

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2014), adalah sebagai berikut:

“Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Dalam penelitian ini objek yang dituju yaitu perusahaan ritel atau supermarket Super Indo yang berada di daerah jl. Hos Cokroaminoto. Adapun pengertian subjek penelitian menurut Arikunto (2010), Subjek penelitian adalah tempat dimana data untuk variabel penelitian diperoleh, Subjek penelitian bisa berupa benda, hal atau orang. Dalam penelitian ini subjek yang dituju yaitu konsumen yang pernah berbelanja di Swalayan Super Indo.

B. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan jenis yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Adapun pengertian teknik *non probability* sampling menurut Sugiyono (2014) “*Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Sedangkan pengertian metode *purposive sampling* menurut Sugiyono (2014) mengatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan yang dikehendaki.

Fokus dalam pengambilan sampel yang ditujukan kepada responden yang sesuai dengan kriteria, sehingga dapat memberikan informasi yang cukup akurat untuk suatu penelitian. teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan setiap kedatangan pengunjung yang berbelanja di Super Indo. Adapun karakteristik pengunjung yang datang adalah menjadi sampel yaitu:

1. Konsumen yang pernah berbelanja di Swalayan Super Indo minimal 2 kali dalam kurun waktu 3 bulan dari pengisian kuesioner.
2. Responden berusia minimal 17 tahun karena sudah dianggap memiliki kesadaran akan kepuasan saat melakukan pembelian

C. Jenis Data

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 disebarakan melalui internet (Sekaran, 2011). Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu data primer, dimana data yang diperoleh langsung dari responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan secara terperinci yang ada hubungannya dengan penulisan skripsi untuk kemudian dibagikan kepada sejumlah responden yang telah ditetapkan. Program Aplikasi yang digunakan untuk memudahkan proses pengumpulan data yaitu dengan menggunakan *Google Form*. Kuesioner yang digunakan dengan penelitian ini bersifat tertutup, yaitu responden tinggal menjawab sesuai dengan pilihan jawaban yang telah disediakan. Dengan model estimasi menggunakan *Maximum Likelihood (ML)* minimum diperlukan sampel 100, ketika sampel dinaikkan di atas nilai 100, metode ML meningkat sensitifitasnya untuk mendeteksi perbedaan antar data. Begitu sampel menjadi besar (di atas 400 sampai 500), maka metode ML menjadi sangat sensitif dan selalu menghasilkan perbedaan secara signifikan sehingga ukuran *Goodnes of fit* menjadi jelek. Jadi dapat direkomendasikan bahwa ukuran sampel antara 100 sampai 200 harus digunakan untuk metode estimasi ML (Ghazali, 2016). Dari teori di atas jumlah responden yang digunakan sebanyak 133 responden untuk meminimalisir apabila terjadi kesalahan.

Pengukuran variabel dilakukan dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2014) skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Selanjutnya akan diukur dijabarkan melalui indikator variabel, kemudian

indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan yang menggunakan metode *scoring* 1 sampai 5 dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan keterangan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skala Likert

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

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ialah definisi operasional variabel dan indikator dalam penelitian:

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kualitas layanan	Menurut kotler dan keller (2009) kualitas layanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produksi atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan waktu pelayanan 2. Tidak terjadi kesalahan dalam proses pelayanan 3. Keramahan dan kesopanan dalam memberikan pelayanan 4. Kemudahan konsumen dalam mendapatkan pelayanan

No	Variabel	Definisi	Indikator
		yang tersirat.	5. Kenyamanan saat mendapatkan pelayanan 6. Atribut pendukung pelayanan seperti ruangan dan fasilitas memadai Tjiptono (2008)
2	Persepsi harga	Menurut Malik dan Yaqoob (2012) persepsi harga adalah sebuah proses dimana pelanggan menafsirkan nilai harga dan atribut ke barang atau pelayanan yang diinginkan.	1. Keterjangkauan harga bagi konsumen 2. Kesesuaian harga dengan kualitas yang didapatkan 3. Kesesuaian harga dengan manfaat Kotler & Armstrong (2009)
3	Kelengkapan produk	Menurut Utami (2010) kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut di setiap toko	1. Keragaman produk yang dijual 2. Variasi ukuran produk yang dijual 3. Ketersediaan produk yang dijual 4. Macam merk yang tersedia Gilbert (2003)
4	Kepuasan konsumen	Definisi kepuasan menurut Kothler dan Kelller (2013) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara produk diterima dengan	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali atau berlangganan 3. Kesiapan merekomendasikan Tjiptono (2008)

No	Variabel	Definisi	Indikator
		yang diharapkan. Jika kinerja jauh dari yang diharapkan maka pelanggan menjadi tidak puas. jika sesuai harapan pelanggan menjadi puas dan jika kinerja yang diharapkan melebihi yang diharapkan maka pelanggan sangat puas atau senang.	
5	Keputusan pembelian ulang	Pembelian ulang merupakan pembelian yang pernah dilakukan oleh pembelian terhadap suatu produk yang sma dan akan membeli lagi untuk kedua atau ketiga kalinya Swasta dan Irawan (2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan seseorang untuk membeli kembali produk 2. Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan kepada orang lain 3. Enggan untuk berpindah Blackwell (2001)

F. Uji Kualitas Instrumen

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sitesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

a. Uji Validitas

Dalam Ghozali (2017) bahwa *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) atau analisis faktor didesain untuk menguji multidimensional dari suatu konstruk teoritis, dan sering disebut menguji validitas serta indikator pertanyaan dapat dikatakan valid apabila nilai *loading factor* $>0,5$ yang diambil dari *standardized regression weights*.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa *reliability* (keandalan) suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias, serta indikator pertanyaan dikatakan dapat diterima jika nilai cronbach's alpha $>0,6$ uji reliabilitas dapat dilakukan dengan *software* SPSS.

G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui program AMOS. Menurut Ghozali (2017) Teknik analisis data menggunakan tahapan pemodelan persamaan struktural yang dibagi menjadi 7 langkah, yaitu:

1. Pengembangan model secara teoritis

Pengembangan model dalam SEM, adalah pencarian atau pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat. Dengan perkataan lain, tanpa dasar teoritis yang kuat, SEM tidak dapat digunakan. Hal ini disebabkan karena SEM

tidak digunakan untuk menghasilkan sebuah model, melainkan digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik.

2. Menyusun diagram jalur (*path diagram*)

Dalam menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen dan menyusun *measurement model* yaitu menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel indikator manifest. Ketika *measurement model* telah terspesifikasi, maka peneliti harus menentukan reliabilitas dari indikator. Reliabilitas indikator dapat dilakukan dua cara diestimasi secara empiris atau dispesifikasi.

3. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural

Langkah selanjutnya mengkonversi spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan. Persamaan yang dibangun akan terdiri dari persamaan struktural (*structural equations*) dan persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*). Persamaan struktural dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk. Sedangkan dalam persamaan spesifikasi model pengukuran ditentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan matrik yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk.

4. Input matriks dan estimasi Model

SEM hanya menggunakan matrik varian/kovarian atau matrik korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukan. Matrik korelasi mempunyai rentang yang sudah umum dan tertentu yaitu 0 sampai dengan ± 1 dan karena itu memungkinkan untuk melakukan perbandingan yang langsung antara koefisien dalam model. Matrik kovarian umumnya lebih banyak digunakan dalam penelitian mengenai hubungan, sebab standard error yang dilaporkan dari berbagai penelitian umumnya menunjukkan angka yang kurang akurat bila matrik korelasi digunakan sebagai input. Pada penelitian ini pengolahan dilakukan dengan bantuan program komputer yaitu AMOS dengan teknik analisis yang dipilih adalah *Maximum Likelihood Estimation*.

5. Menilai identifikasi model

Selama proses estimasi berlangsung sering terjadi estimasi yang tidak logis atau *meaningless* hal ini berkaitan dengan masalah model struktural. Identifikasi masalah adalah ketidakmampuan proporsi model untuk menghasilkan *unique estimate*. Untuk mengatasi identifikasi masalah maka dapat dilakukan dengan menetapkan lebih banyak konstrain dalam model.

6. Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit*

Menilai kelayakan model adalah menilai apakah data yang di olah memenuhi asumsi model struktural, melihat ada tidaknya

offending estimate dan menilai *overall* model fit dengan berbagai kriteria yang ada. Berikut ini merupakan kriteria pengujian ketepatan model menggunakan *Goones-of-Fit*

a) RMSEA

RMSEA kepanjangan dari *root mean square error of approximation* yang merupakan ukuran untuk mencoba memperbaiki kecenderungan statistik *chi-square* dimana menolak model dengan sampel yang besar. Menurut Ghozali (2011) nilai RMSEA yang direkomendasikan untuk dapat diterima antara 0.05 sampai 0.08.

b) GFI

GFI kepanjangan dari *goodness of fit index* yang merupakan ukuran non-statistik. Menurut Ghozali (2017) nilai GFI yang di rekomendasikan adalah nilai yang tinggi dengan batasan minimal 90% atau 0.90.

c) AGFI

AGFI kepanjangan dari *goodness-of-fit*, AGFI merupakan pengembangan dari GFI yang kemudian disesuaikan dengan *ratio degree of freedom* untuk *proposed model* dan *degree of freedom* untuk *null model*. Menurut Ghozali (2017) menyatakan bahwa nilai yang direkomendasikan > 0.90 .

d) CMIN/DF

CMIN/DF adalah nilai *chi-square* dibagi dengan *degree of freedom* untuk nilai ukuran *fit* yang dapat diterima yaitu <2 menurut dari Ghozali (2017)

e) TLI

TLI adalah kepanjangan dari *tucker-lewis-index* atau yang biasa kenal dengan *non normed fit index* (NNFI) , ukuran ini menggabungkan *parsimony* kedalam indeks komparasi *proposed model* dan *null model*. Menurut Ghozali (2017) merekomendasikan nilai TLI adalah >0.90

f) CFI

CFI adalah kepanjangan dari *comparative fit index*, ukuran ini digunakan untuk mengukur tingkat *fit* suatu model dengan tidak terpengaruh besaran sampel dan nilai yang direkomendasikan sehingga model dikatakan *fit* adalah >0.95 menurut Ghozali (2017).

7. Modifikasi dan interpretasi terhadap model

Langkah terakhir adalah menginterpretasikan model dan memodifikasikan model bagi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Namun harus diperhatikan, bahwa segala modifikasi (walaupun sangat sedikit) harus berdasarkan teori yang mendukung.