

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian verifikatif serta metode yang digunakan adalah eksplanasi (*explanatory research*), yakni penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan hubungan antar variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu untuk mengukur variabel penelitian menggunakan rancangan penelitian berdasarkan prosedur statistik. Skala pengukuran menggunakan skala likert, metode pengumpulan data dengan wawancara dan angket. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen toko Topik. Peneliti menggunakan analisa *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan pendekatan WarpPLS. Teknik dalam penentuan sampel yakni menggunakan *sampling purposive*.

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.2.1 Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan tiga variabel dimana kualitas produk (X), dan loyalitas konsumen (Y) serta kepuasan konsumen (Z). Variabel-variabel tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Mengacu dari konsep yang dikemukakan oleh (Kotler, 2009) dalam penelitian ini kualitas produk didefinisikan sebagai suatu kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsinya. Dimensi yang digunakan diacu dari (Tjiptono, 2008), yang sesuai dengan penelitian ini :

- a. *Performance* (kinerja), dengan indikator praktis, nyaman dan mudah saat digunakan.
- b. *Durability* (daya tahan), dengan indikator pemilihan bahan yang berkualitas, awet, tahan lama dan tidak mudah jebol.
- c. *Features* (Fitur), dengan indikator konsumen dapat meminta desain sesuai keinginan mereka dengan bahan dasar kulit.
- d. *Aesthetic* (estetika), dengan indikator desain produk, keragaman ukuran produk, juga ragam warna.
- e. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), dengan indikator memberikan mutu terbaik dengan konsisten, juga harga dan kualitas yang sesuai.

2. Kepuasan Konsumen

Mengacu dari konsep yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2007) dalam penelitian ini kepuasan konsumen didefinisikan sebagai suatu perasaan yang dirasakan oleh seseorang setelah pemakaian dan mengetahui manfaat suatu produk. Indikator yang digunakan pada penelitian ini diacu dari (Kotler & Keller, 2009) diantaranya:

- a. Konfirmasi harapan, dengan indikator apa yang didapatkan konsumen saat membeli produk sesuai dengan harapan konsumen.
- b. Minat pembelian ulang, dengan indikator rencana membeli produk yang sama di kemudian hari.
- c. Kesiediaan merekomendasikan, dengan indikator bersedia memberikan rekomendasi kepada teman atau keluarga.

3. Loyalitas Konsumen

Mengacu dari konsep yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2012) dalam penelitian ini loyalitas atau kesetiaan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan. Indikator yang digunakan adalah diacu dari (Kotler & Keller, 2012) yaitu :

- a. Pembelian ulang
Tetap membeli produk sepatu Topik meski produk lain lebih murah.
- b. Rekomendasi
Memberikan rekomendasi produk sepatu Topik kepada orang lain.

Supaya lebih memudahkan dalam memahami variabel penelitian ini maka dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 1.1**Instrumen Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Item/Indikator	Sumber
Kualitas Produk (X)	1. <i>Performance</i> (Kinerja)	a. Praktis b. Kenyamanan c. Kemudahan	X.1)Sepatu Topik praktis saat dipakai X.2)Sepatu Topik nyaman saat digunakan X.3) Sepatu Topik sangat mudah digunakan	(Tjiptono, 2008)
	2. <i>Durability</i> (Daya Tahan)	d. Bahan berkualitas e. Bahan yang awet f. Tahan lama g. Tidak mudah jebol	X.4) Pemilihan bahan sepatu Topik berkualitas X.5) Sepatu Topik bahannya awet X.6) Sepatu kulit Topik tahan lama X.7) Sepatu Topik tidak mudah jebol	
	3. <i>Features</i> (Fitur)	h. <i>Request</i> desain i. Bahan dasar kulit	X.8) Model sepatu Topik bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen X.9) Konsumen bebas menentukan desain sepatu yang diinginkan X.10) Sepatu Topik berbahan dasar kulit	

Lanjutan Tabel 3.1

	4. Aesthetic (Estetika)	j. Desain k. produk l. Ragam ukuran m. Ragam warna	X.11) Model sepatu Topik menyesuaikan zaman X.12) Sepatu Topik memiliki model yang beragam X.13) Sepatu Topik memiliki ukuran yang beragam X.14) Sepatu Topik memiliki variasi warna yang beragam	
	5. Conformance to <i>specifications</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi)	n. Mutu yang diberikan konsisten o. Kesesuaian harga dan kualitas	X.15) Produk sepatu Topik selalu memberikan mutu yang terbaik X.16) Mutu sepatu Topik konsisten X.17) Harga dan kualitas sepatu Topik sesuai	
Kepuasan Konsumen (Z)		a. Konfirmasi harapan b. Minat pembelian ulang c. Kesiediaan merekomendasikan	Z.1) Sepatu yang dibeli sesuai dengan yang diharapkan Z.2) Rencana membeli kembali produk yang sama di kemudian hari Z.3) Bersedia memberikan rekomendasi kepada teman atau keluarga	(Kotler & Keller, 2009)

Lanjutan Tabel 3.1

Loyalitas Konsumen (Y)		a. Pembelian ulang b. Rekomendasi	Y.1) Tetap membeli ulang sepatu Topik meski ada produk lain yang lebih bagus Y.2) Tetap membeli ulang sepatu Topik meski ada produk lain yang lebih murah Y.3) Akan merekomendasikan sepatu Topik kepada orang lain Y.4) Akan menginformasikan kebaikan sepatu Topik kepada orang lain	(Kotler & Keller, 2012)
------------------------	--	--------------------------------------	---	-------------------------

3.2.2 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan pengisian kuesioner yang disusun dalam bentuk kalimat pernyataan dan responden diminta mengisi daftar pernyataan pada lembar jawaban. Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban (Sugiyono, 2005) sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------------|------------------|
| a. Jawaban sangat tidak setuju | diberi nilai = 1 |
| b. Jawaban tidak setuju | diberi nilai = 2 |
| c. Jawaban netral | diberi nilai = 3 |
| d. Jawaban setuju | diberi nilai = 4 |
| e. Jawaban sangat setuju | diberi nilai = 5 |

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko sepatu Topik yang jumlahnya tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil jumlahnya tidak diketahui, maka memudahkan penentuan jumlah sampel yang ditentukan dengan rumus **Invalid**

Source Specified.

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)^2}{\ell}$$

Dimana :

n : jumlah sampel

Z_{α} : nilai yang di dapat dari tabel normalitas tingkat keyakinan

ℓ : kesalahan penarikan sampel

Sumber: (Wibisono, 2003)

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai $Z_{0,05}$ adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \frac{(1,96)/(0,25)^2}{0,05}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 97 orang, untuk memudahkan perhitungan maka besarnya sampel dibulatkan menjadi 100 orang.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu dengan memilih responden yang memenuhi kriteria tertentu. Kriteria utama responden yang ditentukan dalam penelitian ini adalah:

1. Konsumen atau responden yang melakukan pembelian pada toko Topik lebih dari 1-2 kali
2. Konsumen yang berdomisili di kota Jombang

3.4 Jenis Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer dari penelitian ini didapat dari kuesioner yang telah diisi oleh responden, meliputi identitas dan tanggapan responden.

2. Data sekunder

Data sekunder didapat dari berbagai bahan pustaka, jurnal-jurnal, dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan kajian materi.

3.4.2 Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data sebagai perlengkapan dari penelitian, peneliti memperoleh informasi, data, petunjuk, dan bahan-bahan pendukung lainnya dengan menggunakan beberapa sumber, antara lain :

a. Wawancara

Pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung kepada konsumen dan pemilik usaha, untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian dan supaya peneliti mudah dalam melakukan penelitian.

b. Angket

Pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang diajukan pada responden, dalam hal ini adalah konsumen toko Topik. Cara ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui mediasi kepuasan konsumen yang dicari data penelitian ini.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas, yaitu suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat menjelaskan data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Valid tidaknya suatu item dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai *Corrected Item Total Correlation* atau nilai r hitung harus berada diatas 0,3 (Sugiyono, 2012). Hal ini dikarenakan jika nilai r hitung lebih kecil dari 0,3, berarti item tersebut memiliki hubungan yang

lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya daripada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid.

a. Variabel Kualitas Produk (X)

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

No. Pernyataan	Dimensi	Nilai Corrected Item Total Correlation / r hitung	r kritis	Keterangan
1	<i>Performance</i>	0.311	0,3	Valid
2		0.590	0,3	Valid
3		0.765	0,3	Valid
4	<i>Durability</i>	0.851	0,3	Valid
5		0.677	0,3	Valid
6		0.851	0,3	Valid
7		0.612	0,3	Valid
8	<i>Features</i>	0.353	0,3	Valid
9		0.635	0,3	Valid
10		0.461	0,3	Valid
11	<i>Aesthetic</i>	0.860	0,3	Valid
12		0.406	0,3	Valid
13		0.830	0,3	Valid
14		0.798	0,3	Valid
15	<i>Conformance to Spesifications</i>	0.868	0,3	Valid
16		0.642	0,3	Valid
17		0.868	0,3	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel kualitas produk yang terdiri dari 17 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Variabel Kepuasan konsumen (Z)

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan konsumen (Z)

No. Pernyataan	Nilai Corrected Item Total Correlation / rhitung	r kritis	Keterangan
1	0.311	0,3	Valid
2	0.590	0,3	Valid
3	0.765	0,3	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel kepuasan konsumen yang terdiri dari 3 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya

c. Variabel Loyalitas konsumen (Y)

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Loyalitas konsumen (Y)

No. Pernyataan	Nilai Corrected Item Total Correlation / rhitung	r kritis	Keterangan
1	0.440	0,3	Valid
2	0.841	0,3	Valid
3	0.777	0,3	Valid
4	0.875	0,3	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel loyalitas konsumen yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Konsistensi disini berarti kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep atau konstruk dari suatu kondisi yang lain. Kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Rumus digunakan untuk *Cronbach's Alpha* :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma t^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

n = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σt^2 = jumlah varian butir

σt^2 = varian total

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Dimensi	<i>Alpha Cronbach</i>	Koefisien α	Keterangan
Kualitas Produk (X)	<i>Performance</i>	0,717	0,6	Reliabel
	<i>Durability</i>	0,870	0,6	Reliabel
	<i>Features</i>	0,643	0,6	Reliabel
	<i>Aesthetic</i>	0,864	0,6	Reliabel
	<i>Conformance to Specifications</i>	0,876	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Z)		0.717	0,6	Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)		0,872	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Alpha Cronbach $> 0,60$, dengan demikian semua variabel (X, Z dan Y) dapat dikatakan reliabel

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item pernyataan dalam angket. Untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

1,0 – 1,8 = sangat rendah

1,9 – 2,6 = rendah

2,7 – 3,4 = cukup

3,5 – 4,2 = tinggi

4,3 – 5 = sangat tinggi

Sumber : (Sudjana, 2005)

3.6.2 Analisis SEM (*Sructural Equation Modeling*)

Structural Equation Modeling (SEM) adalah gabungan dari dua metode statistik yang terpisah, yaitu analisis faktor yang dikembangkan di ilmu psikologi

dan psikometri, serta model persamaan simultan (*Simultan Equation Modelling*) yang dikembangkan di ekonometrika (Ghozali, 2008). SEM mampu menjelaskan hubungan variabel secara keseluruhan dan terdapat efek secara langsung dan tidak langsung antara variabel satu dengan variabel yang lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisa *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan pendekatan WarpPLS. Model kerangka pemikiran teoritis yang sudah dibangun, selanjutnya ditransformasikan ke dalam bentuk diagram jalur (path diagram) untuk menggambarkan hubungan kausalitas antara variabel eksogen dengan variabel endogen.

3.6.3 Uji *Outer Model*

Outer Model atau Model Pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel lainnya. Desain model pengukuran menentukan sifat indikator masing-masing variabel laten, apakah dapat dibalik atau dapat dikonfigurasi berdasarkan definisi operasional dari variabel tersebut.

a. *Convergent Validity*

Convergent Validity merupakan korelasi antar skor indikator refleksif dengan skor variabel latennya, dengan ketentuan nilai *P-value* > 0,05 atau nilai muatan faktor >0,07.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity merupakan pengukuran indikator refleksif dengan skor variabel latennya (Solimun, 2017). *Discriminant validity* terpenuhi

dengan ketentuan nilai muatan faktor $> \text{cross-loading}$. *Discriminant validity* juga bisa dilihat dari diskriminan indikator. Validitas diskriminan bisa terpenuhi apabila nilai akar AVE (*Average Variance Extracted*) lebih besar nilai korelasinya dengan variabel yang lainnya.

Indikator dikatakan reliabel jika *composite* reliabilitasnya $< 0,6$ dan *Alpha Cronbach* $0,6$, begitu juga untuk reliabilitas dengan analisis WarpPLS, reliabilitas diukur dengan menggunakan dua instrumen yaitu *Composite Reliability* dan *Alpha Cronbach* (Solimun, 2017):

a. *Composite Reliability*

Adalah kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik berdasarkan skor *composite reliability*.

b. *Alpha Cronbach* (Reliabilitas internal konsistensi)

Adalah kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik berdasarkan nilai koefisien *Alpha*.

3.6.4 *Goodness Of Fit (Inner Model)*

Uji *Goodness Of Fit* atau uji kelayakan model digunakan untuk mengukur kecepatan fungsi regresi sampel dalam menafsir nilai aktual. Perhitungan statistik bisa dikatakan masuk dalam daerah kritis itu apabila nilai-nilai uji statistiknya tersebut berada pada daerah dimana H_0 ditolak dan statistika tersebut signifikan. Sebaliknya perhitungan statistik disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, 2011).

Model struktural dinilai dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh substansi variabel laten independen tertentu terhadap laten dependen. *Q-square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model memiliki nilai relevansi prediktif, sedangkan nilai *Q-square* kurang dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki relevansi prediktif (Ghozali, 2011).

3.6.5 Uji Hipotesis

Hipotesa ini diuji pada tingkat signifikan 0,05 (tingkat keyakinan 95%). Mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesa, maka dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikan dan alpha (0,05%), dengan kekuatan sebagai berikut :

- a. Apabila signifikan $< 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b. Apabila signifikan $> 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a di tolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

