

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah beberapa pusat kebugaran yang ada di wilayah Yogyakarta. Subjek penelitian yang akan diteliti adalah para anggota pusat kebugaran yang setidaknya telah menjadi anggota minimal selama 1 bulan.

B. Jenis Data

Data yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan satu jenis data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya oleh peneliti untuk menyatakan masalah risetnya secara khusus (Umar, 2005). Pada penelitian ini, pengumpulan dan pengolahan data menggunakan metode angket atau kuesioner.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, penarikan *sampling* ini lebih mengutamakan unit-unit populasi yang dianggap sebagai kunci yang berhubungan pada tujuan penelitian (Bungin, 2009). Sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang telah terdaftar menjadi anggota pusat kebugaran yang berlatih minimal 1 bulan. Dengan

rumusan teori yang dinyatakan oleh Sarwono (2011), bahwa untuk memperoleh hasil *path analysis* yang maksimal, sebaiknya digunakan sampel di atas 100.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2005).

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel bebas, terdiri dari nilai hedonis dan nilai utilitarian
2. Variabel mediasi (*intervening*) berupa kepuasan konsumen
3. Variabel dependen berupa niat perilaku

Berikut definisi operasinoalnya:

1. Nilai hedonis

Definisi nilai hedonis pada penelitian ini mengacu pada pendapat Batra dan Ahtola (1991) yang menyebutkan bahwa nilai hedonis merupakan keseluruhan evaluasi seorang konsumen yang dilandasi pada pemenuhan kesenangan. Untuk mengukur nilai hedonis mengacu pada pendapat Holbrook (1982) yang menyebutkan bahwa untuk mengukur

tingkat hedonis seorang konsumen dapat diketahui dari: *Emotion, Multisensory, Fantasy, The thrill of the hunt.*

a. Emosi

Luapan perasaan saat seseorang merasakan sesuatu seperti rasa senang, takut, atau sedih.

- 1) Berlatih di pusat kebugaran ini menyenangkan bagi saya
- 2) Bagi saya olahraga di pusat kebugaran lebih menyenangkan dibandingkan olahraga lain
- 3) Saya khawatir jika tidak berlatih maka tubuh saya menjadi tidak bugar

b. Panca Indra

merupakan sekumpulan dari panca indra manusia

- 1) Saya berlatih di pusat kebugaran karena didasari oleh hobi
- 2) Saya berlatih di pusat kebugaran karena banyak teman saya juga berlatih di sana
- 3) Saya berlatih di pusat kebugaran untuk menambah hubungan relasi dengan pelanggan lain

c. Fantasi

Hal yang berhubungan dengan khayalan atau dengan sesuatu yang tidak benar-benar ada dan hanya ada dalam benak atau pikiran saja

- 1) Saya ingin terlihat menarik seperti seseorang yang saya idamkan
- 2) Saya berlatih di pusat kebugaran agar bisa membentuk tubuh yang ideal

3) Bagi saya olahraga di pusat kebugaran lebih berkelas dari pada olahraga lain

d. *The thrill the Hunt* (Sensasi)

Seseorang dapat merasakan perasaan senang yang meluap saat dirinya sedang mencari produk yang dianggap berharga

- 1) Saya rela menghabiskan waktu saya di pusat kebugaran untuk mendapatkan tubuh yang ideal
- 2) Bagi saya berlatih di pusat kebugaran adalah gaya hidup
- 3) Saya berlatih di pusat kebugaran karena olahraga ini adalah hal baru bagi saya

2. Nilai utilitarian

Definisi nilai utilitarian pada penelitian ini mengacu pada pendapat Jones et al. (2006) yaitu pemilihan produk secara efisien berdasar pada alasan yang rasional. Indikatornya adalah:

a. Penghematan Biaya

Penghematan biaya menjadi faktor yang penting untuk melakukan pembelian kembali, dimana anggota akan mencari harga paling murah dengan kualitas yang sama.

Penghematan biaya dapat diukur dengan tiga pernyataan:

- 1) Bagi saya berlatih di pusat kebugaran tidak perlu dengan menghabiskan banyak uang
- 2) Manfaat yang didapat dari berlatih di pusat kebugaran ini melebihi dari uang yang saya keluarkan
- 3) Bagi saya berlatih di pusat kebugaran mendapatkan harga yang lebih murah dari bidang olahraga lain

b. Memaksimalkan Utilitas

Dengan memaksimalkan nilai utilitas, konsumen utilitarian akan lebih puas dengan menentukan produk apa yang di konsumsi. Hal ini dilakukan dengan cara menyeleksi produk-produk yang mmberikan keuntungan paling tinggi.

Memaksimalkan Utilitas dapat diukur

- 1) Saya berlatih di pusat kebugaran untuk mendapat manfaat yang berguna bagi kesehatan saya
- 2) Saya berlatih di pusat kebugaran karena didasari oleh adanya kebutuhan akan kesehatan
- 3) Bagi saya berlatih di pusat kebugaran merupakan pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatan

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah suatu perasaan senang atau kecewa yang timbul ketika seseorang membandingkan kinerja yang dihasilkan dari sebuah produk dengan harapan yang diinginkannya. Dalam penelitian ini, kinerja

produk yang dimaksud adalah hasil yang didapat selama konsumen tersebut berlatih di pusat kebugaran. Menurut Geykens et al. (1999) dalam Syamsiah (2009), kepuasan dapat diukur dengan pernyataan:

- a. Saya merasa senang dengan layanan yang diberikan pusat kebugaran ini sesuai dengan harapan saya
- b. Saya merasa puas terhadap pusat kebugaran ini yang memberikan pelayanan dengan baik dan menunjukkan perkembangan yang baik terhadap kesehatan fisik saya
- c. Saya merasa puas terhadap sistem pelayanan pusat kebugaran ini yang tidak berbelit-belit (cepat)
- d. Saya merasa harga tempat kebugaran ini sesuai dengan manfaat yang saya peroleh
- e. Secara keseluruhan, saya puas terhadap pusat kebugaran ini

4. Niat perilaku

Niat perilaku merupakan indikasi dari bagaimana seseorang berusaha keras untuk mencoba dan seberapa besar usaha yang akan digunakan, dengan tujuan untuk memperlihatkan perilakunya sebagai konsumen. *Behavioral intention* itu sendiri dipengaruhi oleh tiga komponen, yaitu sikap konsumen terhadap perilaku yang mereka perhatikan, adanya tekanan sosial yang diterima, dan kontrol atas perilaku yang diterima. Indikator niat berperilaku menurut Zeithaml et al. (1996).

- a. *Loyalty* (Loyalitas)

komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang

- 1) Saya akan melakukan perpanjangan member
- 2) Saya merasa puas dan tidak beralih ke tempat pusat kebugaran lain
- 3) Saya akan tetap menjadi anggota disini karena pusat kebugaran ini memuaskan bagi saya

b. *Switch* (Beralih)

Perilaku konsumen yang memutuskan mengurangi frekuensi pembelian atau menghentikan kerjasama bisnis dengan sebuah perusahaan karena suatu alasan

- 1) Saya akan berpindah ke tempat pusat kebugaran untuk mendapat pengalaman baru

c. *Pay more* (Membayar Lebih)

- 1) Saya akan tetap berlatih di pusat kebugaran ini meskipun mengalami kenaikan harga
- 2) Saya bersedia membayar lebih mahal di pusat kebugaran ini meskipun memiliki kualitas yang sama dengan pusat kebugaran lain yang lebih murah
- 3) Saya bersedia membayar lebih mahal di pusat kebugaran ini demi memenuhi gaya hidup saya

F. Uji Kualitas Instrumen Dan Data

1. Uji Validitas

Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur dan bukan mengukur yang lain. Dalam penelitian pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji validitas untuk validitas konstruk (*construct validity*). Dikatakan valid jika signifikan $< 0,05$ atau $< 5\%$ (Sugiyono, 2012).

2. Uji Reliabilitas (Keandalan)

Reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauhmana stabilitas dan konsistensi dari alat pengukur yang digunakan, sehingga memberikan hasil yang relatif konsisten jika pengukuran tersebut diulangi. Pengukuran reliabilitas didasarkan pada indeks numerik yang disebut koefisien. Dalam penelitian pengujian kualitas data yang sering dilakukan adalah uji reliabilitas untuk reliabilitas konsistensi internal. Dikatakan reliabilitas jika nilai cronbach alpha $> 0,7$ (Ghozali, 2011).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali,2011). Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik non parametrik *kolmogrov-smirnov* (K-S) (Ghozali,2011). Data dinyatakan normal apabila nilai signifikan (Sig.) lebih dari 5% (Ghozali,2011).

G. Uji Hipotesis Dan Analisis Data

1. Analisis data

Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasinya yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang dipilih untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini digunakan analisis kuantitatif. Persepsi responden merupakan data kualitatif yang akan diukur dengan suatu skala sehingga hasilnya berbentuk angka. Selanjutnya angka atau skor tersebut diolah dengan metode statistik. Pengukuran metode ini adalah untuk mempermudah proses analisis data.

Peneliti menggunakan analisis SEM yang diterapkan didalam penelitian ini, yang mengacu pada struktur seperti yang dikemukakan oleh Ken Kwong-Kay Wong (2013), tahap-tahapnya adalah:

- a. Dilakukan tahap evaluasi reliability yang terbagi menjadi dua tahap, yaitu evaluasi *indicator reliability*, dan evaluasi *internal consistency reliability*. Evaluasi reliability ini dilakukan untuk melihat apakah data yang digunakan didalam penelitian ini konsisten atau tidak, karena hal ini dapat berpengaruh besar terhadap output data yang akan diuji selanjutnya.

- b. Kemudian dilakukan evaluasi validitas data dengan menggunakan *convergent validity dan discriminant validity*, dimana evaluasi ini bertujuan untuk melihat apakah variabel yang digunakan didalam penelitian ini akurat dalam melakukan pengolahan data.
- c. Dilakukan uji *path coefficient dan coefficient of determination*.
- d. Digunakan metode *bootstrapping* untuk mencari nilai t-statistics yang penggunaannya adalah untuk pengujian hipotesis.

Menurut Hair et al. (1995), ada tujuh langkah yang harus dilakukan apabila menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* yaitu:

- a. Pengembangan model berbasis teori.

Langkah pertama dalam pengembangan model SEM adalah pencarian atau pengembangan model yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat. Seorang peneliti harus melakukan serangkaian telaah pustaka yang intens guna mendapatkan justifikasi atas model teoritis yang dikembangkannya.

- b. Pengembangan diagram alur (*Path diagram*) untuk menunjukkan hubungan kausalitas.

Path diagram akan mempermudah peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Peneliti biasanya bekerja dengan “*construct*” atau “*factor*” yaitu konsep-konsep yang memiliki pijakan teoritis yang cukup untuk menjelaskan berbagai bentuk hubungan. Konstruksi-konstruksi yang dibangun dalam diagram alur dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu konstruk

eksogen dan konstruk endogen. Konstruk eksogen dikenal sebagai “*source variables*” atau “*independent variables*” yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruk endogen adalah faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

- c. Konversi diagram alur ke dalam serangkaian persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran.

Setelah teori / model teoritis dikembangkan dan digambarkan dalam sebuah diagram alur, peneliti dapat mulai mengkonversi spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan. Persamaan yang akan dibangun terdiri dari:

- 1) Persamaan-persamaan struktural yang dibangun atas pedoman sebagai berikut:

$\text{Variabel} = \text{variabel eksogen} \# \text{Variabel Endogen} \# \text{Error}$
--

- 2) Persamaan spesifikasi model pengukuran yaitu menentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesakan antar konstruk atau variabel. Komponen-komponen ukuran mengidentifikasi *latent variables*, dan komponen-komponen structural untuk mengevaluasi hipotesis hubungan kausal, antara *latent variables* pada model kausal dan menunjukkan sebuah

pengujian seluruh hipotesis dari model sebagai satu keseluruhan.

- d. Pemilihan matrik input dan teknik estimasi atas model yang dibangun.

SEM hanya menggunakan matrik Varians/Kovarians atau matriks korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukannya. Hair et al.(1996) menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100 – 200. Sedangkan untuk ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 estimasi parameter. Bila estimated parameternya berjumlah 20, maka jumlah sampel minimum adalah 100.

- e. Menilai problem identifikasi

Problem identifikasi pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Bila setiap kali estimasi dilakukan muncul problem identifikasi, maka sebaiknya model dipertimbangkan ulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.

- f. Evaluasi kriteria *Goodness-of-fit*

Kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness-of-fit*. Tindakan pertama adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM yaitu ukuran sampel, normalitas dan linearitas,

outliers dan *multicolinearity* dan *singularity*. Setelah itu melakukan uji kesesuaian dan uji statistik. Beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off value* yang digunakan untuk menguji apakah sebuah model diterima atau ditolak yaitu:

1) χ^2 – *Chi-square statistic*

Model yang diuji dipandang baik atau memuaskan apabila nilai *chisquare*nya rendah. Semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p > 0.05$ atau $p > 0.10$ (Hulland et al, 1996).

2) RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)

Merupakan sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *chi-square statistic* dalam sampel yang besar (Baumgarther & Homburg, 1996). Nilai RMSEA menunjukkan nilai *goodness-of-fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair et al, 1995). Nilai RMSEA yang kecil atau sama dengan 0.08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model tersebut berdasarkan *degrees of freedom* (Browne & Cudeck, 1993).

3) GFI (*Goodness of Fit Index*)

Merupakan ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect fit*). Nilai

yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “*better fit*”.

4) AGFI (*Adjusted Godness Fit Index*)

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0.90 (Hair et al., 1996 ; Hulland et al., 1996).

5) CMIN/DF

Adalah *The minimum sample discrepancy function* yang dibagi dengan *degree of freedomnya*. CMIN/DF merupakan statistik *chi-square*, χ^2 dibagi Dfnya sehingga disebut χ^2 – relatif. Nilai χ^2 – relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data (Arbuckle, 1997).

6) TLI (*Tucker Lewis Index*)

Merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline model*, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan diterimanya sebuah model adalah ≥ 0.95 (Hair et al, 1995) dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit* (Arbuckle, 1997)

7) CFI (*Comparative Fit Index*)

Rentang nilai sebesar 0-1, dimana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi – *a very good fit* (Arbuckle, 1997).

g. Interpretasi dan Modifikasi model.

Setelah model diestimasi, residualnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarians residual harus bersifat simetrik (Tabachnik dan Fidell, 1997). Model yang baik mempunyai *Standardized Residual Variance* yang kecil. Angka 2.58 merupakan batas nilai *standardized residual* yang diperkenankan, yang diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat 5% dan menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk sepasang indikator.