

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan strategi asosiatif, strategi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lebih dari dua variabel. Dalam penelitian ini mengidentifikasi kualitas pelayanan (X_1), keragaman produk (X_2) dan persepsi harga (X_3) merupakan variabel eksogenous, kepuasan pelanggan (Z) dan minat beli pelanggan (Y) merupakan variabel endogenous.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:61) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang untuk berbelanja di Transmart Carrefour Cempaka Putih.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:62) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Agar sampel yang diambil dapat mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode nonprobability sampling dengan teknik *accidental sampling* yang mengambil sampel pelanggan yang sesuai kriteria dan ditemui saat peneliti menyebarkan kuesioner dengan kriteria sudah berbelanja > 3 kali dalam seminggu, sehingga setiap orang tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Karena jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka digunakan teknik penentuan sampel untuk populasi

tidak dapat diketahui dengan pasti maka besar sampel yang digunakan dengan rumus, menurut Widiyanto (2008:59) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4+(Moe)^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

- N = Jumlah sampel
- Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96
- Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa di korelasi, disini ditetapkan 10/5 atau 0,1. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan moe sebesar 10% dengan tingkat kebenaran 95% atau Z = 1,96

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z = 1,96 dan moe sebesar 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,4816}{0,04}$$

n = 96,04 dan dapat dibulatkan menjadi 97

Berdasarkan jumlah perhitungan di atas, dengan demikian jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96,04 = 97 responden.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer dan data sekunder

1. Data Primer

a) Teknik Pengamatan/*Observasi*

Yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi yang sebenarnya di lokasi penelitian.

b) Kuesioner

Yaitu dengan membagikan daftar pertanyaan kepada responden secara langsung untuk kemudian dijawab sesuai dengan keadaan sebenarnya.

2. Data Sekunder

a) Studi Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan menelaah bahan-bahan pustaka seperti buku-buku yang memuat teori-teori, karya ilmiah dan bahan lain yang relevan dengan penelitian.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Variabel pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X_1), keragaman produk (X_2) dan persepsi harga (X_3) merupakan variabel eksogenous, kepuasan pelanggan (Z) dan minat beli pelanggan (Y) merupakan variabel endogenous.

Tabel 3.1. Indikator dan Sub Indikator Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item	
Kualitas pelayanan (X1)	Bukti Fisik (Tangibles)	Lingkungan belanja bersih dan nyaman	1	
		Brosur dan fasilitas pendukung yang tertata rapi	2	
		Penampilan karyawan yang rapi dan profesional	3	
		Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman	4	
	Keandalan (Reliability)	Karyawan menginformasikan dengan jelas kepada pelanggan tentang produk – produk yang dijual	Karyawan memberikan layanan yang tepat pada waktunya	5
			Karyawan memberikan layanan yang tepat pada waktunya	6
	Daya Tanggap (Responsiveness)	Karyawan selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan	Karyawan selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat menyelesaikan keluhan pelanggan	7
			Karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien	8
			Karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien	9
	Jaminan (Assurance)	Karyawan menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan	Memberikan garansi untuk produk yang dibeli	10
			Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi	11
			Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi	12
	Empati (Empathy)	Karyawan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan	Karyawan memahami kebutuhan spesifik pelanggan	13
			Karyawan memahami kebutuhan spesifik pelanggan	14

Sumber : Lovelock dan Wirtz dalam Chrisna Sujatmiko (2012:3)

Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Variabel Keragaman Produk

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Keragaman Produk (X ₂)	Variasi Merek Produk	Transmart Carrefour menyediakan berbagai macam produk merek	1
	Variasi Kelengkapan Produk	Variasi produk yang ditawarkan beragam	2
		Ketersediaan produk yang lengkap	3
	Variasi Ukuran Produk	Menyediakan produk dengan ragam bentuk dan ukuran yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan	4
	Variasi Kualitas Produk	Kualitas produk yang diberikan	5

Sumber : Utami dikutip dalam Efi Dwi Ariyanti (2011:21)

Tabel 3.3. Indikator dan Sub Indikator Variabel Persepsi Harga

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Persepsi Harga (X ₃)	Harga Referensi	Keterjangkauan harga	1
		Adanya persaingan harga terhadap produk sejenis	2
	Asumsi Harga dan kualitas	Asumsi harga konsumen terhadap produk	3
		Harga sebagai kualitas produk yang ditawarkan	4
	Akhiran Harga	Harga sesuai yang ditertera di price card	5

Sumber : Kotler dan Keller (2011:50)

Tabel 3.4. Indikator dan Sub Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Kepuasan Pelanggan (Z)	Kesesuaian harapan	Merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan	1
		Informasi yang jelas dalam penyampaian ke pelanggan	2
		Karyawan yang cepat dan tanggap terhadap pelanggan	3
	Minat berkunjung kembali	Pelayanan dan produk yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan	4
		Niat untuk berkunjung kembali	5
		Harga yang terjangkau dan memenuhi kebutuhan pelanggan	6

Sumber : Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014:101)

Tabel 3.5. Indikator dan Sub Indikator Variabel Minat Beli Pelanggan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
Minat Beli Pelanggan (Y)	Transaksional	Niat kembali datang berbelanja kembali	1
		Kepuasan yang dirasa dari pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan	2
	Referensial	Berminat untuk memberikan informasi kepada pelanggan lain dengan kepuasan yang didapat	3
	Preferensi	Produk yang ditawarkan mempunyai banyak variasi yang ditawarkan	4
	Eksploratif	Mengetahui lebih jauh mengenai suatu produk	5

Sumber : Ferdinand (2006) dikutip oleh Basrah dan Samsul (2012:7)

Untuk melihat hasil sikap, pendapat dan persepsi responden terkait hubungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, harga melalui kepuasan pelanggan terhadap minat beli pelanggan, peneliti menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2012:86) Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu kejadian tertentu. Dalam skala likert, jawaban setiap item instrument mempunyai bobot nilai seperti terantum pada tabel 3.6 berikut ini, yaitu :

Tabel 3.6**Nilai Pernyataan**

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2012:86)

Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-pertanyaan kepada

responden untuk membantu menulis melakukan penelitian. Untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian, yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

3.4.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:2) Derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) yang valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas pada tiap – tiap item, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Jika koefisien korelasinya sama atau diatas 0,30 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya kurang dari 0,30 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

3.4.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:354) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan metode Cronbach Alpha dengan menggunakan program SPSS versi 23.0 dan suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar $> 0,6$. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi dapat dilakukan pengukuran di dalam pengukuran gejala yang sama.

3.5 Metode Analisis Data

Teknik analisis data kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah : Mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.5.1. Metode Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Ghozali (2013:249) Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur sendiri tidak menentukan hubungan sebab - akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Apa atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

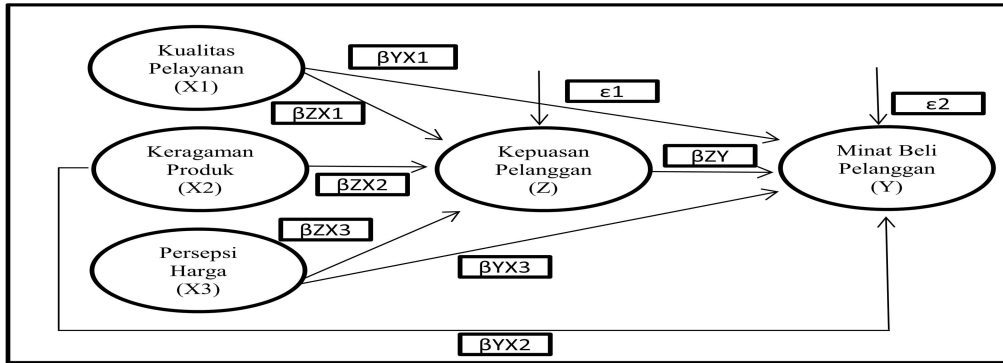
3.5.2. Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Dalam analisis jalur sebelum peneliti melakukan analisis suatu penelitian, terlebih dahulu peneliti membuat diagram jalur yang digunakan untuk mempresentasikan permasalahan dalam bentuk gambar dan menentukan persamaan struktural yang menyatakan hubungan antar variabel pada diagram jalur tersebut.

Menurut Juliansyah Noor (2014:81) Diagram jalur dapat digunakan untuk menghitung pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel Independen terhadap suatu variabel dependen. Pengaruh – pengaruh itu tercermin dalam apa yang disebut dengan koefisien jalur, dimana secara matematik analisis jalur mengikuti model struktural

a. Diagram Jalur

Langkah pertama dalam analisis jalur adalah merancang diagram jalur sesuai dengan hipotesisi yang dikembangkana dalam penelitian. Berdasarkan judul penelitian, maka model analisis jalur dalam penelitin ini dapat digambarkana tabel 3.1. sebagai berikut :



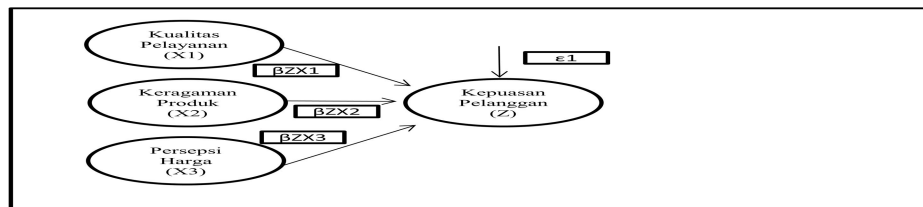
Gambar 3.1. Model Diagram Jalur Persamaan I dan II

Sumber : Data diolah 2019

b. Persamaan Struktural

Menurut Juliansyah Noor (2014:84) persamaan struktural adalah persamaan struktural adalah persamaan yang menyatakan hubungan antarvariabel pada diagram jalur yang ada. Berdasarkan diagram jalur pada Gambar 3.1. di atas, dapat diformulasikan ke dalam bentuk persamaan struktural, yaitu:

Persamaan jalur sub struktural pertama:



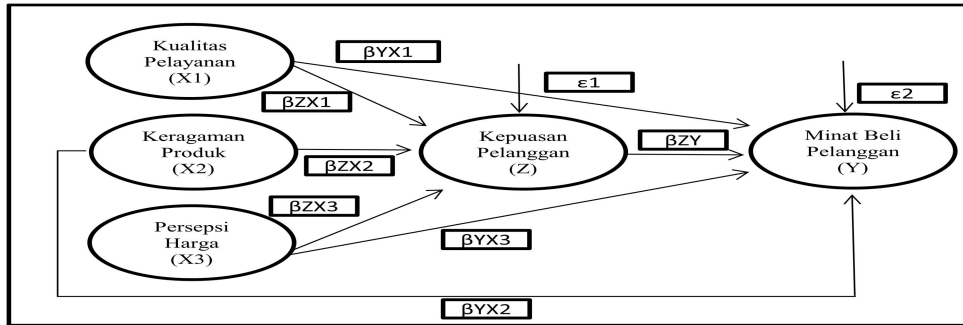
Gambar 3.2. Model Diagram Jalur Persamaan I

Sumber : Data diolah 2019

$$Z = \beta_{ZX1}X_1 + \beta_{ZX2}X_2 + \beta_{ZX3}X_3 + \epsilon_1 \dots\dots\dots (3.2)$$

Sub Struktur Pertama : Diagram Jalur X1,X2,X3 terhadap Z

Persamaan jalur sub struktur ke-dua:



Gambar 3.3. Model Diagram Jalur Persamaan II

Sumber : Data diolah 2019

$$Y = \beta_{YX1}X_1 + \beta_{YX2}X_2 + \beta_{YX3}X_3 + \epsilon_1 + \epsilon_2 \dots\dots\dots (3.3)$$

Sub Struktur Kedua : Diagram Jalur X1,X2,X3 dan Z terhadap Y

3.5.3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen kepada variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis nol (Ho) dan hipotesis alternatif (Ha).

Hipotesis nol (Ho) adalah suatu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel antara variabel independen dengan variabel dependen sedangkan hipotesis alternatif (Ha) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antar variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan secara simultan (Uji F) maupun secara parsial (Uji t).

3.5.4. Pengujian Secara Simulta (Uji F)

Menurut Ghozali (2012:98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan. Adapun kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Ho diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Jika angka signifikan $\geq 0,05$, maka Ho diterima

Jika angka signifikan $< 0,05$, maka Ho ditolak.

3.5.5. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2012:98) Uji statistik t disebut juga uji signifikan individual. Uji ini digunakan seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

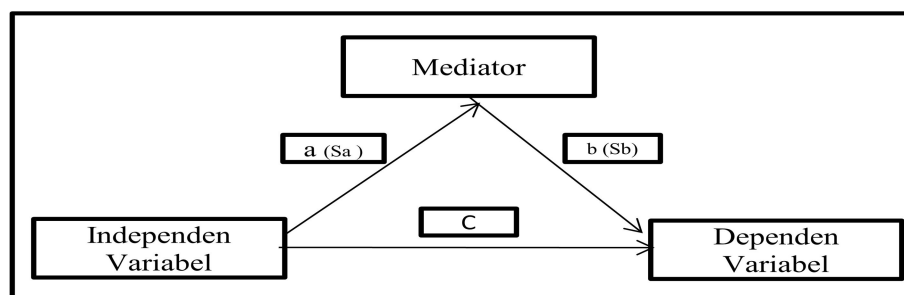
1. Jila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesisi ditolak. Hipotesisi ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesisi diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.5.6. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2012:97) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

3.5.7. Uji Sobel

Untuk mengetahui pengaruh X_1 terhadap Y melalui Z , pengaruh X_2 terhadap X melalui Z dan pengaruh X_3 terhadap X melalui Z akan digunakan konsep uji sobel (Sobel Test).



Gambar 3.4. Konsep Uji Sobel

Sumber : Data diolah 2019

Pengujian hipotesis mediasi ini dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dengan uji Sobel (*Sobel test*).

Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M . Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow M(a)$ dengan jalur $M \rightarrow Y (b)$ atau ab .

Jadi koefisien $ab = (c-c')$, dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M , sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah

mengotrol M. Standar *error koefisien* a dan b ditulis dengan Sa dan Sb dan besarnya *standar error* pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) Sab digambarkan sebagai berikut :

Adapun Sobel Test dihitung dengan rumus dibawah ini :

$$Sa = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2} \dots \dots \dots (3.4)$$

Keterangan :

- Sa = Standar error koefisien a
- Sb = Standar error koefisien b
- b = Koefisien variabel mediasi
- a = Koefisien variabel bebas

untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{sab} \dots \dots \dots (3.5)$$

Menurut Ghozali (2013: 248) Nilai t_{hitung} ini dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Jika nilai t_{hitung} lebih beari dari nilai t_{tabel} maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika jumlah sampel kecil maka uji sobel menjadi kurang konservatif.