

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis Metode Penelitian

Sugiyono (2010:45) menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode asosiatif yang bersifat klausal yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan klausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini penulis menganalisis uji pengaruh antara variabel yang diteliti yaitu pengaruh Faktor Budaya Persepsi dan Motivasi konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu dengan cara penyebaran kuesioner kepada konsumen Mie Yamin Bakso G 57 di perum Taman Cibinong Asri secara langsung.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, literatur-literatur yang berkaitan dengan objek penelitian. Data sekunder dalam

penelitian ini berupa hasil dokumentasi dari buku, dokumen, media internet dan jurnal. Data diperoleh dari teori tentang Faktor Budaya, Persepsi Pelanggan, Motivasi Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

B. Variabel Penelitian

Variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ada empat variabel yang akan diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Exogen Variable*)

Variabel eksogen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Sugiyono (2017:39) menjelaskan variabel eksogen dalam penelitian ini terdiri dari Faktor Budaya (ξ_1) Persepsi Pelanggan (ξ_2) Motivasi Pelanggan (ξ_3).

2. Variabel Terikat (*Endogen Variable*)

Variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel Sugiyono (2017:39) menjelaskan variabel endogen dalam penelitian ini adalah : Loyalitas Pelanggan (η_1).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2010 : 115) menjelaskan populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik kemudian akan disimpulkan. Populasi yang digunakan penulis adalah pelanggan yang membeli atau memesan Mie Yamin Bakso G 57 di perum Taman Cibinong Asri depan SMK Bangun Nusa Bangsa Kelurahan Karadenan. Populasi dalam ini jumlah tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut menurut Sugiyono (2010 : 116) penelitian hanya menggunakan sebagian populasi dapat mewakili. Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka besaran sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum error dan derajat kepercayaan dalam penafsiran populasi tersebut. Dalam penelitian ini dengan metode estimasi *Maximum like hood*, Besarnya sampel memiliki peran penting dalam interpretasi SEM. Dengan metode estimasi *Maksimum Likelihood* (ML) Minimum diperlukan sampel 100 dan maksimum 200 Imam Ghozali (2017:62). Dengan demikian sampel dalam penelitian ini 200 responden.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan *nonprobability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Menggunakan teknik *purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel dengan penetapan kriteria – kriteria tertentu terhadap populasi berdasarkan keinginan dan tujuan penelitian itu sendiri Sugiyono, (2017:84). Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kategori umur ≥ 12 tahun. Usia ini dipandang bisa memahami dengan baik pernyataan dalam angket. Perbedaan usia sangat mempengaruhi tingkat partisipasi masyarakat. Menurut Notoatmodjo, (2014:145) menyatakan semakin cukup umur tingkat kematangan dan kekuatan seseorang dalam berfikir, bekerja dan segi kepercayaan yang lebih tinggi kedewasaannya.
- b. Semua pelanggan mie yamin bakso G57, yang bertempat tinggal di Kelurahan Karadenan.
- c. Pelanggan mie yamin bakso G 57 periode Maret-Agustus 2019.

Analisis SEM menurut Sekaran dalam Haryono (2017:61) menerangkan bahwa analisis SEM membutuhkan sampel paling sedikit lima kali jumlah variabel indikator yang digunakan. Hair, et all (2010:102) menyebutkan untuk merekomendasikan ukuran sampel

dengan lima hingga dua puluh kali jumlah indikator yang diestimasi. Penulis menggunakan teknik *Maximum Likelihood Estimation* (ML). Teknik ML efektif untuk sampel berkisar 150 – 400 sampel Haryono (2017:61) menyatakan dalam penelitian ini terdapat 20 item pertanyaan, supaya merekomendasikan dari teori – teori diatas terpenuhi maka jumlah sampel dikali 10 jumlah pertanyaan atau sebanyak $10 \times 20 = 200$ responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner secara langsung terhadap konsumen Mie Yamin Bakso G57 menggunakan media cetak.

1. Kuesioner

Penulis menyebarkan angket yang berupa pernyataan kepada responden. Untuk mengetahui bagaimana Loyalitas Pelanggan Mie Yamin Bakso G 57.

2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pelanggan yang telah melakukan pembelian Mie Yamin Bakso G 57 di Kelurahan Karadenan perumahan Taman Cibinong Asri.

3. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data dengan menggunakan catatan – catatan atau dokumentasi yang ada di lokasi Kelurahan Karadenan perumahan Taman Cibinong Asri.

E. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan instrumen riset karena merupakan salah satu tahap pengumpulan data. Untuk mempermudah pengukuran variabel peneliti dapat mencapai suatu tolak ukur dalam konsep hakikatnya pengukuran data. Instrument penelitian dijabarkan lebih lanjut kedalam indikator dan pengukuran seperti tabel berikut :

1. Faktor Budaya

Sumarwan (2011:249) menjelaskan budaya (*Culture*) merupakan segala nilai, pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Indikator ini terdiri dari 5 item pernyataan dengan skala Likert 1-5.

2. Persepsi Pelanggan

Persepsi pelanggan merupakan Devito dalam Sudaryono (2016:302) menjelaskan proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. Sementara persepsi Suprananto & Limakrisna (2011:166) merupakan proses penerimaan rangsangan atau stimulasi dipahami, diubah menjadi

informasi dan disimpan. Indikator ini terdiri dari 4 dan 2 item pernyataan dengan skala Likert 1-5.

3. Motivasi Pelanggan

Motivasi pelanggan Maslow dalam Sumarwan (2011:26) lima kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingan mulai dari yang rendah hingga paling tinggi. Indikator ini terdiri dari 5 item pernyataan dengan skala Likert 1-5.

4. Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting Griffin dalam Hurriyati (2010:130) menyatakan loyalitas pelanggan pembelian kemali didasarkan pada pengambilan keputusan. Mempertahankan mereka berarti meingkatkan profitabilitas dan mempertahankan keberadaan perusahaan. Indikator ini terdiri dari 4 item pernyataan dengan skala Likert 1-5.

Proses penggambaran variabel penelitian yang lebih jelas yaitu:

Tabel 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode Indikator	Skala
Faktor Budaya	Nilai	Konsumen percaya mie yamin bakso G 57 sudah cukup mengenyangkan.	FB 1	Likert
	Larangan	Konsumen tidak percaya mie yamin bakso G 57 ada unsur haram dari minyak babi.	FB2	Likert
	Konveksi	Kebiasaan konsumen mengkonsumsi mie yamin bakso G 57 secara rutin.	FB3	Likert
	Mitos	Konsumen tetap konsumsi mie meskipun mie mengandung pengawet.	FB4	Likert
	Simbolik	Menurut konsumen tampilan warung mie yamin G 57 membawa unsur kejawaan.	FB5	Likert
Variabel	Dimensi	Indikator	Kode Indikator	Skala
Persepsi Pelanggan	Penglihatan	Menurut konsumen lokasi mie yamin bakso G57 strategis, produk berkualitas dan harga terjangkau.	PS1	Likert
	Aroma	Aroma sajian ayam mie yamin bakso G 57 sangat unik dan khas.	PS2	Likert
	Rasa	Cita rasa dan kandungan gizi mie yamin bakso G 57 sangat komplit.	PS3	Likert
	Tekstur	Tekstur mie yamin bakso G 57 yang kenyal beda dengan pesaing.	PS4	Likert
	Faktor Stimulus	Desain spanduk mie yamin bakso G 57 sangat mempengaruhi perilaku	PS5	Likert

		pembelian.		
	Faktor fungsional	Pelayanan di mie yamin bakso G 57 sangat memuaskan.	PS6	Likert
Variabel	Dimensi	Indikator	Kode Indikator	Skala
Motivasi Pelanggan	Kebutuhan Fisiologis	Ketika lapar konsumen segera memilih alternatif mie yamin bakso G 57.	MK1	Likert
	Kebutuhan Rasa aman	Konsumen membeli mie yamin bakso G 57 karena mereknya yang halal.	MK2	Likert
	Kebutuhan Sosial	Konsumen sangat senang apabila mengkonsumsi mie yamin bakso G 57	MK3	Likert
	Kebutuhan Ego	Konsumen selalu puas dan setia terhadap produk mie yamin bakso G 57.	MK4	Likert
	Kebutuhan Aktualisasi Diri	Saya sarankan untuk membeli mie di warung mie yamin bakso G 57.	MK5	Likert
Variabel	Dimensi	Indikator	Kode Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan	Konsisten	Konsumen yang sudah merasakan mie yamin bakso G57 akan kembali membeli.	LP1	Likert
	Tidak tertarik produk lain	Konsumen tidak tertarik untuk membeli mie yamin bakso pesaing yang sejenis.	LP2	Likert
	Rekomendasi	Konsumen akan merekomendasikan kepada semua orang untuk membeli mie yamin bakso G 57.	LP3	Likert
	Kekebalan	Konsumen sudah merasakan kenikmatan produk mie yamin bakso G 57.	LP4	Likert

Sumber : Data diolah 2019

F. Metode Pengambilan Data

Cara memperoleh data dalam penelitian ini dengan kuesioner, merupakan sekumpulan pernyataan yang penulis sebarakan berupa angket ke responden. Pengukuran variabel dengan skala likert yaitu:

1. = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. = Tidak Setuju (TS)
3. = Netral (N)
4. = Setuju (S)
5. = Sangat Setuju (SS)

D. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dioperasikan melalui program AMOS 23.0. SEM merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor (*Faktor analysis*) yang dikembangkan di ilmu psikologi dan psikometri serta model persamaan simultan (*simultaneous equation modelling*) yang dikembangkan di ekonometrika Ghazali (2017:3). Menurut Hair et.al dalam Ghazali (2017:59), ada tujuh langkah tahapan pemodelan dan analisis persamaan struktural SEM, yaitu (1) pengembangan model secara teoritis; (2) menyusun diagram jalur (*path diagram*), (3)mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural; (4) memilih matrik input untuk analisis data :

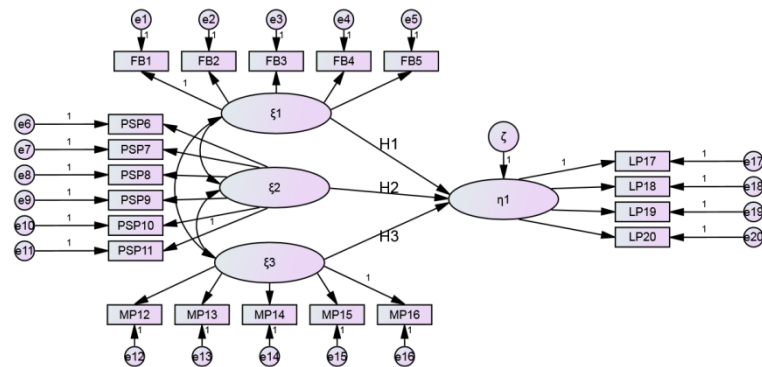
(5) menilai identifikasi model; (6) mengevaluasi estimasi model; dan (7) interpretasi terhadap model.

1. Pengembangan Model berdasarkan Teori

Model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas antara dua variabel yang diasumsikan oleh peneliti bukan terletak pada metode analisis yang dipilih, tetapi terletak pada justifikasi (pembenaran) secara teoritis untuk mendukung analisis.

2. Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural

Konstruk penelitian yang telah valid dan reliabel dikembangkan dalam diagram jalu.



Gambar 3
Model persamaan

Model yang digambarkan diatas dapat digambarkan dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

Persamaan Struktural: $\eta_1 = \gamma_{11}\xi_1 + \gamma_{12}\xi_2 + \gamma_{13}\xi_3$

Persamaan Pengukuran Variabel Eksogen

Faktor Budaya(ξ_1)

$$FB_1 = \lambda_{11}\xi_1 + \delta_1$$

$$FB_2 = \lambda_{21}\xi_1 + \delta_2$$

$$FB_3 = \lambda_{31}\xi_1 + \delta_3$$

$$FB_4 = \lambda_{41}\xi_1 + \delta_4$$

Persepsi Pelanggan (ξ_2)

$$PSP_1 = \lambda_{12}\xi_2 + \delta_6$$

$$PSP_2 = \lambda_{22}\xi_2 + \delta_7$$

$$PS_3 = \lambda_{32}\xi_2 + \delta_8$$

$$PSP_4 = \lambda_{43}\xi_2 + \delta_9$$

$$PSP_5 = \lambda_{53}\xi_3 + \delta_{10}$$

Motivasi Pelanggan(ξ_3)

$$MP_1 = \lambda_{13}\xi_3 + \delta_{11}$$

$$MP_2 = \lambda_{23}\xi_3 + \delta_{12}$$

$$MP_3 = \lambda_{33}\xi_3 + \delta_{13}$$

$$MP_4 = \lambda_{43}\xi_3 + \delta_{14}$$

Loyalitas Pelanggan (η_1)

$$LP_1 = \lambda_{11}\eta_1 + \varepsilon_1$$

$$LP_2 = \lambda_{21}\eta_1 + \varepsilon_2$$

$$LP_3 = \lambda_{31}\eta_1 + \varepsilon_3$$

$$LP_4 = \lambda_{41}\eta_1 + \varepsilon_4$$

Persamaan Struktural

Persamaan pengukuran Variabel Eksogen Faktor Budaya (ξ_1)

Persepsi Pelanggan (ξ_2)

Motivasi Pelanggan (ξ_3)

Persamaan Pengukuran Variabel Endogen Loyalitas Pelanggan

3. Memilih Jenis Matrik dan Estimasi Model yang diusulkan

Model persamaan struktural merekomendasikan input matrik dalam bentuk *covarian* atau korelasi yaitu dimana data mentah observasi individu di input ke dalam program AMOS kemudian program AMOS akan merubah terlebih dahulu data mentah tersebut menjadi matrik kovarian atau matrik korelasi. Model estimasi yang digunakan adalah Maksimum Likelihood 100 sampai 200. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 200 responden.

4. Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama proses estimasi berlangsung sering didapat hasil estimasi yang tidak logis atau *meaningless* dan hal ini berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi adalah ketidakmampuan *proposed* model untuk menghasilkan *unique estimate*. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimate yang meliputi :

- a. Terdapat nilai standar error yang besar untuk satu atau lebih koefisien.
- b. Ketidakmampuan program untuk invert information matrix.
- c. Nilai estimasi yang tidak mungkin misalkan error variance yang negatif.
- d. Adanya nilai korelasi yang tinggi ($> 0,90$) antar koefisien estimasi.

5. Menilai kriteria Goodness of Fit

Sebelum menilai kelayakan dari model struktural adalah menilai apakah data yang akan diolah sudah memenuhi asumsi SEM.

a. Uji Asumsi SEM

1) Uji Normalitas

Haryono (2017:245) Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan critical ratio skewness value sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikansi. Data dapat

disimpulkan mempunyai distribusi normal jika *ratio skewness value* $< 2,85$.

2) Uji Outlier

Haryono (2017:246) Outlier adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi – observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim. Untuk melihat ada tidaknya outlier dapat dilihat melalui jarak *mahalanobis distance* yang kemudian dibandingkan dengan nilai *Chi Square*. Maka apabila nilai mahalanobisnya dibawah nilai *Chi Square* maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada outlier pada data.

3) Uji Multikolineritas

Haryono (2017:248) Multikolineritas dapat dilihat melalui determinan matrik kovarians. Nilai determinan yang sangat kecil menunjukkan indikasi terdapatnya masalah multikolineritas, sehingga data tidak dapat jauh dari angka nol maka dapat dinyatakan data tidak terdapat masalah multikolineritas atau singularitas.

b. Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model bertujuan untuk melihat apakah hasil estimasi model bersifat baik atau tidak. Kriteria kelayakan model (Goodness of fit) yang umumnya digunakan meliputi:

1) Likelihood Ratio Chi Square Statistic

Nilai chi square yang tinggi relatif terhadap degree of freedom menunjukkan bahwa matrik kovarian atau korelasi yang diobservasi dengan yang dihiprediksi berbeda secara nyata dan ini menghasilkan probabilitas (p) yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α).

Sebaliknya nilai chi square yang kecil akan menghasilkan nilai probabilitas (p) yang lebih besar dari tingkat signifikansi (α) dan ini menunjukkan bahwa input matrik kovarian antara prediksi dengan observasi sesungguhnya tidak berbeda secara signifikan.

Dalam penelitian ini diharapkan bahwa model yang diusulkan cocok atau fit dengan data observasi maka harus dicari nilai chi square yang tidak signifikan $> 0,05$. Program AMOS akan memberikan nilai *chi square* dengan perintah \cmin dan nilai probabilitas dengan perintah \p, serta besarnya *degree of freedom* dengan perintah \df.

2) CMIN/DF

Adalah nilai *chi square* dibagi dengan *degree of freedom*. Menurut Bryne dalam Ghazali (2011) nilai ratio lima atau kurang dari lima merupakan ukuran fit. Program AMOS akan memberikan nilai CMIN /DF dengan perintah \cmindf.

3) RMSEA

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan *statistic chi square* menolak model dengan jumlah sampel besar. Nilai RMSEA antara 0,05 sampai 0,08 ukuran yang diterima. Program AMOS akan memberikan nilai RMSEA dengan perintah \rmsea.

4) GFI

Goodness of fit Index adalah ukuran non statistik yang nilainya berkisar dari nilai 0 (*poor fit*) sampai 1.0 (*perfect fit*). Nilai GFI tinggi menunjukkan fit yang lebih baik dan berapa nilai fit yang dapat diterima sebagai nilai yang layak belum ada standarnya, tetapi banyak peneliti menganjurkan nilai $\geq 0,90$ sebagai ukuran good fit. Program AMOS akan memberikan nilai GFI dengan perintah \gfi.

5) TLI

TLI (*Trucker Lewis Index*) atau dikenal dengan nonnormed fit index (NNFI). Ukuran ini menggabungkan ukuran persimony ke dalam indeks komparasi antara proposed model dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1.0. nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau $\geq 0,90$. Program AMOS akan memberikan nilai TLI dengan perintah \tli.

6) CFI

Comparative Fit Index (CFI) besar indeks tidak dipengaruhi ukuran sampel karena sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Indeks sangat dianjurkan, begitu pula TLI, karena indeks ini relative tidak sensitive terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi kerumitan model nilai CFI berkisar antara 0-1. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat kesesuaian yang lebih baik. Nilai CFI yang direkomendasikan adalah sama atau $\geq 0,90$.

Tabel 3
Goodness off fit

Goodness Off Fit Indeks	Cut Off Value
RMSEA	0,05 - 0,80
GFI	$\geq 0,90$
CMIN / DF	$< 2,00$
TLI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$
AFGI	$\geq 0,90$

Sumber Model Persamaan Struktural (Ghozali 2017)

6. *Measurement Model Fit*

Langkah selanjutnya adalah mengukur konstruk dengan menilai uji *dimensionalitas* dan reliabilitas dari konstruk uji dimensional adalah asumsi yang melandasi perhitungan realibilitas dan ditunjukkan ketika indikator suatu konstruk memiliki *acceptable fit* satu *single factor (one dimensional)* model. Penggunaan ukuran *Cronbach Alpha* tidak menjamin uji *dimensional* tetapi mengasumsikan adanya uji *dimensionalitas*. Peneliti harus melakukan uji dimensionalitas untuk semua multiple indikator konstruk sebelum menilai reliabilitasnya.

Pendekatan untuk menilai measurement model adalah dengan mengukur composite reliability dan variance extracted untuk setiap konstruk. Reliability adalah ukuran internal consistency indikator suatu konstruk. Internal reliability yang tinggi memberikan keyakinan bahwa indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya. Tingkat reliabilitas < 0.70 dapat diterima untuk penelitian yang masih bersifat eksploratori.

Reliabilitas tidak menjamin adanya validitas. Validitas ialah mengukur sejauh mana suatu indikator secara akurat yang dapat diukur. Ukuran reliabilitas yang lain adalah *variance extracted* sebagai pelengkap *variance extracted* > 0.50. Berikut ini rumus untuk menghitung *construct reliability* dan *variance extracted*.

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

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

7. Interpretasi Model

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai *koefisien standardized regression*. Jika nilai CR besar dari nilai *koefisien standartized regrision* dan nilai (p) probabilitas > 0,05 maka Ha diterima (terdapat pengaruh). Apabila CR lebih kecil dari nilai *koefisien standarized regression* dan nilai (p) probabilitas > 0,05 maka Ha ditolak. Jika Ha ditolak H0 dapat diterima (tidak terdapat pengaruh).

SEM analisis jalur memiliki beberapa simbol antara lain :

1. ξ (KSI)= Mewakili variabel laten eksogen.
2. η (ETA)= Mewakili variabel laten eksogen.
3. β (BETA) = Koefisien pengaruh variabel endogen ke endogen.
4. λ (LAMDA) =Hubungan variabel eksogen ke endogen lain.

5. γ (GAMA) = Hubungan variabel eksogen terhadap variabel eksogen ke endogen lain.
6. ϕ (PHI) = Kovarian/korelasi variabel eksogen
7. δ (DELTA) = Kesalahan pengukuran dari indikator variabel eksogen
8. ε (EPILSON) = Kesalahan pengukuran dari indikator variabel endogen.
9. ζ (ZETA) = Kesalahan pengukuran antara variabel eksogen dan endogen.

Adapun dari simbol – simbol tersebut digunakan untuk menunjukkan pola hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen maupun dengan indikator – indikatornya pada bab – bab selanjutnya.