

## BAB IV

### PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini akan dipaparkan data-data yang dibutuhkan untuk melakukan analisis data.

Pada bab ini juga dipaparkan cara dan jalannya analisis data. Tahap awal adalah dengan menguji validasi uji butir kuesioner. Selanjutnya adalah perhitungan dan analisis menggunakan bantuan *software* Smart-PLS 3.0

#### 4.1 Pengumpulan Data



### 4.1.1 Uji Butir Kuesioner

Tabel 4.1 Uji Butir

No.	PA 1	PA 2	PA 3	PA 4	RL 1	RL 2	RL 3	RL 4	PI 1	PI 2	PI 3	PI 4	PS 1	PS 2	PS 3	PS 4	PO 1	PO 2	PO 3	PO 4	ST 1	ST 2	ST 3	ST 4	ST 5	LT 1	LT 2	LT 3	LT 4	LT 5	SUM
1	4	3	5	3	3	5	3	3	5	3	4	5	3	3	4	4	5	4	4	2	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	120
2	3	4	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	5	5	4	5	4	95
3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	140
4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	85
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	89
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	89
8	3	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	3	3	3	2	118
9	3	4	3	3	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	102
10	2	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	123
11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	117
12	2	3	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	111
13	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4		4	3	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3		3	2	94
14	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	108
15	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	127
16	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	110
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
18	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	123
19	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	135
20	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	134
21	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	140
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90
25	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	3	3	3	113
26	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	118
27	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	115
28	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	114
29	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	136
30	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	137
<b>AVE</b>	3.57	3.83	3.73	3.6	3.63	3.7	3.8	3.7	3.93	3.83	3.7	3.73	3.6	3.83	3.83	3.87	3.8	4	3.8	3.53	3.8	3.77	3.8	3.87	3.87	4	3.8	3.72	3.67	3.4	

#### 4.1.2 Karakteristik Data

Sub bab ini akan menjelaskan tentang karakteristik dari data yang digunakan dalam penelitian.

##### 4.1.2.1 Daftar Kuesioner

Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan/*customer* dari PT. Alfamidi Super, Kaliurang, Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berskala Likert. Jumlah kuesioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 100 dan yang mengisi dengan sempurna berjumlah 100 responden.

Tabel 4. 2 Data Sampel Penelitian

No	Keterangan	Responden	Persentase
1	Jumlah Kuesioner yang disebar	100	100%
2	Jumlah Kuesioner yang kembali	100	100 %
3	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	-	-
4	Jumlah kuesioner yang dapat diolah	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2019

##### 4.1.2.1 Profil Responden

Dalam penelitian ini, responden yang digunakan adalah orang yang pernah menggunakan jasa dari PT. Alfamidi Super. Daftar profil responden yang digunakan adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pengeluaran. Berikut adalah jumlah dan presentase pada setiap karakteristik responden:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Pria	47	47%
	Wanita	53	53%
Usia	< 25 Tahun	28	28%
	25 - 30 Tahun	27	27%
	30 - 35 Tahun	19	19%
	> 35 Tahun	26	26%
Pekerjaan	Mahasiswa	34	34%
	Pegawai Swasta	24	24%
	Wiraswasta	17	17%
Rata-rata Pengeluaran dalam Sebulan	Lain – Lain	25	25%
	< Rp 500.000	2	2%
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	18	18%
	Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000	29	29%
	> Rp 1.500.000	51	51%

#### 4.1.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan dan menyajikan suatu gugus data dengan beberapa jenis variabel dan ringkasan data seperti *mean*, *standard deviation*, dan lain lain. Skala yang dipakai adalah Skala Likert 1-5. Berikut adalah kategori kelompok jawaban:

Tabel 4. 4 Interval Kelas Skala Likert

No	Interval	Keterangan
1	1 - 1.8	Sangat Tidak Setuju
2	1.8 - 2.6	Tidak Setuju
3	2.6 - 3.4	Ragu-ragu
4	3.4 - 4.2	Setuju
5	4.2 - 5	Sangat Setuju

#### 4.1.3.1 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Physical Aspects*

Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Indikator *Physical Aspects*

Indikator	Mean	Kriteria
Fasilitas yang baik	4.14	Setuju
Tata Letak isi Supermarket	4.27	Sangat Setuju
Kemudahan dalam menjangkau	3.6	Setuju
Alat-alat pendukung layanan	3.84	Setuju

#### 4.1.3.2 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Reliability*

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Indikator *Reliability*

Indikator	Mean	Kriteria
Karyawan menepati janji	4	Setuju
Harga terjangkau	4.01	Setuju
Harga sesuai	3.86	Setuju
Produk selalu up to date dan ready	4.13	Setuju

#### 4.1.3.3 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Personal Interaction*

Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Indikator *Personal Interaction*

Indikator	Mean	Kriteria
Karyawan membantu customer	4.22	Sangat Setuju
Karyawan sopan	3.73	Setuju
Kasir yang cepat dan tanggap	3.86	Setuju
Karyawan berwawasan luas	4.09	Setuju

#### 4.1.3.4 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Problem Solving*

Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Indikator *Problem Solving*

Indikator	Mean	Kriteria
Pengembalian barang yang mudah	4.12	Setuju
Karyawan menangani keluhan	4.12	Setuju

Indikator	Mean	Kriteria
Karyawan menanamkan kepercayaan	4.19	Setuju
Karyawan sigap dan pintar	4.08	Setuju

#### 4.1.3.5 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator Policy

Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Indikator *Policy*

Indikator	Mean	Kriteria
Kualitas barang yang baik	4.24	Setuju
Parkir yang aman dan luas	4. 1	Setuju
Alfamidi melayani debit	4.07	Setuju
Swalayan memberikan garansi	3.06	Ragu-ragu

#### 4.1.3.6 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator Customer Satisfaction

Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Indikator *Customer Satisfaction*

Indikator	Mean	Kriteria
Kepercayaan	3,89	Setuju
Kejelasan Informasi	3.98	Setuju
Kesopanan	3.51	Setuju
Keamanan transaksi	3.64	Setuju
Kualitas Pelayanan Prima	3.68	Setuju

#### 4.1.3.7 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator Customer Loyalty

Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Indikator *Customer Loyalty*

Indikator	Mean	Kriteria
Hal Positif	3.35	Ragu-ragu
Hal Positif	3.4	Setuju
Hal Positif	3.2	Ragu-ragu
Pilihan Utama	3.48	Setuju
Pilihan Utama	3.97	Setuju

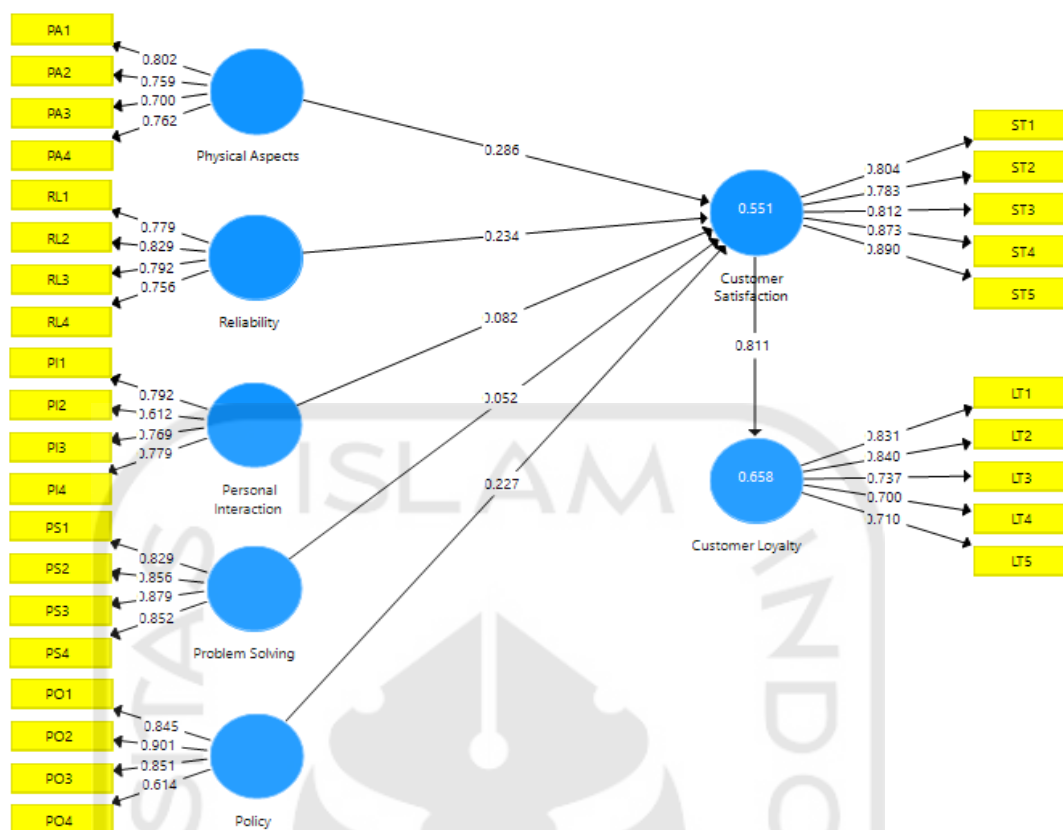
## 4.2 Hasil Pengolahan Data

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan Metode SEM berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS). Pada teknik pengolahan data dalam metode SEM-PLS ini menggunakan dua langkah yang dilakukan di *Software PLS* yaitu :

### 4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

#### 4.2.1.1 *Convergent Validity Model Awal*

Pada penelitian ini dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas pada masing-masing variabel laten yaitu PA, RL PI, PS, PO, ST, dan LT, dengan menggunakan bantuan *software Smart-PLS*. Ukuran reflektif individual dikatakan valid jika memiliki nilai *loading* ( $\lambda$ ) dengan variabel laten yang ingin diukur  $\geq 0.7$ , jika salah satu indikator memiliki nilai *loading* ( $\lambda$ )  $< 0,7$  maka indikator tersebut harus dibuang atau di *drop* karena mengindikasikan bahwa indikator tidak cukup baik untuk mengukur variabel laten secara tepat. Berikut adalah hasil *output* perhitungan pada PLS dengan menggunakan *software Smart PLS*.



Gambar 4. 1 Outer Loading Awal (Model Pengukuran)

Tabel 4. 12 *Convergent Validity* Model Pengukuran Awal

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
<i>Physical Aspects</i>	PA1	0.802	VALID
	PA2	0.759	VALID
	PA3	0.700	TIDAK VALID
	PA4	0.762	VALID
<i>Reliability</i>	RL1	0.779	VALID
	RL2	0.829	VALID
	RL3	0.792	VALID
	RL4	0.756	VALID
<i>Personal Interaction</i>	PI1	0.793	VALID
	PI2	0.612	TIDAK VALID
	PI3	0.769	VALID
	PI4	0.779	VALID
<i>Problem Solving</i>	PS1	0.829	VALID
	PS2	0.856	VALID
	PS3	0.879	VALID
	PS4	0.852	VALID
<i>Policy</i>	PO1	0.845	VALID
	PO2	0.901	VALID
	PO3	0.851	VALID
	PO4	0.614	VALID



Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
<i>Customer Satisfaction</i>	PO4	0.614	TIDAK VALID
	ST1	0.804	VALID
	ST2	0.783	VALID
	ST3	0.812	VALID
	ST4	0.873	VALID
	ST5	0.890	VALID
<i>Customer Loyalty</i>	LT1	0.831	VALID
	LT2	0.840	VALID
	LT3	0.737	VALID
	LT4	0.700	TIDAK VALID
	LT5	0.710	VALID

#### 4.2.1.2 Discriminant Validity Model Awal

Dalam Penelitian ini suatu variabel dikatakan cukup *reliability* bila variabel tersebut memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0.7 dan memiliki AVE lebih besar dari 0.5. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel laten dengan bantuan *Software Smart-Partial Least Square (PLS)*.

Tabel 4. 13 Discriminant Validity

	<i>Customer Loyalty</i>	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Personal Interaction</i>	<i>Physical Aspects</i>	<i>Policy</i>	<i>Problem Solving</i>	<i>Reliability</i>
LT1	<b>0.831</b>	0.604	0.212	0.240	0.247	0.147	0.324
LT2	<b>0.840</b>	0.655	0.280	0.364	0.334	0.182	0.323
LT3	<b>0.737</b>	0.482	0.251	0.269	0.265	0.248	0.298
LT4	<b>0.700</b>	0.453	0.295	0.281	0.226	0.243	0.295
LT5	<b>0.710</b>	0.788	0.374	0.486	0.443	0.491	0.474
PA1	0.390	0.511	0.448	<b>0.802</b>	0.404	0.540	0.460
PA2	0.298	0.487	0.532	<b>0.759</b>	0.580	0.568	0.595
PA3	0.349	0.464	0.358	<b>0.700</b>	0.391	0.386	0.368
PA4	0.320	0.512	0.445	<b>0.762</b>	0.455	0.428	0.487
PI1	0.259	0.483	<b>0.792</b>	0.487	0.484	0.549	0.627
PI2	0.244	0.358	<b>0.612</b>	0.290	0.297	0.458	0.367
PI3	0.329	0.437	<b>0.769</b>	0.550	0.449	0.457	0.483
PI4	0.287	0.421	<b>0.779</b>	0.397	0.367	0.563	0.610
PO1	0.294	0.508	0.384	0.426	<b>0.845</b>	0.366	0.450
PO2	0.391	0.546	0.457	0.542	<b>0.901</b>	0.505	0.575

	<i>Customer Loyalty</i>	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Personal Interaction</i>	<i>Physical Aspects</i>	<i>Policy</i>	<i>Problem Solving</i>	<i>Reliability</i>
PO3	0.375	0.523	0.548	0.567	<b>0.851</b>	0.550	0.576
PO4	0.275	0.372	0.374	0.416	<b>0.614</b>	0.269	0.201
PS1	0.187	0.405	0.551	0.500	0.394	<b>0.829</b>	0.625
PS2	0.247	0.426	0.564	0.590	0.404	<b>0.856</b>	0.564
PS3	0.425	0.582	0.592	0.563	0.447	<b>0.879</b>	0.622
PS4	0.326	0.518	0.623	0.522	0.558	<b>0.852</b>	0.606
RL1	0.322	0.450	0.537	0.515	0.320	0.538	<b>0.779</b>
RL2	0.458	0.594	0.593	0.536	0.534	0.557	<b>0.829</b>
RL3	0.416	0.546	0.575	0.508	0.521	0.594	<b>0.792</b>
RL4	0.212	0.389	0.542	0.425	0.407	0.546	<b>0.756</b>
ST1	0.633	<b>0.804</b>	0.610	0.641	0.560	0.628	0.635
ST2	0.496	<b>0.783</b>	0.489	0.605	0.502	0.485	0.647
ST3	0.735	<b>0.812</b>	0.443	0.393	0.420	0.386	0.421
ST4	0.759	<b>0.873</b>	0.402	0.520	0.534	0.349	0.447
ST5	0.741	<b>0.890</b>	0.458	0.557	0.508	0.544	0.526

#### 4.2.1.3 Composite Reliability Model Awal

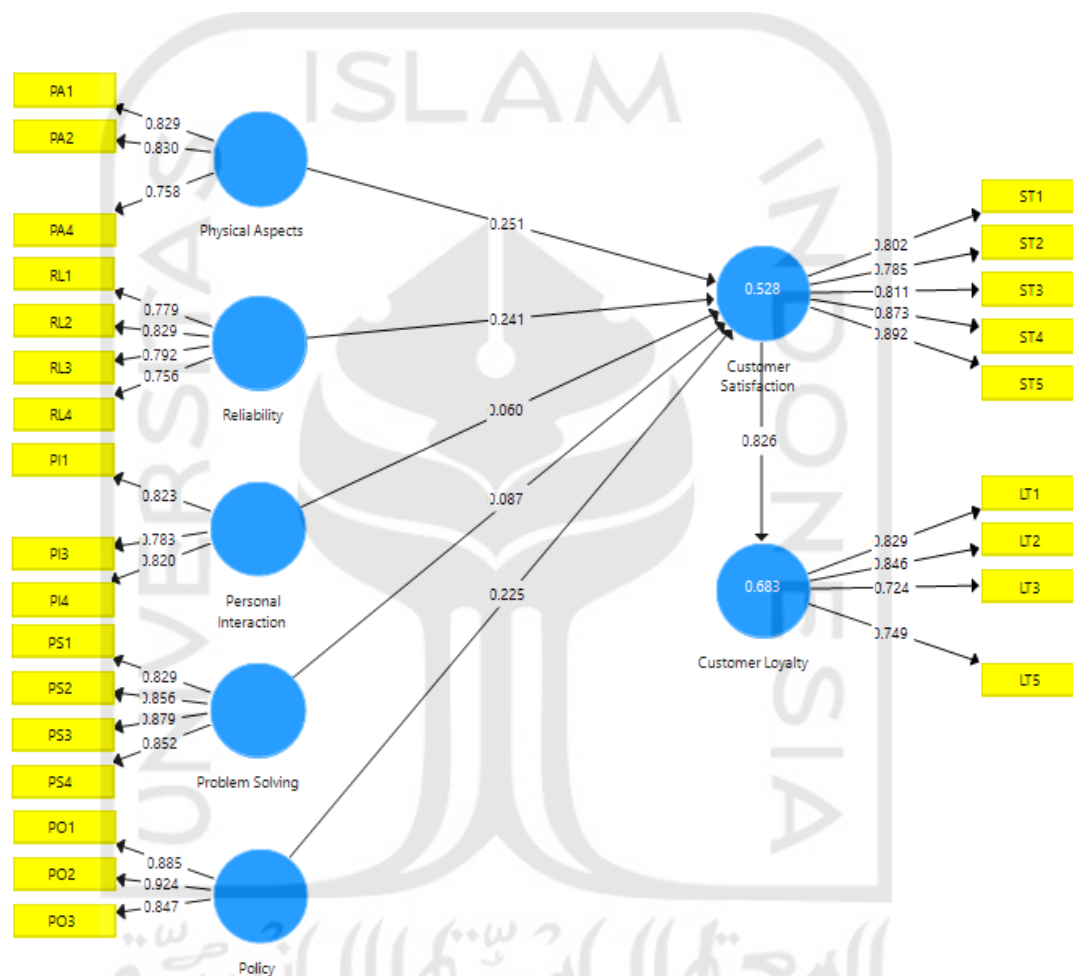
Tabel 4. 14 Pengujian Reliabilitas Awal

	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Customer Loyalty</i>	0.826	0.876	0.587
<i>Customer Satisfaction</i>	0.889	0.919	0.695
<i>Personal Interaction</i>	0.724	0.829	0.550
<i>Physical Aspects</i>	0.750	0.842	0.573
<i>Policy</i>	0.819	0.882	0.657
<i>Problem Solving</i>	0.878	0.915	0.730
<i>Reliability</i>	0.801	0.869	0.623

#### 4.2.1.4 Convergent Validity Model Revisi

Pada penelitian ini telah dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas pada masing-masing variabel laten yaitu PA, RL, PI, PS, PO, ST dan LT dengan menggunakan bantuan *Software Smart-Partial Least Square*. Ukuran refleksif individual dikatakan

valid jika nilai *loading* ( $\lambda$ ) dengan variabel laten yang ingin diukur  $\geq 0.7$ . Jika salah satu indikator memiliki nilai *loading* ( $\lambda$ )  $< 0.7$  maka indikator tersebut harus dibuang atau di *drop* karena mengindikasikan bahwa indikator tidak cukup baik untuk mengukur variabel katen secara tepat. Berikut adalah hasil *output* perhitungan pada PLS dengan mengguakan *Software Smart-Partial Least Square*



Gambar 4. 2 *Outer Loading* Revisi (Model Pengukuran)

Tabel 4. 15 *Convergent Validity* Model Pengukuran Revisi

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Outer Loading</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Physical Aspects</i>	PA1	0.802	VALID
	PA2	0.759	VALID
	PA4	0.762	VALID
	RL1	0.779	VALID
<i>Reliability</i>	RL2	0.829	VALID
	RL3	0.792	VALID
	RL4	0.756	VALID
	PI1	0.793	VALID
<i>Personal Interaction</i>	PI3	0.769	VALID
	PI4	0.779	VALID
	PS1	0.829	VALID
<i>Problem Solving</i>	PS2	0.856	VALID
	PS3	0.879	VALID
	PS4	0.852	VALID
	PO1	0.845	VALID
<i>Policy</i>	PO2	0.901	VALID
	PO3	0.851	VALID
	ST1	0.804	VALID
<i>Customer Satisfaction</i>	ST2	0.783	VALID
	ST3	0.812	VALID
	ST4	0.873	VALID
	ST5	0.890	VALID
	LT1	0.831	VALID
<i>Customer Loyalty</i>	LT2	0.840	VALID
	LT3	0.737	VALID
	LT5	0.710	VALID

#### 4.2.1.5 *Discriminant Validity Model Revisi*

Dalam Penelitian ini suatu variabel dikatakan cukup *reliability* bila variabel tersebut memiliki nilai *composite reliability* lebih besar dari 0.7 dan memiliki AVE lebih besar dari 0.5. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas pada masing-masing variabel laten dengan bantuan *Software Smart-Partial Least Square (PLS)*.

Tabel 4. 16 Discriminant Validity Revisi

	<i>Customer Loyalty</i>	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Personal Interaction</i>	<i>Physical Aspects</i>	<i>Policy</i>	<i>Problem Solving</i>	<i>Reliability</i>
LT1	<b>0,829</b>	0,603	0,195	0,234	0,250	0,147	0,324
LT2	<b>0,846</b>	0,654	0,275	0,326	0,301	0,182	0,323
LT3	<b>0,724</b>	0,482	0,227	0,219	0,241	0,248	0,298
LT5	<b>0,749</b>	0,790	0,375	0,461	0,442	0,491	0,474
PA1	0,386	0,511	0,434	<b>0,829</b>	0,388	0,540	0,460
PA2	0,299	0,488	0,465	<b>0,830</b>	0,595	0,568	0,595
PA4	0,313	0,511	0,465	<b>0,758</b>	0,419	0,428	0,487
PI1	0,256	0,483	<b>0,823</b>	0,512	0,494	0,549	0,627
PI3	0,316	0,436	<b>0,783</b>	0,518	0,412	0,457	0,483
PI4	0,287	0,421	<b>0,820</b>	0,404	0,356	0,563	0,610
PO1	0,310	0,508	0,403	0,417	<b>0,885</b>	0,366	0,450
PO2	0,401	0,546	0,470	0,548	<b>0,924</b>	0,505	0,575
PO3	0,370	0,522	0,518	0,567	<b>0,847</b>	0,550	0,576
PS1	0,190	0,405	0,556	0,491	0,406	<b>0,829</b>	0,625
PS2	0,214	0,426	0,511	0,606	0,406	<b>0,856</b>	0,564
PS3	0,427	0,582	0,539	0,577	0,444	<b>0,879</b>	0,622
PS4	0,341	0,518	0,605	0,495	0,562	<b>0,852</b>	0,606
RL1	0,299	0,450	0,554	0,541	0,339	0,538	<b>0,779</b>
RL2	0,485	0,595	0,583	0,493	0,569	0,557	<b>0,829</b>
RL3	0,402	0,546	0,561	0,528	0,521	0,594	<b>0,792</b>
RL4	0,220	0,389	0,548	0,451	0,443	0,546	<b>0,756</b>
ST1	0,624	<b>0,802</b>	0,598	0,628	0,548	0,628	0,635
ST2	0,523	<b>0,785</b>	0,500	0,562	0,515	0,485	0,647
ST3	0,732	<b>0,811</b>	0,392	0,381	0,394	0,386	0,421
ST4	0,779	<b>0,873</b>	0,371	0,490	0,506	0,349	0,447
ST5	0,770	<b>0,892</b>	0,452	0,540	0,506	0,544	0,526

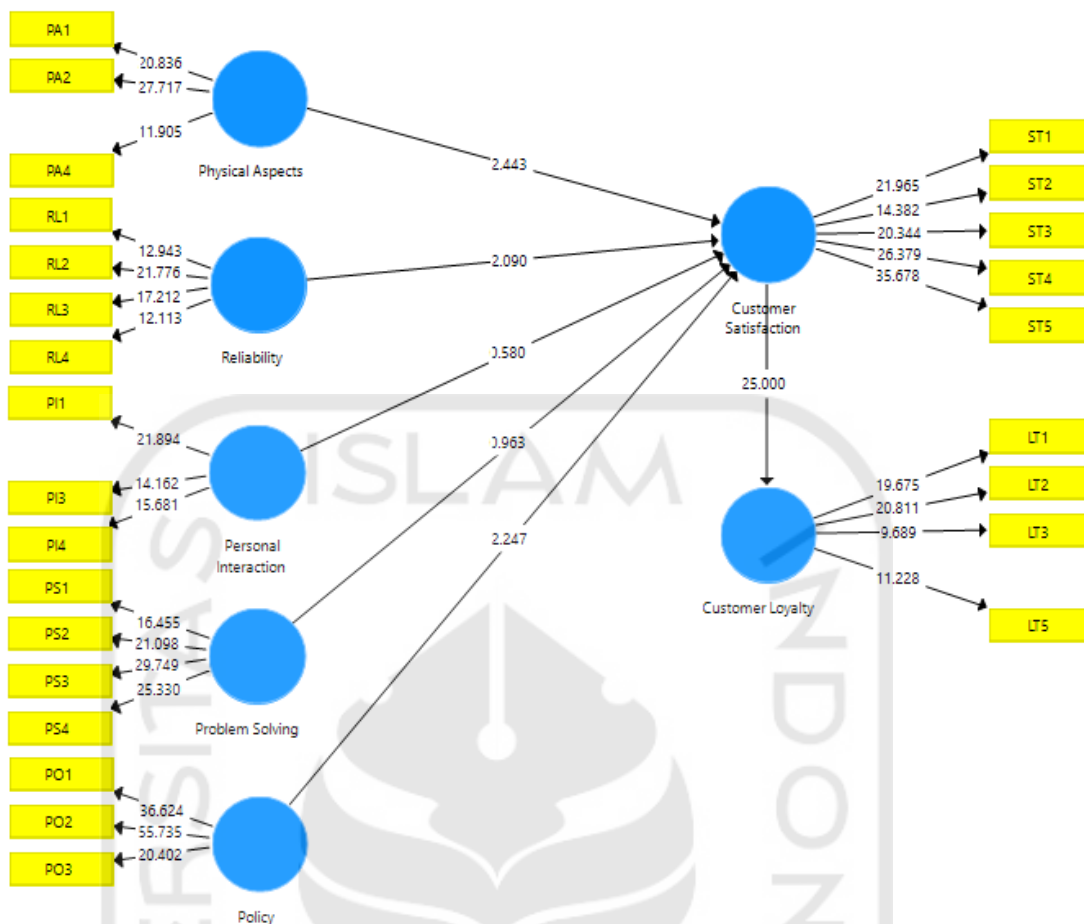
#### 4.2.1.6 Composite Reliability Model Revisi

Tabel 4. 17 Pengujian Reliabilitas Revisi

	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Customer Loyalty</i>	0,799	0,868	0,622
<i>Customer Satisfaction</i>	0,889	0,919	0,695
<i>Personal Interaction</i>	0,735	0,85	0,654
<i>Physical Aspects</i>	0,73	0,848	0,65
<i>Policy</i>	0,862	0,926	0,785
<i>Problem Solving</i>	0,878	0,915	0,73
<i>Reliability</i>	0,801	0,869	0,623

#### 4.2.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Dapat dilakukannya evaluasi inner model dengan cara *resampling* 500 literasi menggunakan PLS *bootstrapping* sehingga menghasilkan *R-square*, *predictive relevance* serta pengujian hipotesis. Di bawah ini adalah hasil yang di dapatkan:



Gambar 4. 3 Hasil PLS Bootstraping (Resampling)

#### 4.2.2.1 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tujuan dilakukannya *R-square* yaitu menjelaskan kemampuan variable independent dalam menjabarkan variable dependent. Jika *R-square* nilainya semakin besar maka kemampuan variable independent untuk menjelaskan variable dependent semakin besar.

Tabel 4. 18 Nilai R-Square

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<b>LT</b>	0,683	0,688
<b>ST</b>	0,528	0,531

Nilai  $f^2$  yang digunakan sebagai *predictor* pada variable laten :

Tabel 4. 19 Nilai *F-Square*

	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Customer Loyalty</i>
<i>Physical Aspects</i>	0,064	
<i>Reliability</i>	0,043	
<i>Personal Interaction</i>	0,003	
<i>Problem Solving</i>	0,007	
<i>Policy</i>	0,060	
<i>Customer Satisfaction</i>		2,154

Dalam nilai  $f^2$  terdapat kategori pengaruh *predictor* variabel laten pada level *structural*, yaitu 0.02 pengaruh kecil, 0.15 pengaruh menengah, 0.35 pengaruh besar. Berdasarkan tabel 4.17 di atas, variabel *physical aspects*, *reliability*, *personal interaction*, *problem solving*, *policy* memiliki pengaruh kecil dalam *predictor* variable laten terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan *customer satisfaction* termasuk dalam *predictor* besar terhadap *customer loyalty*.

#### 4.2.2.3 Predictive Relevance ( $Q^2$ )

Berfungsi sebagai sebuah ukuran untuk menentukan seberapa baik nilai penelitian yang dihasilkan oleh parameter dan modelnya. Dikatakan relevan sebuah model jika  $Q^2 > 0$ . Nilai  $Q^2$  model di atas yaitu:

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.688^2)(1 - 0.531^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.688^2)(1 - 0.531^2)$$

$$Q^2 = 0.6218$$



#### 4.2.2.4 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan bantuan PLS *bootstrapping* pada *path coefficients*. Di dalam *path coefficients* terdapat *mean*, standar deviasi dan *T value*. Signifikan dari koefisien parameter jalur struktural dan uji t digunakan dalam evaluasi ini. Tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5% digunakan sebagai tingkat kesalahan data, oleh karena itu T-tabel signifikansi yang digunakan sebesar 1.96. Variabel dinyatakan berpengaruh signifikan jika *T-Statistics* lebih besar dari T-tabel. Hasil *Path Coefficiencie* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 20 Hasil *Path Coefficiencie*

<i>Path Coefficient</i>	<i>Original Sample</i>	<i>T statistics</i>	<i>P Values</i>	<i>Kesimpulan</i>
ST → LT	0,826	2,838	0	Positif, Signifikan
PI → ST	0,06	0,594	0,553	Positif, Tidak Signifikan
PA → ST	0,251	2,481	0,013	Positif, Signifikan
PO → ST	0,225	2,342	0,02	Positif, Signifikan
PS → ST	0,087	0,956	0,34	Positif, Tidak Signifikan
RL → ST	0,241	2,152	0,032	Positif, Signifikan

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Pembahasan**

##### **5.1.1 Uji Butir Kuisisioner**

Dari pengujian butir yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kuesioner penelitian telah valid karena R Hitung lebih besar dari R Tabel yang didapatkan dari Rumus  $DF = N - 2$  dengan nilai probabilitas 0.05. Karena nilai DF yang didapatkan adalah 28, maka probabilitas yang didapatkan adalah 0.3610 sehingga seluruh R Hitung lebih besar dari R Tabel dan kuesioner dikatakan Valid.

##### **5.1.2 Karakteristik Data**

###### **5.1.2.1 Daftar Kuesioner**

Total kuesioner yang direspon sebanyak 100 kuesioner yaitu 100% dari total kuesioner yang disebar. Jadi, kuesioner yang dapat digunakan untuk mengolah data adalah sebanyak 100 kuesioner atau 100%.

###### **5.1.2.2 Profil Responden**

Hasil yang didapatkan yaitu responden terdapat 47% responden berjenis kelamin pria, dan 53% berjenis kelamin wanita. Usia responden yang kurang dari 25 tahun sebanyak 28%, usia 25 sampai 30 tahun ada 27%, usia 30 sampai 35 tahun ada 19%, sedangkan responden yang berusia lebih dari 35 tahun ada sebanyak 26%. Karakteristik responden

selanjutnya adalah pekerjaan, 34% dari responden yang ada adalah mahasiswa, sebanyak 24% adalah pegawai swasta, 17% sebagai wiraswasta, sedangkan 25% memiliki pekerjaan lainnya. Rata-rata Pengeluaran dalam Sebulan dari responden yaitu kurang dari Rp 500.000 ada sebanyak 2%, yang pengeluarannya sebanyak Rp 500.000 sampai Rp 1.000.000 dalam sebulan adalah 18%, yang Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000 sebanyak 29%, lalu sisanya sebanyak 51% memiliki pengeluaran lebih dari Rp 1.500.000 setiap bulannya. Dapat ditarik kesimpulan bahwa, responden mayoritas berjenis kelamin wanita dengan usia 25-30 tahun. Dan berstatus sebagai mahasiswa dengan pengeluaran sebanyak lebih dari Rp 1.500.000 dalam sebulan.

### **5.1.3 Statistik Deskriptif**

#### **5.1.3.1 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Physical Aspects***

Berdasarkan data yang didapatkan pada tabel 4.4, Rata-rata responden memiliki jawaban bahwa mereka setuju dengan variabel *Physical Aspects* (Aspek Fisik) dengan rincian pada indikator fasilitas yang baik menunjukkan Rata-rata 4.14, pada Tata letak supermarket 4.27, Kemudahan dalam menjangkau barang 3.6, dan Alat-alat pendukung layanan sebesar 3.84.

#### **5.1.3.2 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Reliability***

Berdasarkan data yang didapatkan pada tabel 4.5, Rata-rata responden memiliki jawaban bahwa mereka setuju dengan variabel *Reliability* (Reliabilitas) dengan rincian pada indikator Karyawan menepati janji menunjukkan Rata-rata 4.0, pada Harga yang terjangkau 4.01, Harga yang sesuai 3.86, dan Produk selalu up to date dan ready sebanyak 4.13.

### **5.1.3.3 Distribusi Frekuensi Terhadap *Personal Interaction***

Berdasarkan data yang didapatkan pada tabel 4.6, Rata-rata responden memiliki jawaban bahwa mereka setuju dengan variabel *Personal Interaction* (Interaksi Pribadi) dengan rincian pada indikator Karyawan membantu *customer* menunjukkan Rata-rata 4.22, pada indikator Karyawan sopan 3.73 , Harga yang ssesuai 3.86, dan Produk selalu up to date dan ready sebanyak 4.13.

### **5.1.3.4 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Problem Solving***

Berdasarkan data yang didapatkan pada tabel 4.7, Rata-rata responden memiliki jawaban bahwa mereka setuju dengan variabel *Problem Solving* (Penyelesaian Masalah) dengan rincian pada indikator pengembalian barang menunjukkan Rata-rata 4.12, pada indikator Karyawan menangani keluhan 4.12 , karyawan yang menanamkan kepercayaan 4.19, dan karyawan yang sigap sebanyak 4.08.

### **5.1.3.5 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Policy***

Berdasarkan data yang didapatkan pada tabel 4.8, Rata-rata responden memiliki jawaban bahwa mereka setuju dengan variabel *Policy* (Kebijakan) dengan rincian pada indikator kualitas barang menunjukkan Rata-rata 4.24, pada indikator parkir yang aman dan luas 4.10 , Alfamidi melayani debit sebesar 4.07, namun sebesar 3.06 responden ragu-ragu dengan fasilitas garansi yang ditawarkan oleh Alfamidi.

### **5.1.3.6 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Customer Satisfaction***

Berdasarkan data yang didapatkan pada tabel 4.9, Seluruh responden memiliki jawaban yang sama bahwa mereka setuju dengan variabel *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan) dengan rincian pada indikator kepercayaan menunjukkan Rata-rata 3.89, pada indikator kejelasan informasi sebanyak 3.98 , kesopanan 3.51, dan keamanan transaksi sebanyak 4.08, sedangkan pada indikator kualitas pelayanan prima sebanyak 3.68.

### **5.1.3.7 Distribusi Frekuensi Terhadap Indikator *Customer Loyalty***

Berdasarkan data yang didapatkan pada tabel 5.0 pada variabel *Customer Loyalty* (Loyalitas Pelanggan), Para responden memiliki jawaban yang beragam, pada indikator hal positif yang pertama responden ragu-ragu sebanyak 3.35, namun sebanyak 3.4 mereka setuju dengan dengan rincian pada indikator hal positif kedua, pada indikator hal positif ketiga sebanyak 3.2 ragu-ragu, pilihan utama yang pertama sebanyak 3.48 responden setuju, dan pilihan utama yang kedua sebanyak 4.08 juga masuk dalam kriteria setuju.

## 5.2 Hasil

### 5.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

#### 5.2.1.1 *Convergent Validity Model Awal*

Hasil menunjukkan bahwa ada beberapa indikator yaitu *Outer Loading*  $<0.70$  yang menunjukkan bahwa beberapa indikator belum mampu menjelaskan variabel latennya, artinya bahwa data perlu di *drop* atau dibang. Nilai *loading factor / outer loading* dapat dikatakan ideal jika  $>0.7$ . Dapat dilihat dari hasil yang ada pada tabel diatas, variabel laten yang nilainya  $>0.70$  adalah PA3 (*Physical Aspects*), PI2 (*Personal Interaction*), PO4 (*Policy*) dan LT4 (*Customer Loyalty*).

#### 5.2.1.2 *Discriminant Validity Model Awal*

Hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas, LT1, LT2, LT4, LT5 memiliki nilai *Discriminant Validity* terbesar dibandingkan dengan variabel laten lainnya, dapat disimpulkan bahwa LT1 merefleksikan *customer loyalty* (loyalitas pelanggan). Selanjutnya, untuk ST1, ST2, ST3, ST4, ST5 memiliki nilai *Discriminant Validity* terbesar dibandingkan variabel laten lainnya, dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut dapat merefleksikan *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan). Pada PI1, PI3, PI4 memiliki nilai *Discriminant Validity* terbesar dibandingkan dengan variabel laten lainnya, dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut dapat merefleksikan *Personal Interaction* (Interaksi Pribadi). Sedangkan pada PA1, PA2, PA4 mempunyai nilai *Discriminant Validity* terbesar dibandingkan variabel laten lainnya, dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut dapat merefleksikan *Physical Aspects* (Aspek Fisik). Pada variabel

PO1, PO2, PO3 semua hasilnya dapat merefleksikan ke *Policy* (Kebijakan). Dalam variabel PS1, PS2, PS3, PS4, semua hasilnya dapat merefleksikan ke *Problem Solving* (Pemecahan Masalah). Pada RL1, RL2, RL3, RL4 memiliki nilai *Discriminant Validity* terbesar dibandingkan dengan variabel laten lainnya, dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut dapat merefleksikan *Reliability* (Reliabilitas). Namun, pada LT4, PI2, PA3, dan PO4 tidak dapat merefleksikan karena LT4, PI2, PA3, dan PO4 memiliki nilai yang lebih kecil daripada variabel laten lainnya yaitu  $<0.7$ .

#### **5.2.1.3 Composite Reliability Model Awal**

Berdasarkan hasil dari tabel yang ada diatas, seluruh variabel laten nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa nilainya  $> 0.7$  yang berarti data tersebut dapat dikatakan sebagai data yang reliabel. Pada hasil yang didapat dalam *Composite Reliability* juga menunjukkan bahwa nilainya  $> 0.7$  yang berarti data tersebut juga reliabel. Selanjutnya, seluruh nilai AVE nya bernilai  $> 0.5$  berarti seluruh variabel laten menunjukkan data tersebut reliabel.

#### **5.2.1.4 Convergent Validity Model Revisi**

Hasil menunjukkan bahwa semua indikator *Outer Loading* sudah melebihi dari angka 0.70 yang menunjukkan bahwa indikator sudah mampu menjelaskan variabel latennya, artinya bahwa semua data sudah dapat dikatakan valid.

### 5.2.1.5 *Discriminant Validity Model Revisi*

Hasil tabel diatas, menunjukkan jika bahwa LT 1, LT 2, LT 3, LT 5, PA 1, PA 2, PA 4, PI 1, PI 3, PI 4, PO 1, PO 2, PO 3, PS 1, PS 2, PS 3, PS 4, RL 1, RL 2, RL 3, RL 4, ST 1, ST 2, ST 3, ST 4 memiliki nilai *Discriminant Validity* terbesar dibandingkan dengan variabel laten lainnya, dan dapat disimpulkan bahwa LT 1, LT 2, LT 3, LT 5, PA 1, PA 2, PA 4, PI 1, PI 3, PI 4, PO 1, PO 2, PO 3, PS 1, PS 2, PS 3, PS 4, RL 1, RL 2, RL 3, RL 4, ST 1, ST 2, ST 3, ST 4 merefleksikan variabelnya masing-masing karena nilai yang didapat sudah melebihi dari yang diharapkan yaitu  $>0.70$ .

### 5.2.1.6 *Composite Reliability Model Revisi*

Berdasarkan hasil dari tabel yang ada diatas, seluruh variabel laten nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa nilainya  $> 0.7$  yang berarti data tersebut dapat dikatakan sebagai data yang reliabel. Pada hasil yang didapat dalam *Composite Reliability* juga menunjukkan bahwa nilainya  $> 0.7$  yang berarti data tersebut juga reliabel. Selanjutnya, seluruh nilai AVE nya bernilai  $> 0.5$  berarti seluruh variabel laten menunjukkan data tersebut reliabel.

## 5.2.2 Evaluasi Model Pengukuran (*Inner Model*)

### 5.2.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Kelima dimensi *Retail-servqual* memiliki pengaruh sebesar 68.3% terhadap *customer loyalty*, dan lainnya dipengaruhi selain kelima dimensi *Retail-servqual* yaitu sebesar 31.7%, dan 52.8% terhadap *customer satisfaction*, serta dipengaruhi selain kelima dimensi *retail servqual* yaitu sebesar 47.2%. Menurut Chin (1998) nilai *R-square*



sebesar 0.67 dapat dikatakan kuat, nilai 0.33 dapat dikatakan moderat dan dapat dikatakan lemah jika nilai 0.19. *R-square* penelitian ini didapat 68.3% yang merupakan pengaruh dimensi *retail servqual* terhadap *customer loyalty* dan termasuk kategori kuat.

### 5.2.2.2 Predictive Relevance (Q2)

Dari hasil  $Q^2$  diatas dapat dijelaskan 62.2% model dijelaskan melalui konstruk-konstruk model dan sisanya dijelaskan oleh konstruk lain diluar model. Model ini dikatakan *Fit* pada *Goodness of Fit* karena nilainya masuk dalam kategori tinggi yaitu  $>0.36$  (Ghozali, 2006).

### 5.2.2.3 Pengujian Hipotesis

- a. Uji Hipotesis 1 (*Customer Satisfaction* Berdampak Positif Terhadap *Customer Loyalty*)

Hubungan antara *customer satisfaction* dengan *customer loyalty* adalah signifikan karena T-statistik lebih dari T-table yaitu 1.96. Nilai *original sample* sebesar 0.826 sehingga arah hubungan *customer satisfaction* dengan *customer loyalty* adalah positif.

- b. Uji Hipotesis 2 (*Personal Interaction* Berpengaruh Positif Terhadap *Customer satisfaction*)

Hubungan antara *Personal Interaction* dengan *customer satisfaction* adalah tidak signifikan karena T-statistik kurang dari T-table yaitu 1.96. Nilai *original sample* sebesar 0.06 sehingga arah hubungan *Personal Interaction* dengan *customer satisfaction* adalah positif.

- c. Uji Hipotesis 3 (*Physical Aspects* Berpengaruh Positif Terhadap *Customer Satisfaction*)

Hubungan antara *Physical Aspects* dengan *customer satisfaction* adalah signifikan karena T-statistik lebih besar dari T-table yaitu 1.96. Nilai *original sample* sebesar 0.251 sehingga arah hubungan *Physical Aspects* dengan *customer satisfaction* adalah positif.

- d. Uji Hipotesis 4 (*Policy* Berpengaruh Positif Terhadap *Customer Satisfaction*)

Hubungan antara *policy* dengan *customer satisfaction* adalah signifikan karena T-statistik lebih besar dari T-table yaitu 1.96. Nilai *original sample* sebesar 0.225 sehingga arah hubungan *policy* dengan *customer satisfaction* adalah positif.

- e. Uji Hipotesis 5 (*Problem Solving* Berpengaruh Positif Terhadap *Customer Satisfaction*)

Hubungan antara *problem solving* dengan *customer satisfaction* adalah tidak signifikan karena T-statistik kurang dari T-table yaitu 1.96. Nilai *original sample* sebesar 0.087 sehingga arah hubungan *problem solving* dengan *customer satisfaction* adalah positif.

- f. Uji Hipotesis 6 (*Reliability* Berpengaruh Positif Terhadap *Customer Satisfaction*)

Hubungan antara *reliability* dengan *customer satisfaction* adalah signifikan karena T-statistik lebih dari T-table yaitu 1.96. Nilai *original sample* sebesar 0.241 sehingga arah hubungan *reliability* dengan *customer satisfaction* adalah positif.