

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi

Lokasi penelitian adalah pada gerai Matahari Department Store yang terletak di Malioboro Mall, Galeria Mall dan Jogja City Mall (JCM). Data dikumpulkan dari responden yang pernah berbelanja di gerai Matahari tersebut.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang peneliti ingin menyelidiki (Sekaran & Bougie, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Matahari Department Store yang terletak di Malioboro Mall, Galeria Mall dan Jogja City Mall (JCM).

Mengingat jumlah populasi yang jumlahnya besar dan tidak diketahui secara pasti besarnya maka metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability*, dimana setiap anggota tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan dalam sampel. Teknik yang digunakan adalah *convenience sampling* merupakan pengumpulan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikannya (Sekaran & Bougie, 2013).

Menurut Hair *et al* (1992) ukuran sampel yang terlalu besar misal lebih dari 400 maka metode menjadi sangat sensitif sehingga sulit untuk mendapatkan *goodness-of-fit* yang baik, sehingga direkomendasikan ukuran

sampel yang ideal untuk analisis SEM berkisar antara 100 – 200 (Hair, 1992). Menurut Ferdinand (2006) ukuran sampel tergantung jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah sampel adalah dikali 5 sampai 10. Karena dalam penelitian ini menggunakan 20 indikator, sehingga untuk penelitian ini peneliti akan mengambil jumlah sampel 200 responden.

3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan metode kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dimana penulis mengajukan daftar pertanyaan dan pernyataan yang diberikan kepada responden secara langsung.

Pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan di penelitian bersifat tertutup, artinya alternatif jawaban sudah disediakan. Responden tinggal memilih 1 dari 5 pilihan terhadap pernyataan yang diajukan. Penilaian jawaban responden menggunakan skala *Likert 5 point*, yang memperlihatkan tingkat kesepakatan atau ketidaksepakatan responden terhadap pernyataan yang diajukan ke dalam skala 1 (sangat tidak setuju) sampai skala 5 (sangat setuju). Adapun kategori dari penilaian skala Likert adalah sebagai berikut :

Sangat Setuju	: 5
Setuju	: 4
Kurang Setuju	: 3
Tidak Setuju	: 2
Sangat Tidak Setuju	: 1

3.4 Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang tinggi untuk pembelian ulang produk atau jasa yang disukai di masa mendatang (Oliver, 1999). Variabel loyalitas pelanggan adalah variabel dependen yang artinya variabel yang dipengaruhi. Variabel loyalitas pelanggan diukur dengan indikator yang mengacu pada penelitian Zeithaml *et al.* (1996) sebagai berikut:

- 6) Berkeinginan untuk melakukan pembelian di waktu yang akan datang.
- 7) Sebagai referensi utama dalam melakukan pembelian produk fashion.
- 8) Merekomendasikan kepada orang lain yang meminta saran.
- 9) Mengatakan hal positif tentang perusahaan kepada orang lain.

3.4.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan, dimana tanggapan pemenuhan tersebut menyenangkan atau tidak menyenangkan (Oliver, 1999). Variabel kepuasan diukur dengan indikator yang mengacu pada penelitian Reddy *et al.* (2011) sebagai berikut :

- 1) Pengalaman berbelanja yang menyenangkan.
- 2) Puas karena sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Pilihan yang tepat dengan mengunjungi toko.

3.4.3 Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Parasuraman *et al.*, 1988). Variabel kualitas layanan diukur dengan indikator yang mengacu pada penelitian Dabholkar *et al.* (1996) :

- 1) Dimensi *physical aspect*
 - a. *layout store* yang memudahkan untuk bergerak dan mencari barang.
- 2) Dimensi *reliability*
 - a. Karyawan cepat dalam memberikan pelayanan.
 - b. Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan.
- 3) Dimensi *personal interaction*
 - a. Karyawan sopan dan murah senyum.
 - b. Karyawan menunjukkan kesediaannya untuk membantu.
- 4) Dimensi *problem solving*
 - a. Mudah dalam melakukan penukaran barang.
- 5) Dimensi *policy*
 - a. Penerimaan pembayaran menggunakan kartu kredit dan kartu debit.

3.4.4 *Merchandising*

Merchandising merupakan aktivitas yang mencakup pengadaan barang atau jasa tertentu dan membuatnya tersedia pada tempat, waktu, harga dan jumlah tertentu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Berman & Evans, 2006). Variabel *merchandising* dengan indikator berikut (Cant & Toit, 2012) :

- 1) Harga yang layak.
- 2) Variasi produk.
- 3) Produk fashionable dan up to date.
- 4) Kualitas produk.
- 5) Harga kompetitif.
- 6) Penataan produk yang baik dan menarik.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Sebelum kuesioner dimanfaatkan untuk mengumpulkan data perlu dilakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitasnya. Perhitungan pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan pendekatan SPSS dengan minimal 30 responden.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid.

Uji validitas *product moment pearson correlation* menggunakan prinsip mengkorelasikan atau menghubungkan antara masing-masing skor item dengan skor total yang diperoleh dalam penelitian.

Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka item atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011).

3.5.1.1 Uji Validitas Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan

Kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel Loyalitas Pelanggan terdiri dari 4 item pernyataan dan pengujian dilakukan terhadap 30 responden. Adapun ringkasan hasil perhitungan uji validitas masing-masing item pernyataan disajikan dalam table III.1 dan angka r_{tabel} dihitung berdasarkan tabel r dengan $\alpha = 0,05$; ($df = n-2$).

Tabel III.1
Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Item Kuesioner	Koefisien Korelasi	r_{tabel} (df = 28)	Keterangan
1	LOY1	0,628	0,361	Valid
2	LOY2	0,899	0,361	Valid
3	LOY3	0,840	0,361	Valid
4	LOY4	0,701	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2017 (lampiran)

Dari hasil pengujian kuesioner terhadap variable Loyalitas Pelanggan menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan memiliki

nilai koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian maka item yang digunakan untuk mengukur variabel Loyalitas Pelanggan adalah valid.

3.5.1.2 Uji Validitas Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan

Kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 3 item pernyataan dan pengujian dilakukan terhadap 30 responden. Adapun ringkasan hasil perhitungan uji validitas masing-masing item pernyataan disajikan dalam table III.2 dan angka r_{tabel} dihitung berdasarkan tabel r dengan $\alpha = 0,05$; ($df = n-2$).

Tabel III.2
Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Item Kuesioner	Koefisien Korelasi	r_{tabel} ($df = 28$)	Keterangan
1	SAT1	0,717	0,361	Valid
2	SAT2	0,827	0,361	Valid
3	SAT3	0,906	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2017 (lampiran)

Dari hasil pengujian kuesioner terhadap variable Kepuasan Pelanggan menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian maka item yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan Pelanggan adalah valid.

3.5.1.3 Uji Validitas Kuesioner Variabel Kualitas Layanan

Kuesioner yang digunakan untuk mengukur variable Kualitas Layanan terdiri dari 7 item pernyataan dan pengujian dilakukan terhadap 30 responden. Adapun ringkasan hasil perhitungan uji validitas masing-

masing item pernyataan disajikan dalam table III.3 dan angka r_{tabel} dihitung berdasarkan tabel r dengan $\alpha = 0,05$; ($df = n-2$).

Tabel III.3
Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Kualitas Layanan

No	Item Kuesioner	Koefisien Korelasi	r_{tabel} ($df = 28$)	Keterangan
1	QUA1	0,782	0,361	Valid
2	QUA2	0,918	0,361	Valid
3	QUA3	0,818	0,361	Valid
4	QUA4	0,825	0,361	Valid
5	QUA5	0,753	0,361	Valid
6	QUA6	0,786	0,361	Valid
7	QUA7	0,581	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2017 (lampiran)

Dari hasil pengujian kuesioner terhadap variabel Kualitas Layanan menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Dengan demikian maka item yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Layanan adalah valid.

3.5.1.4 Uji Validitas Kuesioner Variabel *Merchandising*

Kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel *Merchandising* terdiri dari 6 item pernyataan dan pengujian dilakukan terhadap 30 responden. Adapun ringkasan hasil perhitungan uji validitas masing-masing item pernyataan disajikan dalam table III.4 dan angka r_{tabel} dihitung berdasarkan tabel r dengan $\alpha = 0,05$; ($df = n-2$).

Tabel III.4
Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel *Merchandising*

No	Item Kuesioner	Koefisien	r_{tabel}	Keterangan
----	----------------	-----------	--------------------	------------

		Korelasi	(df = 28)	
1	MER1	0,814	0,361	Valid
2	MER2	0,747	0,361	Valid
3	MER3	0,874	0,361	Valid
4	MER4	0,823	0,361	Valid
5	MER5	0,699	0,361	Valid
6	MER6	0,763	0,361	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data, 2017 (lampiran)

Dari hasil pengujian kuesioner terhadap variabel *Merchandising* menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian maka item yang digunakan untuk mengukur variabel *Merchandising* adalah valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya.

Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai koefisien yang diperoleh lebih dari 0,60 (Ghozali, 2011).

Perhitungan uji reliabilitas kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel III.5
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

No	Item Kuesioner	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	Loyalitas Pelanggan	0,774	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan	0,750	Reliabel
3	Kualitas Layanan	0,894	Reliabel
4	<i>Merchandising</i>	0,875	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data, 2017 (lampiran)

Dari hasil pengujian reliabilitas terhadap kuesioner penelitian menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan memiliki nilai koefisien Cronbach Alpha $> 0,6$. Dengan demikian maka variabel-variabel yang digunakan untuk mengambil data adalah reliabel (handal).

3.6 Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua pendekatan, yaitu :

3.6.1 Analisis Diskriptif (Gambaran Responden)

Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis data diskriptif terhadap data penelitian dan responden. Data responden meliputi :

1. Jenis kelamin responden.
2. Status responden
3. Usia responden.
4. Pendidikan responden.
5. Pekerjaan responden.
6. Pengeluaran rata-rata perbulan responden.

3.6.2 *Structural Equation Model (SEM)*

Analisis yang digunakan untuk melakukan pembuktian hipotesis adalah Structural Equation Modeling (SEM) Analysis dengan menggunakan software AMOS.

3.6.2.1 Uji Kualitas Data

Tindakan pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM. Asumsi-asumsi SEM yang harus dipenuhi dalam prosedur pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan pemodelan SEM adalah sebagai berikut:

1) Normalitas

Sebaran data harus dianalisis untuk melihat apakah asumsi normalitas dipenuhi sehingga data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan SEM ini. Untuk menguji asumsi normalitas maka digunakan nilai-z (*z-value*). Bila nilai-z lebih besar dari nilai kritis, maka dapat diduga bahwa data tersebut tidak normal.

2) *Outlier*

Outliers merupakan observasi dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariat maupun multivariat yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya. Dalam analisis *multivariate outliers* dapat diuji dengan statistik *Chi square* terhadap nilai *mahalanobis distance square* pada tingkat $p < 0.01$ dengan *degree of freedom* sejumlah variabel yang digunakan dalam penelitian, dalam hal ini jumlah variabel yang dimaksud adalah jumlah pengukuran item pada model. Bila terdapat observasi yang mempunyai nilai *mahalanobis distance square* lebih besar dari *Chi Square* maka observasi tersebut dikeluarkan dari analisis.

Umumnya perlakuan terhadap *outliers* adalah dengan mengeluarkan dari data dan tidak diikutsertakan dalam perhitungan berikutnya.

3.6.2.2 Uji *Measurement Model*

Measurement model atau model pengukuran adalah menguji indikator yang digunakan dalam sebuah model untuk dikonfirmasi apakah memang betul dapat mendefinisikan suatu konstruk (variabel). *Measurement model* dilakukan dengan cara :

1) *Convergent Validity*

Untuk mengukur validitas konstruk dengan melihat faktor loadingnya. Syarat yang harus dipenuhi, pertama *loading factor* harus signifikan. Kemudian *loading factor* yang signifikan bisa jadi masih rendah, maka *loading estimate* harus sama dengan 0,50 atau lebih dan idealnya harus 0,70.

2) *Construct Reliability*

Reliabilitas tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur variabel latennya. Untuk mengukur reliabilitas dapat digunakan rumus *construct reliability* (CR) sebagai berikut :

CR =

Construct reliability lebih atau sama dengan 0,70 menunjukkan reliabilitas yang baik, sedangkan 0,60 – 0,70 masih dapat diterima dengan syarat validitas indikator dalam model baik.



3.6.2.3 Uji *Structural Model*

Evaluasi atas kriteria *Goodness of Fit* merupakan evaluasi atas uji kelayakan suatu model dengan beberapa kriteria kesesuaian indeks dan *cut off valuenya*, guna menyatakan apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak.

- 1) Uji *Chi-square*, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai *Chi-square* nya rendah. Semakin kecil nilai *chi-square* semakin baik model itu dan nilai signifikansi lebih besar dari *cut off value* ($p > 0,05$).
- 2) CMIN/DF adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *Degree of Freedom*. *Chi-square* dibagi DF-nya disebut *chi-square* relatif. Bila nilai *chi-square* relatif kurang dari 2,0 atau 3,0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.
- 3) GFI (*Goodness of Fit Index*) adalah 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 Goodness of Fit Index*), dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90.
- 5) TLI (*Tucker Lewis Index*), merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline model*, dimana sebuah model $\geq 0,95$ dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.

- 6) CFI (*Comparative Fit Index*), dimana bila mendekati 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi. Nilai yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0,95$.
- 7) RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*), yang menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom*.

Tabel III.6 *Goodness of Fit Indices*

Goodness of fit index	Cut off Value
Chi-square	Diharapkan kecil
Significant Probability	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 0,20$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber: Ferdinand (2002)

3.6.2.4 Interpretasi dan modifikasi model.

Tahap terakhir ini adalah menginterpretasikan model dan memodifikasi model bagi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Pedoman untuk mempertimbangkan perlu tidaknya memodifikasi model dengan mengamati besarnya residual yang dihasilkan oleh model. Batas aman residual yang dihasilkan oleh suatu model adalah 5%. Bila jumlah residual lebih besar dari 2% dari semua

residual kovarians yang dihasilkan oleh model, maka sebuah modifikasi perlu dipertimbangkan. Bila ditemukan bahwa nilai residual yang dihasilkan model cukup besar (yaitu ≥ 2.58) maka cara lain dalam memodifikasi adalah dengan mempertimbangkan untuk menambah sebuah alur baru terhadap model yang diestimasi itu. Nilai residual value yang lebih besar atau sama dengan ± 2.58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat 5%.

3.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat apakah koefisien jalur (*path*) dalam model berhubungan secara signifikan. Kriteria signifikan koefisien jalur adalah jika nilai $P < 0,05$.