

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika (Bisri, 2013: 12). Dalam penelitian ini akan dijelaskan pengaruh antara keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

3.2 Variabel Penelitian

3.2.1. Macam Variabel

3.2.1.1. Variabel Eksogen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas/terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2013:59). Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah Keragaman Produk (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3).

3.2.1.2. Variabel Endogen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat/tergantung. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi

atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013;59). Variabel endogen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Z) dan Niat Beli Ulang (Y).

3.2.2. Definisi Operasional Variabel

3.2.2.1. Keragaman Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012:15) keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu.

Indikator keragaman produk dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Desain produk yang beragam
2. Kualitas produk yang beragam
3. Jenis produk yang beragam
4. Variasi ukuran produk
5. Variasi Merek produk

3.2.2.2. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut Kotler dan Armstrong (2014:151).

Indikator harga dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian harga dengan manfaat produk
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Keterjangkauan harga.
- 4) Daya saing harga.

3.2.2.3. Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012:59) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- 1) Reliabilitas
- 2) Responsivitas,
- 3) Jaminan (*assurance*)
- 4) Empati
- 5) Bukti fisik (*tangibles*)

3.2.2.4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono, 2012:146).

Indikator Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- 1) Perasaan puas
- 2) Selalu membeli produk (*Re-purchase*)
- 3) Menciptakan Citra Merek

3.2.2.5. Niat Beli Ulang

Niat beli ulang ialah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut (Kuncara, 2013:54).

Indikator Niat beli ulang yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Berniat untuk membeli kembali
2. Merekomendasikan ke orang lain
3. Berbelanja dengan sesering mungkin

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis data

Data yang diperoleh peneliti dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu:

- 1) Data kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dalam suatu skala *numeric* atau angka (Kuncoro, 2011:23).

- 2) Data kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak mampu diukur dalam skala *numeric*.

Tetapi karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar dapat diproses lebih lanjut (Kuncoro, 2011:23).

3.3.2. Sumber data

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1) Data primer

Data Primer yaitu data yang diambil langsung dari lapangan yang kemudian diolah dan dianalisis, data primer dalam penelitian ini ialah hasil kuesioner.

2) Data sekunder

Data sekunder ialah data yang diperoleh secara tidak langsung yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada diluar responden, data sekunder dalam penelitian ini ialah laporan penjualan.

3.4. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2013: 90) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang pernah membeli di toko Outdoor Grosir secara online.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2011:115). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan metode analisis yang digunakan yaitu *Structural Equation Model (SEM)*. Dalam metode SEM, jumlah sampel yang dibutuhkan paling sedikit 5 kali jumlah variabel indikator (Ferdinand, 2014:231). Adapun jumlah indikator dalam penelitian ini

sebanyak 20 indikator, sehingga didapatkan $20 \times 7 = 140$ sampel. Hasil tersebut juga memenuhi kriteria yang diusulkan oleh Hair et al. (2010:637) yaitu dengan teknik *Maximum Likelihood Estimation* (MLE). Jumlah sampel yang baik menurut MLE berkisar antara 100-200 sampel. Oleh karena itu jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 140 sampel.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan responden adalah *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono,2013:218). Adapun kriterianya yang diambil yaitu konsumen yang pernah berbelanja lebih dari 1 kali ditoko Outdoor Grosir secara online.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau hal-hal atau keterangan-keterangan atau karakteristik-karakteristik sebagian atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian (Sugiyono, 2012:11). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Kuesioner. Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan responden akan memberikan respon terhadap pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Responden akan dihubungi via *Email* atau Whatsapp guna diberikan link pengisian kuesioner menggunakan bantuan *Google Form*.

3.6. Pengolahan Data

Data yang terkumpul dilakukan pengolahan dengan metode berikut ini :

3.6.1. *Coding*

Coding adalah memberi tanda atau kode yang berupa angka jawaban pertanyaan untuk memperoleh data kualitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesis.

3.6.2. *Scoring*

Yaitu kegiatan yang berupa pemberian nilai atau harga yang berupa angka jawaban pertanyaan untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesis. Adapun skala nilai yang digunakan adalah skala likert 5 untuk pemberian skor pada setiap jawaban sebagai berikut (Sugiyono, 2014:93):

1. Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5
2. Jawaban setuju (S) diberi skor 4
3. Jawaban netral (N) diberi skor 3
4. Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2
5. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

3.6.3. *Editing*

Editing adalah mengoreksi terhadap kemungkinan terhadap terjadinya kesalahan terhadap data yang telah diperoleh berdasarkan penelitian.

8.6.4. *Tabulating*

Tabulating merupakan pengolahan data dengan cara menyusun tabel dari data yang sudah berhasil dikumpulkan baik dalam penyajian data maupun analisis data.

3.7. Metode Analisis

3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1.1. *Convergence Validity*

Item-item atau indikator suatu kostruk laten harus *converge* atau *share* (berbagi) proporsi varian yang tinggi dan ini disebut *convergent validity*. Untuk mengukur validitas kostruk dapat dilihat dari nilai faktor loadingnya. Syarat yang harus dipenuhi yaitu *loading factor (standardized loading estimate)* harus sama atau diatas 0,50 (Ghozali, 2013:141).

3.7.1.2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Dalam analisis faktor konfirmatori, prosentase rata-rata nilai *Variance Exreacted (AVE)* antar item atau indikator suatu set kostruk laten merupakan ringkasan *convergen* indikator. AVE dapat dihitung dengan menggunakan nilai *standardized loading* dengan rumus sebagai berikut :

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda^2}{\sum_{i=1}^n \lambda^2 + \sum_{i=1}^n Var(\epsilon_i)}$$

Simbol λ menunjukkan *standardized factor loading* dan I adalah jumlah item atau indikator. Jadi unruk n item, AVE dihitung sebagai total kuadrat *standardized factor loading (squared multiple correlation)* dibagi dengan total kuadrat *standardizes loading ditambah total varians dari error*. Nilai AVE harus sama dengan atau diatas 0,50 yang artinya menunjukkan adanya *convergent* yang baik serta harus dihitung untuk setiap kostruk laten (Ghozali, 2013:142).

3.7.1.3. *Discriminant Validity*

Discriminant validity mengukur sampai seberapa jauh suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Nilai *discriminant validity* yang tinggi memberikan bukti bahwa suatu konstruk adalah unik dan mampu menangkap fenomena yang diukur. Cara mengujinya adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari AVE (\sqrt{AVE}) dengan nilai korelasi antar konstruk (Ghozali, 2013:145).

3.7.1.4. *Construct Reliability*

Reliabilitas juga merupakan salah satu indikator validitas *confergent*. Banyak juga menggunakan cronbach alpha sebagai ukuran reliabilitas walaupun kenyataannya *cronbach alpha* memberikan reliabilitas yang lebih rendah (*under estimate*) dibandingkan dengan *construct reliability*. Besarnya *construct reliability* (CR) dapat dihitung dengan rumus berikut :

$$CR = \frac{[\sum_{i=1}^n \lambda_i]^2}{[\sum_{i=1}^n \lambda_i]^2 + [\sum_{i=1}^n \delta_i]^2}$$

Construct reliability sebesar 0,70 atau lebih menunjukkan reliabilitas yang baik, sedangkan reliabilitas 0,60 – 0,70 masih dapat diterima dengan syarat validitas indikator dalam model baik (Ghozali, 2013:144).

3.7.2. Uji Model

Menurut Hair et, al dalam Ghozali (2013:59-70) mangajukan tahapan pemodelan dan analisis persamaan struktural menjadi 7 langkah yaitu:

1. Pengembangan Model Berbasis Teori

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

2. Menyusun Diagram Jalur (*Path Diagram*)

Langkah berikutnya adalah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur. Diagram jalur akan mempermudah peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang diuji. Hubungan-hubungan kausal biasanya dinyatakan dalam bentuk persamaan, tetapi dalam SEM hubungan kausalitas tersebut cukup digambarkan dalam sebuah path diagram dan selanjutnya bahasa program akan mengkonversi gambar menjadi persamaan dan persamaan menjadi estimasi.

3. Menyusun Persamaan Struktural

Setelah menyusun diagram jalur selanjutnya adalah menyusun persamaan strukturalnya. Ada dua hal yang perlu dilakukan yaitu menyusun model struktural, yaitu menghubungkan antar konstruk

laten baik endogen maupun eksogen dan menyusun *measurement* model yaitu menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen dengan variabel indikator atau manifest.

4. Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan

Perbedaan SEM dengan teknik-teknik multivariant lainnya adalah dalam input data yang di gunakan input matrik varian/kovarian untuk menguji teori. Namun demikian jika peneliti hanya ingin melihat pola hubungan dan tidak melihat total penjelasan yang diperlukan dalam uji teori, maka pengguna matrik korelasi dapat diterima.

5. Menilai Masalah Identifikasi

Problem identifikasi adalah ketidak mampuan proposed model untuk menghasilkan unique estimate. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi:

- a) Adanya nilai standard error yang besar untuk satu atau lebih koefisien
- b) Ketidak mampuan 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

3.7.3. Evaluasi Kriteria *Goodness Of Fit*

Langkah pertama dalam model yang sudah dihasilkan dalam analisis SEM adalah memperhatikan terpenuhinya asumsi asumsi dalam SEM, yaitu:

a. Ukuran Sampel

Dimana ukuran sampel yang harus dipenuhi adalah minimum berjumlah 100 sampel.

b. *Normalisasi* dan *Linearitas*

Dimana normalisasi diuji dengan melihat gambar histogram data dan diuji dengan metode statistik. Sedangkan uji linearitas dapat dilakukan dengan mengamati scatterplots dari data serta dilihat pola penyebarannya.

c. Outliers

Adalah observasi yang muncul dengan nilai ekstrim yaitu yang muncul karena kombinasi karakteristik yang unik dan terlihat sangat berbeda dengan observasi yang lain.

d. *Multicollinearity* dan *Singularity*

Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari *determinan matriks kovarian* yang sangat kecil dengan melihat data kombinasi linear dari variabel yang dianalisis.

Keterangan *Goodness of Fit Index* (Ghozali, 2011:66-68) :

- a. χ^2 *Chi Square* statistik merupakan ukuran fundamental dari *overall fit*. Ukuran fundamental dari *overall fit* adalah *likelihood-ratio chi-*

square (χ^2). Model yang diuji dipandang baik atau memuaskan apabila nilai *chi* Suarenya rendah, semakin kecil χ^2 semakin baik model itu tingkat signifikannya (α) dan diterima berdasarkan probabilitas (p).

- b. CMIN/DF adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* adalah nilai chi-square yang dibagi dengan degree of freedom. Nilai ratio 5 atau < 5 termasuk ukuran yang *reasonable*. Kemudian dikembangkan lagi nilai ratio < 2 termasuk ukuran yang fit.
- c. GFI (*Goodness of Fit Index*) adalah ukuran non-statistik yang nilainya berkisar antara 0 sampai 1. Semakin tinggi nilainya menunjukkan fit yang lebih baik. Nilai GFI $> 0,90$ mengisyaratkan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik.
- d. RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*) merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik chi square menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0,05 dan 0,08 mengindikasikan indeks yang baik untuk menerima kesesuaian sebuah model.
- e. AGFI (*Adjusted Goodness Of Fit Index*) merupakan pengembangan dari *Goodness of Fit Index* (GFI) yang telah disesuaikan dengan *ratio degree of freedom*. Analog dengan R² pada regresi berganda. Nilai yang direkomendasikan adalah AFGI $\geq 0,90$. Semakin besar nilai AFGI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model.
- f. TLI (*Turker Lewis Index*) merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline

model, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah $\geq 0,90$ dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan a *very good fit*.

- g. CFI (*Comparative Fit Index*), merupakan ukuran perbandingan antara proposed model dan null model. Nilai CFI berkisar antara 0 sampai 1 dan nilai yang direkomendasikan sebesar $\geq 0,90$.

3.7.4. Interpretasi Dan Modifikasi Model

Ketika model telah dinyatakan diterima, maka peneliti dapat mempertimbangkan dilakukannya modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness-of-fit*. Pengukuran model dapat dilakukan dengan modification indices. Nilai modification indices sama dengan terjadinya penurunan *Chi-squares* jika koefisien destimasi. Nilainya sama dengan atau > 3.84 menunjukkan telah terjadinya penurunan chi-squares secara signifikan.

3.7.5. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah datamengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas perlu dilakukan baik normalitas untuk data yang bersifat tunggal (univariate) maupun normalitas seluruh data (multivariate). Dalam output AMOS, uji normalitas dilakukan dengan membandingkan nilai CR (critical ratio) pada Assesment of Normality dengan kritis $\pm 2,58$ pada level 0,01. Jika terdapat nilai CR yng lebih besar dari nilai kritis maka distribusi data tersebut tidak

normal secara univariate, sedangkan secara multivariate dapat dilihat pada CR baris terakhir dengan ketentuan yang sama.

3.7.6. Uji Outliers

Uji Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariate maupun multivariate. Apabila terjadi outliers maka data tersebut dapat dikeluarkan dari analisis. Untuk mendeteksi adanya outliers univariate maka data perlu dikonversikan terlebih dahulu kedalam standar score (z-score) yang memiliki rata-rata nol dengan standar deviasi 1. Untuk sampel besar (di atas 80), nilai ambang batas dari z-score tersebut berada pada rentang 3 sampai dengan 4. Oleh karena itu jika dalam penelitian terjadi $z\text{-score} \geq 3,0$ maka dikategorikan outliers. Ghozali (2014) menyatakan bahwa dalam kriteria data jika standar deviasinya sama maka dilakukan dengan kriteria jarak mahalanobis pada tingkat $p > 0,001$. Jarak tersebut dievaluasi dengan menggunakan pada derajat bebas sebesar jumlah variabel terukur yang digunakan dalam penelitian.

3.7.7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan adanya pengaruh atau tidak antar variabel penelitian. Pengujian ini dengan cara menganalisis nilai Regression Weight, yaitu nilai *Critical Ratio* (CR) dan Probability (P). Batasan yang disyaratkan yaitu $\geq 1,645$ untuk nilai CR dan $\leq 0,05$ untuk nilai P. Apabila hasil olah data menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima.