan handal atau dapat dipercaya jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur, apabila dilihat dari stabilitas atau konsistensi internal dari jawaban atau pertanyaan jika pengamatan dilakukan secara berulang. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Construct Reliability (CR)* >0,70 (Ghozali, 2011).

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

1. *Standardized loading* diperoleh langsung dari *standardized loading* untuk tiap-tiap indikator.
2. ϵ_j adalah *measurment error* = $1 - (\text{standardized loading})^2$
(Ghozali, 2011)

G. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Asumsi *Structural Equation Modeling (SEM)*

Estimasi parameter dalam SEM umumnya berdasarkan pada metode *maximum likelihood (ML)*. Perlu diketahui bahwa estimasi

dengan metode ML menghendaki adanya asumsi yang harus dipenuhi, yaitu:

- a. Jumlah sampel harus besar (*asymptotic*)
- b. Distribusi dari *observed* variabel normal secara *multivariate*
- c. Model yang dihipotesakan harus valid
- d. Skala pengukuran variabel kontinyu (*Interval*)

2. Pengertian *Structural Equation Modeling (SEM)*

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2013:244). Menurut Sugiyono (2014) analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang diajukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Lebih lanjut menurut beliau Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan. Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisis *The Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan software AMOS.

Penelitian ini menggunakan *The Structural Equation Modeling (SEM)* karena dapat mengobservasi indikator operasional setiap variabel, serta melihat model sebagai satu kesatuan hubungan serta dapat secara langsung mencoba semua hubungan jalur

langsung dan tidak langsung sekaligus. *The Structural Equation Modeling* (SEM) juga memungkinkan seorang peneliti menguji beberapa variabel terikat sekaligus dengan beberapa variabel bebas.

Definisi lain menyebutkan *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah teknik analisis multivariat yang umum dan sangat bermanfaat yang meliputi versi-versi khusus dalam jumlah metode analisis lainnya sebagai kasus-kasus khusus. Dengan demikian menurut definisi ini, SEM dapat digunakan alternatif lain yang lebih kuat dibandingkan dengan menggunakan regresi berganda, analisis jalur, analisis faktor, analisis *time series*, dan analisis kovarian. Adapun langkah-langkah dalam menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) menurut Hair et. al (1998) di dalam Ghozali (2011) adalah:

Langkah 1: Pengembangan Model Berdasar Teori

Model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel lainnya. Hubungan kausalitas dapat berarti hubungan yang ketat seperti ditemukan dalam proses fisik seperti reaksi kimia atau dapat juga hubungan yang kurang ketat seperti dalam riset perilaku yaitu alasan seseorang membeli produk tertentu.

Langkah 2 dan 3: Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

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

Langkah 4: Memilih Jenis *Input* Matrik dan Estimasi Model yang diusulkan

Data mentah observasi individu dimasukkan ke dalam *software* AMOS, kemudian program AMOS akan merubah data mentah menjadi matrik kovarian atau matrik korelasi. Analisis terhadap data *outlier* harus dilakukan sebelum matrik kovarian atau korelasi dihitung.

Langkah 5: Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama proses estimasi berlangsung dengan program *computer* sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningless* dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Cara melihat ada atau tidaknya *problem* identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi:

- a. Adanya nilai standar *error* yang besar untuk satu atau lebih koefisien.
- b. Adanya ketidakmampuan program untuk *invert information matrix*
- c. Nilai estimasi yang tidak mungkin misalkan *error variance* yang *negative*
- d. Adanya nilai korelasi yang tinggi (>0.90) antar koefisien estimasi.

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

Langkah yang harus dilakukan sebelum menilai kelayakan dari model struktural adalah menilai apakah data yang akan diolah memenuhi asumsi model persamaan struktural, melihat ada atau tidaknya *offending estimate* dan menilai *overall model fit* dengan berbagai kriteria yang ada.

Langkah 7: Interpretasi dan Modifikasi Model

Ketika model telah dinyatakan diterima, maka peneliti dapat mempertimbangkan dilakukannya modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness-of-fit*. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut harus harus di *cross-validated* sebelum model modifikasi diterima.

