

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2017) objek penelitian merupakan suatu penelitian seseorang, objek atau kegiatan yang mempunyai identitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Adapun objek dalam penelitian ini adalah J.CO Artoz Mall Kota Magelang.

Menurut Sekaran & Bougie (2017) subjek merupakan suatu dari bagian atau anggota dalam sampel, sebagaimana elemen adalah satu dari bagian atau anggota dari populasi. adapun subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan J.CO Artoz Mall Kota Magelang.

Menurut Sekaran & Bougie, 2017 Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang ingin peneliti investigasi. Populasi adalah suatu subjek atau penelitian yang memiliki karakteristik yang sama untuk diteliti sesuai penelitian yang peneliti lakukan. Populasi peneliti mencakup pelanggan yang pernah membeli di J.CO Magelang.

Dalam penelitian ini, sampel yang terpilih adalah pelanggan J.CO Artoz Mall Kota Magelang yang memiliki kriteria tertentu yang mendukung penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sekaran (2017), sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi dengan kata lain, beberapa, namun tidak, semua elemen populasi membentuk sampel.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer bersumber dari jawaban kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu pelanggan J.CO mengenai Ekuitas Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan. Menurut Sekaran & Bougie (2017) menyatakan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumber data dengan cara melalui berbicara dengan mereka, mengamati, peristiwa, orang dan objek atau dengan menyebarkan kuesioner kepada orang-orang.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari tangan pertama terkait dengan variabel tertentu. Untuk memperoleh data primer, peneliti wajib mengumpulkan secara langsung. Cara yang bisa digunakan peneliti untuk mencari data primer yaitu observasi, wawancara, serta penyebaran kuesioner (Sekaran & Bougie, 2017)

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat kuantitatif, yang sebagaimana telah dijelaskan oleh Sugiyono (2018) bahwa metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasari oleh suatu peristiwa yang benar-benar terjadi, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, menurut Sekaran & Bougie (2017) *non-probability* sampling yaitu salah satu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang

sama bagi setiap orang, atau anggota populasi untuk dapat dipilih sebagai sampel penelitian. Sedangkan metode yang digunakan adalah *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam pengambilan sampel ada kriteria yang harus dipenuhi. Kriteria tersebut sebagai berikut.

Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Bertempat tinggal di Kota Magelang.
- b. Responden yang telah berumur 17 tahun keatas yang pernah mengunjungi kafe J.CO Artoz Mall Kota Magelang.
- c. Responden merupakan pelanggan yang pernah membeli produk minuman 2 kali.

Dalam penelitian ini, sampel yang terpilih adalah pelanggan J.CO Artoz Mall Kota Magelang yang memiliki kriteria tertentu yang mendukung penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sekaran & Bougie (2017), sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi dengan kata lain, beberapa, namun tidak, semua elemen populasi membentuk sampel.

Sampel merupakan contoh atau himpunan bagian (subjek) dari suatu populasi yang dianggap mewakili populasi tersebut sehingga informasi apa pun yang dihasilkan oleh sampel ini bisa dianggap mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini akan diambil sampel kurang lebih 100 orang pelanggan yang pernah mendapat pelayanan atau berbelanja di J.CO Artoz Mall Kota Magelang.

Penelitian ini mengacu dalam teori Hair. *et.,al.* yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang ideal dan representatif tergantung pada jumlah item pernyataan pada indikator penelitian dikalikan 5-10. Dalam penelitian ini jumlah indikator terdapat 16 item, sehingga menurut teori Hair. *et.,al.* $7 \times 16 = 112$. Sampel yang dibutuhkan dan dapat mewakili dalam penelitian ini yaitu sebanyak 112 responden.

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 7 \times \text{indikator variabel} \\ &= 7 \times 16 \text{ indikator variabel} \\ &= 112 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Jumlah sampel disarankan 112 responden atau lebih bagi kebanyakan situasi penelitian. Sehingga besarnya sampel dalam penelitian ini adalah 112 responden agar lebih memudahkan pengumpulan data penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Menurut Sugiono (2018) kuesioner adalah teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden dan kemudian dapat diberikan secara langsung atau melalui media internet. Dalam penelitian ini peneliti membagikan kuesioner berbentuk *online* yang kemudian disebarikan kepada responden melalui Google Form. Pembagian kuesioner bertujuan untuk mengetahui

jawaban responden (penelitian) atas pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang disebarakan.

Pengukuran variabel (instrumen penelitian) dalam penelitian ini , yaitu mengukur variabel ekuitas merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, kemudian skalayang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert yang menggunakan metode *scoring*. Menurut Sugiono (2018) menjelaskan bahwa Skala Likert digunakan dalam sebuah penelitian adalah untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menurut Sekaran (2017) Skala Likert didesain untuk mengetahui seberapa kuat subjek setuju atau tidak terhadap pertanyaan atau pernyataan yang dibuat oleh peneliti. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Kemudian variabel penelitian dijadikan sebagai tolak ukur penelitian dalam membuat pertanyaan atau pernyataan dengan 5 point untuk setiap jawaban, dimulai dari jawaban sangat tidak setuju dengan skor (1) hingga jawaban sangat setuju dengan skor (5).

Tabel 3.1 Sekala Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat tidak setuju
2	Tidak setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat setuju

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Sekaran & Bougie (2017) menyimpulkan bahwa variabel merupakan salah satu yang dapat membedakan atau membawa variasi pada suatu nilai. Mengoperasikan suatu variabel dilakukan dengan melihat dimensi aspek, perilaku, atau sifat yang ditunjukkan. Penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel, yaitu variabel eksogen, variabel endogen, dan variabel mediasi.

1. Variabel Eksogen (Bebas)

Menurut Sekaran & Bougie (2017) variabel eksogen atau dapat disebut variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel endogen atau variabel terkait. dapat berpengaruh secara positif dan negatif jika dalam penelitian terdapat variabel eksogen pasti terdapat variabel endogennya.

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel eksogen, yaitu :

Tabel 3.2 Indikator Variabel Eksogen

Variabel	Definisi	Indikator
Ekuitas merek (X1)	Pemikiran pelanggan tentang merek dari suatu produk tertentu dan nilai ekonomisnya yang dapat memberikan nilai tambah bagi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (Kotler & Keller, 2012)	1. Kesadaran merek 2. Asosiasi merek 3. Persepsi kualitas 4. Loyalitas merek Sumber: Kotler (2009)

2. Variabel Endogen (Terkait)

Menurut Sekaran & Bougie (2017) variabel endogen atau bisa disebut variabel terkait merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Dikarenakan variabel endogen merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini terdapat dua variabel endogen, yaitu :

Tabel 3.3 Indikator Variabel Endogen

Variabel	Definisi	Indikator
Kepuasan pelanggan (Y1)	Suatu perasaan pelanggan terhadap rasa senang atau kecewanya yang dihasilkan dari membandingkan produk atau jasa yang dirasakan pelanggan dengan apa yang pelanggan inginkan (Kotler & Keller, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian layanan 2. Ekspektasi pasca pembelian 3. Kesesuaian tarif yang dibayarkan 4. Kepuasan layanan 5. Diskonfirmasi 6. Kepuasan informasi 7. Kualitas produk 8. Memberikan kesan menyenangkan 9. Kepuasan fasilitas Sumber: Peter & Olson (2014)
Loyalitas pelanggan (Y2)	Loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang dapat dikatakan setia atau loyal dikarenakan pelanggan menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau keadaan dimana pelanggan melakukan pembelian minimal dua pada waktu tertentu (Griffin 2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang (<i>Repeat Purchase</i>) 2. Daya tahan terhadap pesaing (<i>Retention</i>) 3. Ketahanan (<i>Durability</i>) Sumber: Griffin (2010)

F. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Sebuah instrumen yang baik harus memenuhi validitas internal dan eksternal. Validitas internal terpenuhi apabila kriteria yang ada dalam instrumen tersebut secara rasional (teoritis) telah mencerminkan apa yang diukur. Validitas eksternal terpenuhi jika kriteria dalam instrumen tersebut disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Dengan kata lain, validitas internal dikembangkan berdasarkan menurut teori yang relevan, sedangkan validitas eksternal disusun berdasarkan dari fakta empiris (Sugiyono, 2015).

Pengujian validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *construct validity* dengan menghitung korelasi antara masing-masing alat ukur dengan total variabel. Item instrumen dikatakan valid jika angka hasil uji validitasnya dibawah angka signifikansi $< 0,05$ (Rahmawati dkk., 2017).

2. Uji Reliabilitas

Sekaran & Bougie (2017) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah uji tentang pengukuran sejauh mana pengukuran tersebut tanpa kesalahan dan karena itu untuk menjamin konsistensi pengukuran disepanjang waktu serta diberbagai poin pada instrumen tersebut. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini berdasarkan rumus *Construct Reliability (CR)*. Menurut Ghozali (2017) indikator dari variabel dikatakan reliabel jika nilai *Construct Reliability (CR)* $> 0,7$.

G. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Data kuantitatif dari jawaban pertanyaan tertutup dari kuesioner dijabarkan menggunakan prinsip statistik deskriptif. Karakteristik responden disajikan dalam bentuk tabel frekuensi, dan jawaban responden atas seluruh variabel disajikan dalam bentuk nilai rata-rata.

Deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini akan disajikan sebagai berikut:

- a. Bertempat tinggal di Kota Magelang.
- b. Responden yang telah berumur 17 tahun ke atas yang pernah mengunjungi kafe J.CO Artoz Mall Kota Magelang.
- c. Responden merupakan pelanggan yang pernah membeli produk minuman 2 kali.

2. Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

a. Teknik Analisis

Ghozali (2017) menyatakan bahwa *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor (*Faktor Analysis*) yang dikembangkan dalam ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*Simultaneous Equation Modeling*) yang dikembangkan di Ekonometrika. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dioperasikan dengan program AMOS.

Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan SEM, alasannya

- 1) Penelitian ingin menguji hubungan yang bersifat dependen/ketergantungan satu variabel terhadap variabel lain yang diteliti (*dependence technique*)
- 2) Masing-masing variabel yang diteliti bersifat tidak dapat diukur secara langsung (*unobservable/latent variabel*), untuk mengujinya dibutuhkan ukuran atau indikator yang bersifat dapat diukur (*observable variable*)
- 3) Hubungan yang diteliti merupakan hubungan berganda (*multiple relationship*) yang melibatkan lebih dari satu variabel dependent dan lebih.

Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menurut Ghazali (2017), yaitu sebagai berikut:

- 1) Langkah 1: Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Pengembangan model yang terdiri dari beberapa variabel eksogen (*independen*), variabel endogen (*dependen*) dan variabel yang bersifat *moderating* dan *intervening* yang diukur dengan menggunakan indikator untuk menguji hubungan kausal antar variabel. Hubungan kausal adalah hubungan keterkaitan atau ketergantungan dari dua konsep, gagasan, ide atau permasalahan.

Hubungan kausal terjadi apabila perubahan nilai didalam suatu variabel akan menghasilkan perubahan dalam variabel lain.

2) Langkah 2: Menyusun Diagram Jalur

Dalam tahap ini dilakukan penyusunan model struktural yaitu menghubungkan antar variabel dan indikator yang telah dibangun dan divisualisasikan ke dalam gambar model penelitian.

3) Langkah 3: Konversi Diagram Jalur Kedalam Model Struktural

Mengkonversikan diagram jalur yang telah dibuat kedalam model struktural.

4) Langkah 4: Memilih Matriks Input

Jenis matriks input yang dimasukkan adalah data input berupa matriks varian atau kovarian atau matriks korelasi.

5) Langkah 5: Memilih Identifikasi Model

Selama 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 estimasi. Adapun cara mengetahui problem error yang besar untuk satu atau lebih koefisien, nilai estimasi yang tidak mungkin (contoh: error variance yang negative) dan adanya nilai korelasi yang tinggi antar koefisien estimasi.

6) Langkah 6: Menilai Kriteria *Goodnes of Fit*

Asumsi dalam SEM, yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang juga berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis. Uji ini ada 3 ukuran, yaitu yang bersifat absolut (*Absolut Fit Measure*), Komperatif (*Incremental Fit Measure*).

Tabel 3.4
Indeks Pengujian Kelayakan Model dalam *Structural Equation Modeling* (SEM)

<i>Goodnes of fit indices</i>	Keterangan	<i>Cut of Value</i>
<i>X²-Chi-Square</i>	<i>Likelihood ratio chi-square</i> merupakan ukuran fundamental dari overall fit, menguji apakah ada perbedaan yang signifikan antara matriks kovarian/matriks korelasi yang diprediksi dengan yang senyatanya. Semakin kecil nilai <i>chi-square</i> menghasilkan probabilitas (p) yang lebih besar pada tingkat signifikasi (α), dan ini menunjukkan bahwa input matriks kovarian/korelasi antara yang diprediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan. Nilai ini sensitif terhadap jumlah sampel.	Diharapkan kecil (tidak signifikan)
Probability		$\geq 0,05$
CMIN/DF	Nilai <i>chi-square</i> dibagi dengan <i>degree of freedom</i>	$\leq 2,00$
GFI	<i>Goodnes of fit index</i> : ukuran non statistic yang berkisar antara 0,00 (<i>poor fit</i>)-1,00 (<i>perfect fit</i>).	$\geq 0,90$
RMSEA	<i>Root mean square error of approximation</i> : ukuran yang memperbaiki kecenderungan statistic <i>chi-square</i> yang menolak model dalam jumlah sampel besar.	$\leq 0,08$

<i>Goodnes of fit indices</i>	Keterangan	<i>Cut of Value</i>
AGFI	<i>Adjusted goodness of fit index</i> : pengembangan dan GFI yang disesuaikan dengan rasio <i>degree of freedom</i> untuk model yang diusulkan dan <i>null model</i> .	$\geq 0,90$
TLI	<i>Tucker Lewis Index</i> : ukuran yang menggabungkan ukuran <i>parsimony</i> ke dalam indeks komparasi antara model yang diusulkan dengan <i>null model</i> .	$\geq 0,95$ (untuk sampel <250 & <i>observed variable</i> 12-30)
CFI	<i>Comparative Fit Index</i> : disebut juga <i>nonnormed fit index</i> (NNFI), uji kelayakan model yang sensitif terhadap besarnya sampel dan kerumetan model.	$\geq 0,95$ (untuk sampel <250 & <i>observed variable</i> 12-30)

Sumber: Ghozali (2017)

7) Langkah 7: Interpretasi dan Modifikasi Penelitian

Model diinterpretasikan dan dimodifikasi hasil estimasi residual kovarians kecil atau mendekati nol. Bila estimasi yang dihasilkan memiliki residual yang besar, dapat dilakukan modifikasi terhadap model yang dikembangkan.

b. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antara dua variabel yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu dan merupakan anggapan sementara yang perlu diuji benar atau tidak benar tentang dugaan dalam suatu penelitian serta memiliki manfaat bagi proses penelitian agar efektif dan efisien. Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu

hal yang dibuat untuk menelaskan hal tersebut dan dituntut untuk melakukan pengecekannya. Jika asumsi atau dugaan tersebut dikhususkan mengenai populasi, umumnya mengenai nilai-nilai parameter populasi, maka hipotesis itu disebut dengan hipotesis statistik.

Menurut Ghazali (2017), hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Uji Hipotesis pada penelitian ini menggunakan *regression weights*, kriteria untuk pengujian hipotesis merujuk pada Ghazali (2017) yang berpendapat bahwa jika nilai *critical ratio* (CR) $>1,96$ dan *p-value* dengan perbandingan taraf signifikan ($\alpha=5\%$) atau $<0,05$ maka variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen, tetapi jika CR $<1,96$ dan *p-value* $>0,05$ maka variabel eksogen tidak berpengaruh terhadap variabel endogen, CR dengan (***) tiga bintang berarti bernilai sangat rendah yaitu $<0,001$.

Pengujian mediasi dilihat dari nilai pengaruh langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect*). Ketika nilai pengaruh langsung (*direct*) lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung (*indirect*) maka dapat

dikatakan memenuhi kriteria pengaruh hubungan mediasi (Ghozali, 2017).

