

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif survei. Data kuantitatif dikumpulkan sebagai bagian dari studi deskriptif, yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan ciri-ciri variabel yang diteliti dari sebuah skenario. Untuk mengkarakterisasi, membandingkan, atau menjelaskan pengetahuan, sikap, dan perilaku orang, penelitian survei melibatkan perolehan informasi dari atau tentang individu. Survei dapat dilakukan sekali atau sering sehingga peneliti dapat secara berkala mencari perubahan.¹

Pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Memanfaatkan perangkat penelitian untuk pengumpulan data dan analisis data kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang disiapkan, kuantitatif digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu.²

B. Setting Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Swalayan Surya Baru yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No 148-150, Pati Kidul, Kecamatan Pati, Kabupaten Pati, Jawa Tengah.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 3 Agustus 2022 hingga 3 september 2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan individu, kejadian, atau objek menarik yang peneliti ingin bentuk opininya (berdasarkan statistik sampel).³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Swalayan Surya Baru.

¹ Uma Sekaran & Roger Bougie, *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2017): 14.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014):13.

³ Uma Sekaran & Roger Bougie, *Op. Cit.*, 58.

2. Sampel

Populasi termasuk sampel. Pemilihan orang-orang dari populasi menjadi sampel.⁴ Pendekatan sampling digunakan untuk menetapkan jumlah sampel. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh mewakili populasi penelitian, bahan yang akan dikumpulkan dikumpulkan dari sumber yang telah dipilih secara khusus berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria sampel penelitian ini meliputi:

- a. Responden merupakan konsumen yang melakukan pembelian di Swalayan Surya Baru minimal 3 kali.
- b. Responden berusia antara 20-50 tahun.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel di atas, peneliti menentukan jumlah sampel yang benar-benar representatif. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah anggota populasi tidak bisa atau tidak mungkin dihitung⁵. Berikut rumus Lemeshow yang digunakan.

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

Za : Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P : *Prevalensi outcome*, karena sampel belum diketahui, maka dipakai 50% (0,5).

Q : 1 – P

L : Tingkat ketelitian 10% (0,1)

Ukuran sampel dapat dihitung dengan menggunakan metode di atas dengan cara yang ditunjukkan di bawah ini:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 = 96$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden, yang akan dibulatkan menjadi 100 responden.

⁴ *Ibid*: 59.

⁵ *Ibid*: 84.

D. Identifikasi Variabel

1. Variabel Dependen

Variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan sebagai akibat dari variabel bebas dikenal sebagai variabel terikat.⁶ Loyalitas konsumen sebagai variabel terikat penelitian (Y).

2. Variabel Independen

Variabel bebas adalah faktor-faktor yang mempengaruhi, menyebabkan, atau mendorong munculnya variabel terikat.⁷ Variabel independen dalam penelitian ini antara lain: persepsi harga (X1), keragaman produk (X2), dan *store atmosphere* (X3).

3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang memodifikasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen sedemikian rupa sehingga yang pertama tidak secara langsung berdampak pada munculnya atau perubahan yang terakhir.⁸ Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Z).

E. Variabel Operasional

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Loyalitas Konsumen (Y)	Konsumen yang menunjukkan loyalitas pelanggan melakukan pembelian berulang atas barang dan jasa dari entitas bisnis yang sama, menggunakan lini produk dan layanan yang disediakan oleh entitas bisnis yang sama, dan memberi tahu orang lain tentang pengalaman positif mereka dengan perusahaan. perusahaan dan menunjukkan penolakan terhadap	1. <i>Repeat Purchase</i> 2. <i>Retention</i> 3. <i>Referalls</i>	Interval

⁶ *Ibid.*: 69.

⁷ *Ibid.*: 68.

⁸ *Ibid.*: 69.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	tawaran dari organisasi perusahaan saingan.		
Persepsi Harga (X1)	Kesan konsumen tentang nilai yang mereka dapatkan dari suatu transaksi dikenal sebagai persepsi harga.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan membayar harga yang wajar 2. Ketepatan penetapan harga 3. Kewajaran kebijakan harga 4. Perubahan harga sesuai dengan etika 5. Harga dapat diterima oleh pelanggan 	Interval
Keragaman Produk (X2)	Variasi produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang disediakan oleh vendor tertentu kepada pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi merek produk 2. Variasi kelengkapan produk 3. Variasi ukuran produk 4. Variasi kualitas produk 	Interval
Store Atmosphere (X3)	<i>Store atmosphere</i> adalah salah satu komponen bauran pemasaran yang sangat penting untuk menarik pelanggan, memudahkan pengalaman berbelanja mereka, dan mengingatkan mereka akan barang yang ingin mereka beli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Lighting</i> 2. <i>Music Background</i> 3. <i>Temperature</i> 4. Aroma Ruangan 5. Tata Ruang/<i>Sitting Layout</i> 6. <i>Building Design</i> 	Interval
Kepuasan Konsumen (Z)	Kepuasan konsumen adalah ukuran kejutan yang terkait dengan pembelian dan/atau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas 2. Selalu membeli produk 3. Memberi 	Interval

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	penggunaan suatu produk.	rekomendasi kepada orang lain 4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk	

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang relevan, dapat diandalkan, dan objektif untuk penelitian ini yang mungkin berfungsi sebagai dasar untuk proses analitik, sumber utamanya yaitu, sumber data yang secara langsung menawarkan data tentang pengumpulan data yang digunakan untuk membuat kuesioner.⁹ Proses pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan rincian tentang variabel penelitian. Penyebaran langsung kuesioner kepada sampel penelitian digunakan untuk distribusi.

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas menentukan apakah setiap indikasi dapat secara akurat mengukur tingkat alat ukur.¹⁰ Pada penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan program IBM SPSS AMOS 24. Dengan memasukkan beberapa tanda ke dalam satu variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung, CFA diantisipasi untuk meminimalkan kesalahan pengukuran.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian keandalan mengukur seberapa baik alat pengukur dapat memberikan temuan yang pada dasarnya sama ketika pengukuran berulang dilakukan pada hal yang sama. $\geq 0,7$ adalah tingkat keandalan yang dapat diterima. Selain itu, sebagai suplemen untuk mengukur keandalan konstruk, ada metrik keandalan lain yang disebut varians diekstraksi. Nilai

⁹ *Ibid*: 83.

¹⁰ Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017): 24.

idealnya adalah $\geq 0,5$.¹¹ Uji reliabilitas dalam SEM bisa diperoleh melalui rumus sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std loading})^2}{(\sum \text{std loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{std loading}^2}{\sum \text{std loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

Keterangan:

- 1) *Standart Loading* didapat dari *standarized loading* untuk tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan.
- 2) $\sum \epsilon_j$ adalah *measurement error* dari tiap indikator. *Measurement error* dapat diperoleh dari 1-*error*.

2. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis bertujuan untuk memvalidasi teori dan model serta menguji hipotesis. SEM (*Structural Equation Modelling*) akan digunakan sebagai teknik analisis data. SEM adalah metode statistik yang mengintegrasikan analisis faktor dan rute untuk menyelidiki dan memperkirakan hubungan sebab akibat. Variabel laten dan variabel yang diukur secara tidak langsung tetapi memiliki indikator atau parameter dapat diukur dengan menggunakan SEM. Selain itu, analisis faktor, analisis rute, dan regresi dapat dilakukan dengan menggunakan SEM.

Ada tujuh tahapan dalam menggunakan pemodelan SEM, yaitu:¹²

- a. Pengembangan model berdasar teori
Model yang akan dibangun akan dibenarkan oleh teori yang digunakan.
- b. Menyusun diagram jalur
Akan lebih mudah bagi peneliti untuk melihat hubungan antara variabel yang diselidiki dengan memanfaatkan diagram alur, dan diagram alur dapat membantu menunjukkan sebab-akibat.
- c. Konversi diagram alur kedalam persamaan
Hubungan sebab akibat antara beberapa konstruksi atau variabel dinyatakan dengan rangkaian persamaan dengan menggunakan rumus:

¹¹ *Ibid*: 27.

¹² *Ibid*: 73-125

$$\text{Variabel Endogen} = \text{Variabel Eksogen} + \text{Error}$$

d. Memilih jenis input matriks dan estimasi model

Hanya data input matriks varians/kovarians yang digunakan dalam SEM, setelah itu pemodelan dan estimasi dibuat. Fokus SEM adalah pada pola koneksi responden.

e. Menilai identifikasi model struktural

Masalah ini berkaitan dengan ketidakmampuan model untuk memberikan perkiraan yang berbeda.

f. Menilai kriteria *Goodness-of-Fit*

Model awal dikembangkan untuk meningkatkan kriteria keselarasan model *Goodness-of-Fit* (GOF). Model fit dapat dinilai dengan menguji berbagai index fit dari AMOS yang berdasarkan pada evaluasi asumsi SEM yang terpenuhi, yaitu:

1) Asumsi Normalitas

Untuk memastikan apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak, asumsi normalitas data adalah prosedur pengujian. Uji normalitas univariat dan multivariat dilakukan. Kriteria nilai kritis (*critical ratio*) *skewness value* sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikansi 0,1.

2) Asumsi Outlier

Pencilan adalah data yang menunjukkan sifat khas, menonjol dari pengamatan terkait, dan berbentuk nilai ekstrem baik untuk variabel tunggal maupun ganda. *Multivariate outlier* dapat dideteksi dengan memperhatikan nilai *mahalanobis distance*.

3) Asumsi Multikolinearitas dan Singularitas

Nilai matriks kovarians sampel yang sangat kecil atau mendekati nol merupakan tanda multikolinearitas atau singularitas.

Dalam SEM, antara lain hipotesis model diukur atau diuji dengan menggunakan uji kelayakan model (*goodness of fit*) dan uji statistik:

1) *Chi Square*. Model semakin akurat semakin rendah nilainya..

2) *Significance probability*. Untuk mengevaluasi tingkat relevansi model.

3) *CMIN/DF*. Nilai *Chi-Square* dibagi dengan nilai derajat kebebasan (*degree of freedom/DF*). Nilai ratio < 2 merupakan ukuran yang fit.

- 4) *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA). Jika $\leq 0,08$ menunjukkan bahwa indeks akseptabilitas model tinggi.
- 5) *Goodnes of Fit Index* (GFI). Ukuran non statistik yang nilainya berkisar dari 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai GFI $\geq 0,90$ adalah ukuran yang fit.
- 6) *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI). Nilai indeks keselarasan yang dimodifikasi dengan spesifikasi nilai $\geq 0,90$ menunjukkan bahwa model cocok dengan data.
- 7) *Tucker Lewis Index* (TLI). Ketentuan untuk menerima model $\geq 0,90$. Model yang digunakan memiliki kecocokan tinggi jika nilainya mendekati 1.
- 8) *Comparative Fit Index* (CFI). Nilainya berkisar dari 0 hingga 1; jika mendekati 1 menunjukkan bahwa model tersebut memiliki tingkat kecocokan yang tinggi, tetapi jika mendekati 0, menunjukkan bahwa model tersebut tidak memiliki tingkat kecocokan yang kuat. Peringkat CFI $\geq 0,90$ menunjukkan kecocokan yang sangat baik.

Tabel 3.2 Kriteria Evaluasi SEM pada Uji Kesesuaian Model (*Goodness of Fit*)

<i>Chi Square</i>	Diharapkan kecil
<i>Significanse probability</i>	$\geq 0,05$
CMIN/DF	$\leq 2,00$
RMSEA	$\geq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$

g. Interpretasi dan modifikasi model

Apakah model akhir telah disetujui atau tidak ditentukan dalam fase terakhir SEM. Meskipun model harus dimodifikasi karena tidak sesuai dengan temuan dari langkah pertama. Tetapi setiap perubahan harus memperhitungkan atau didasarkan pada hipotesis pendukung.

3. Uji Sobel

Metode yang dirancang oleh uji Sobel dapat digunakan untuk menguji hipotesis mediasi. Uji Sobel digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tidak langsung variabel

independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z). Uji sobel dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut.¹³

$$Sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2 \cdot sb^2}$$

Keterangan:

Sa = standar eror koefisien a

Sb = standar eror koefisien b

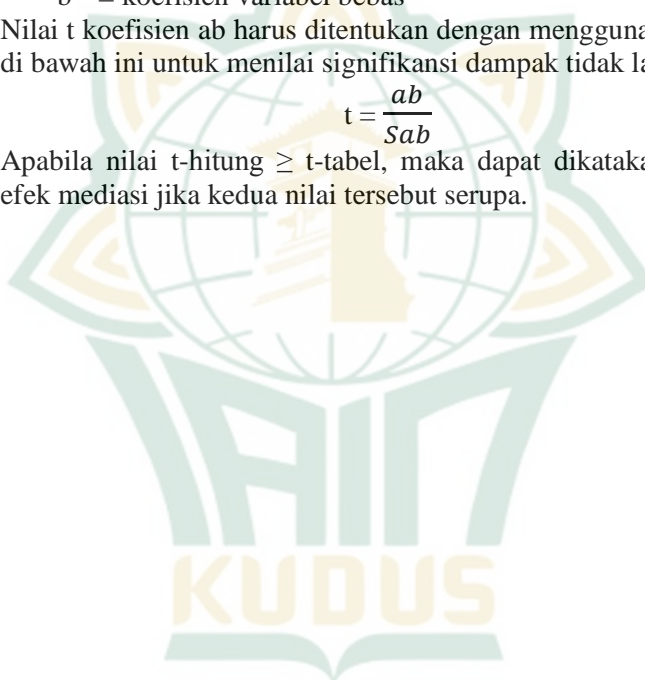
a = koefisien variabel mediasi

b = koefisien variabel bebas

Nilai t koefisien ab harus ditentukan dengan menggunakan rumus di bawah ini untuk menilai signifikansi dampak tidak langsung.

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

Apabila nilai t-hitung \geq t-tabel, maka dapat dikatakan terdapat efek mediasi jika kedua nilai tersebut serupa.



¹³ *Ibid*: 177.