

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Unit Analisis dan Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian ini, lingkup objek penelitian yang ditetapkan peneliti sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti adalah mengenai pengaruh *price*, *physical evidence* dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap *repurchase*. Subjek penelitian adalah *fitness center middle up* di Jakarta. Objek yang diteliti adalah *customer* atau *member fitness center* tersebut, dengan waktu pelaksanaan penelitian 1 Semester.

#### **3.2 Teknik Penentuan Populasi atau Sampel**

Berdasarkan strategi penelitiannya, penelitian ini tergolong ke dalam jenis penelitian survei. Penelitian survei merupakan desain penelitian yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh data kualitatif dan kuantitatif.

##### **3.2.1 Populasi**

Menurut Morrisson (2010), populasi adalah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersangkutan. Populasi dalam penelitian ini adalah

*customer* atau *member* yang menggunakan jasa di *fitness center class middle up* periode tahun 2019-2020.

### 3.2.2 Sampel

Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat di generalisasikan terhadap populasi penelitian (Sekaran, 2011). Berdasarkan dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan sebagian atau wakil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang diteliti, penentuan jumlah sampel yang akan diolah dari populasi yang banyak, memerlukan teknik sampling yang tepat.

Jumlah sampel yang diambil dalam populasi ini diestimasi sebesar 5-10 kali jumlah variabel yang digunakan, berdasarkan rekomendasi dari Hair (2006) yang menyatakan jika semakin sensitif ukuran, maka semakin sulit untuk mendapatkan ukuran *Goodness of Fit* yang ideal. Maka dalam penelitian ini peneliti mengambil estimasi yaitu 5 dikali 44 indikator, sehingga ukuran sampel yang akan diambil paling sedikit sekitar 220 sample.

Sedangkan teknik pengambilan sampel adalah dengan *non-probability sampling*. *Non probability sampling* adalah desain sampling dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih untuk menjadi sampel (Sekaran, 2013). Jenisnya yaitu *convenience sampling*, yaitu teknik pengumpulan informasi dari anggota populasi atau subjek yang dengan senang hati bersedia memberikannya, teknik ini dilakukan

karena peneliti dihadapkan pada keberadaan subjek penelitian yang sangat dinamis, pengambilan sampel berdasarkan persyaratan atau ketentuan dari populasi tertentu yang paling mudah dijangkau (Sekaran, 2013). Data yang dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner.

Adapun salah satu yang menjadi kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. *Customer* yang menjadi responden berusia  $\geq 18 - 60$  tahun, karena sudah dianggap mampu untuk mengisi koesioner dengan baik dan sesuai.
2. Mempunyai penghasilan bulanan di atas UMR Jakarta
3. *Customer* yang telah melakukan pembelian ulang jasa/produk lebih dari 1 kali.
4. *Customer* yang menjadi member di *fitness center* di DKI Jakarta.

### 3.3 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dihimpun melalui penyebaran kuisisioner. Kuisisioner dimaksudkan untuk memperoleh data deskriptif guna menguji hipotesis dan model analisis.

Untuk memperoleh data tersebut digunakan kuisisioner yang bersifat tertutup yaitu sejumlah daftar pernyataan yang terdapat beberapa alternanif jawaban atau respon, kemudian responden diminta memilih satu jawaban yang

ada, dengan demikian dalam penelitian ini metode penelitian menggunakan data primer.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden yang diperoleh melalui metode survei yaitu kuesioner.

Teknik pengumpulan data menggunakan pembagian kuisisioner kepada *customer fitness center* di Jakarta. Proses penyebaran kuisisioner dilakukan secara *offline (hardcopy)* dan *online (google form)*. Kuisisioner yang dibagikan kepada responden menggunakan metode pengukuran data Skala Likert yang terdiri dari lima skala poin yaitu, pernyataan, sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Skala ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar reponden merasa setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan dalam kuisisioner untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.1 Skor Skala Likert dalam Setiap Pernyataan**

Kode	Keterangan	Score
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2

N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

*Sumber : Dikembangkan untuk penelitian*

### 3.5 Operasional Variabel Penelitian

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data.

Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 kelompok utama yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Definisi untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

#### 1. Variabel Bebas

Variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat (Tjiptono, 2011). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *price* (X1), *physical evidence* (X2) dan *word of mouth* (X3)

#### 2. Variabel intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diukur. Variabel ini merupakan variabel penyalur antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya

variabel bebas (Tjiptono, 2011). Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel intervening adalah kepuasan pelanggan.

### 3. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Tjiptono, 2011). Dalam hal ini yang digunakan sebagai variabel terikat adalah *repurchase intention*.

Dalam operasional variabel penelitian, indikator yang digunakan dalam pengukuran skala likert 1-5, ditunjukkan dalam tabel 3.2 berikut

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Sumber Indikator
1	<i>Price</i>	<i>Price</i> /harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai konsumen dalam pertukaran	Harga sesuai manfaat Perbandingan harga Potongan Harga	Likert 1-5	Ida (2018)

		<p>untuk mendapatkan manfaat dan memiliki atau menggunakan produk atau jasa</p> <p>(Morrison, 2010)</p>			
2	<i>Physical Evidence</i>	<p><i>Physical Evidence</i> adalah lingkungan atau struktur fisik dari sebuah perusahaan yang memiliki peranan penting dalam menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian atau pemakaian jasa,</p>	<p><i>Design Logo</i></p> <hr/> <p><i>Design Eksterior</i></p> <hr/> <p><i>Design Interior</i></p> <hr/> <p><i>Equipment</i></p> <hr/> <p>Exercise area bersih dan rapih</p> <hr/> <p>Rest Room bersih dan rapih</p> <hr/> <p>Seragam Karyawan</p> <hr/> <p><i>Lighting</i></p> <hr/> <p>Temperature</p> <hr/> <p>Sound System</p>	<p>Likert</p> <p>1-5</p>	<p>Zeithaml (2009)</p>

		ditambah unsur berwujud.  (Payne, 2001)			
3	<i>WOM</i>	<i>Word of Mouth</i> adalah media promosi baik secara lisan, tulisan dan alat komunikasi elektronik dimana konsumen memberikan informasi mengenai suatu merek atau produk kepada konsumen lain.  (Sernovitz 2001)	Membicarakan  Merekomendasikan  Memberikan Promosi	Likert  1-5	Anwar  (2011)
4	Kepuasan Pelanggan	kepuasan pelanggan adalah istilah	Jam Operasional  <i>Range of Program</i>	Likert  1-5	Wicaksono  (2016)

		<p>yang menggambarkan tingkat kepuasan yang dialami pelanggan ketika mengkonsumsi, menggunakan produk/jasa yang dikeluarkan oleh produsen yang dipengaruhi oleh kualitas produk, jasa pelayanan, faktor emosional dan harga.</p> <p>(Harun, 2002)</p>	<p>Kualitas Produk</p> <p>Perasaan percaya diri setelah menggunakan jasa</p> <p>Kemudahan dalam menjangkau lokasi</p> <p>Mudah dalam proses booking</p>		
5	<i>Repurchase Intention</i>	<p><i>Repurchase intention</i> adalah minat untuk membeli ulang</p>	<p>keinginan membeli ulang</p> <p>Keinginan mencoba produk</p>	<p>Likert</p> <p>1-5</p>	<p>Ida (2018)</p>

	produk atau	baru		
	pemakain jasa	Keinginan layanan		
	berdasarkan	tambahan		
	kepuasan yang	Produk tersebut		
dirasakan, dapat	menjadi pilihan	utama		
dinilai dari	minat			
transaksional,	Niat untuk mencari	Informasi		
referensial,	preferensial, dan			
eksprolatif.	(Kotler, 2012)			

### 3.6 Metode Analisis

Data yang digunakan selanjutnya akan diolah menggunakan *Covariance Based Structural Equation Modeling* (CB-SEM). CB-SEM merupakan tipe SEM yang mengharuskan indikator-indikatornya untuk saling berkorelasi satu dengan yang lainnya dalam suatu model struktural. Secara umum, penggunaan CB-SEM bertujuan untuk mengestimasi model struktural berdasarkan telaah teoritis yang kuat untuk menguji hubungan antar konstruk serta kelayakan model dan mengkonfirmasi sesuai data empirisnya dan memenuhi uji kelayakan model (*goodness of fit*). CB-SEM diwakili oleh beberapa software diantaranya AMOS,

LISREL dan EQS. Dalam penelitian ini, data diolah menggunakan software AMOS.

### **3.6.1 Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan sejauhmana instrumen pengukuran dapat mengukur apa yang ingin diukur. Semakin tinggi validitas maka pengujian tersebut semakin mengenai sasarannya. Pengujian validitas konstruk (indikator) dilakukan melalui *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Menurut Hair (1998), uji validitas dengan uji CFA yaitu mengukur apakah konstruk (indikator) mampu atau tidak merefleksikan variabel latennya. Hasilnya memenuhi kriteria yaitu apabila nilai *Critical Ratio (CR)* > 1,96 dengan *Probability (P)* < 0,05.

### **3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen**

Setelah uji instrumen diujikan validitasnya, maka langkah selanjutnya yaitu menguji reliabilitas. Menurut Tjiptono (2011). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama". Adapun metode uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan melihat nilai Cronbach Alpha.

Metode ini telah memberikan batasan jika koefisien reliabilitas (Cronbach alpha) mendekati angka 1 sangat baik, variabel dapat dinyatakan reliabel apabila koefisien cronbach alpha > 0,60 artinya tingkat reliabilitas sebesar 0,60 merupakan indikasi reliabelnya sebuah konstruk.

### 3.6.3 Analisis Structural Equation Model (SEM)

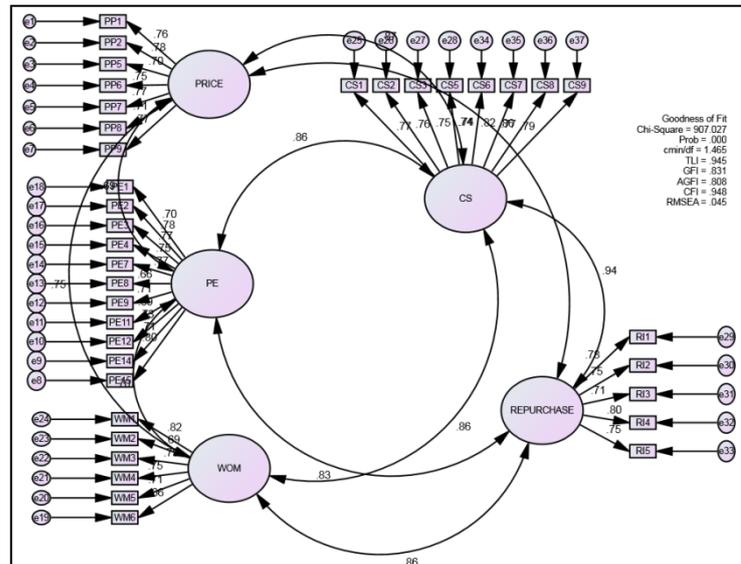
Analisis *structural equation model* digunakan untuk mengestimasi beberapa persamaan regresi terpisah namun memiliki hubungan simultan. Berdasarkan penggunaan analisis tersebut maka dalam analisis ini akan terdapat lebih dari satu variabel dependen dan variabel ini dimungkinkan menjadi variabel independen bagi variabel dependen lainnya. Penggunaan model *structural equation model* (SEM) untuk melihat hubungan sebab akibat antar variabel, sehingga apabila ada perubahan pada salah satu variabel maka variabel lainnya akan berubah. Penelitian ini menggunakan dua macam teknik analisis yaitu:

- a. Analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*) pada SEM yang digunakan untuk mengkonfirmasi faktor-faktor yang paling dominan dalam satu kelompok variabel.
- b. *Regression Weight* pada SEM yang digunakan untuk meneliti seberapa besar variabel-variabel yang diteliti saling berpengaruh.

Menurut Hair, ada beberapa langkah yang harus dilakukan apabila menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yaitu:

1. Spesifikasi model

**Gambar 3.1** Path Diagram Penelitian



**Sumber:** Data Peneliti

Pada tahap awal adalah pembentukan model awal dengan membentuk hubungan antar variabel berdasarkan hubungan kausalitas antarvariabel. Model diformulasikan berdasarkan asumsi bahwa beberapa variabel yang terbentuk dari suatu teori atau penelitian sebelumnya.

## 2. Identifikasi (identification)

Tahapan ini berkaitan dengan pengkajian tentang kemungkinan di perolehnya nilai yang unik untuk setiap parameter yang ada didalam model dan kemungkinan persamaan simultan tidak ada solusinya. Pada program SEM akan menghasilkan beberapa solusi atas sistem persamaan yang menghubungkan varians dan kovarians manifest terhadap parameter modelnya. Hal tersebut untuk memperbaiki setiap angka pada matrik kovarian di suatu model.

### 3. Estimasi (Estimation)

Pada bagian ini prosesnya adalah mengestimasi model untuk mendapatkan parameter nilai sesuai dengan metode estimasi yang telah disediakan. Hal ini tergantung dari variabel yang akan dianalisis dan karakteristik suatu model. Program SEM yang digunakan untuk mengestimasi model penelitian ini adalah teknik estimasi *maximum Likelihood Estimation*.

### 4. Uji Kecocokan (*testing fit*)

Tahap ini berkaitan dengan pengujian kecocokan antara model dengan data. Beberapa kriteria ukuran kecocokan atau *Goodness of Fit* (GOF) dapat menggunakan langkah ini:

- a. Chi-square statistik, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai chi-square-nya rendah. Semakin kecil nilai  $X^2$  semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-of value* sebesar  $p > 0,05$  atau  $p > 0,10$ .
- b. *Goodness of Fit Indeks* (GFI) mempunyai sensitifitas dengan jumlah sampel yang ditentukan, hasil indeks GFI mendeskripsikan kesesuaian model yang telah dihitung dari residual kuadrat dibandingkan data sebenarnya. Nilai indeks GFI antara 0 sampai dengan 1, jika nilai indeks GFI semakin mendekati 1, maka semakin baik, sehingga jika  $GFI > 0,90$  semakin baik (*good fit*), sedangkan  $0,50 < GFI < 0,90$  maka dikatakan medium fit.

- c. CMIN/DF adalah *Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *Degree of Freedom*. CMIN/DF tidak lain adalah statistik chi-square  $X^2$  dibagi DF-nya disebut  $X^2$  relatif kurang dari 2,0 adalah indikasi dari *acceptable* fit antara model dan data.
- d. *The Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) merupakan kriteria dari struktur model kovarian dengan pertimbangan meminimalisir kesalahan populasi. Sebuah model bisa disebut baik (good fit) jika indeks  $< 0.08$ .
- e. *Tucker Lewis Indeks* (TLI) TLI merupakan alternatif incremental fit indeks yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model. TLI untuk mengetahui masalah yang muncul dari kompleksibilitas model. Nilai TLI dikatakan baik jika nilai  $TLI > 0,90$  semakin baik (good fit), sedangkan  $0,50 < TLI < 0,90$  maka dikatakan medium fit.
- f. *Comparative Fit Index* (CFI) adalah sama seperti TLI dengan indeks kesesuaian *incremental*. Indeks CFI merupakan indeks yang direkomendasikan karena tidak berpengaruh pada jumlah sampel yang besar maupun yang kecil. Nilai CFI dikatakan good fit jika di atas 0.90 sedangkan medium fit ketika berada di antara 0.50-0.90.

Indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah mode dapat dilihat dari *cut off value*, sebagai berikut:

Tabel 3.4 Index AMOS

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut Off Value</i>	<b>Keterangan</b>
<i>Chi – Square</i>	Diharapkan kecil	Menguji apakah kovariansi populasi yang diestimasi sama dengan kovariansi sampel (apakah model sesuai dengan data)
CMIN/DF	$\leq 2$	Kesesuaian antar data dan model
RMSEA	$\leq 0,08$	Merekomendasikan kelembaman <i>Chi Squar</i> epada sampel besar
GFI	$\geq 0,90$	Kesesuaian data dan model
TLI	$\geq 0,90$	Perbandingan antara model yang diuji dengan <i>baseline model</i>
NFI	$\geq 0,90$	Perbandingan antara model yang diajukan dengan model realistik
AGFI	$\geq 0,90$	Semakin besar nilai maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model.
CFI	$\geq 0,90$	Mengindikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang baik, indeks ini relative tidak sensitive terhadap besarnya sampel.
PNFI	0,60 – 0,90	Membandingkan model dengan <i>degree of freedom</i> yang berbeda
PGFI	Diharapkan	Modifikasidari GFI atas dasar <i>parsimony</i>

	mendekati 1	<i>estimated model</i>
--	-------------	------------------------

(Sumber: Ferdinand, 2002)

## 5. Respesifikasi

Respesifikasi merupakan langkah berikutnya setelah uji kecocokan di laksanakan. Pelaksanaan respesifikasi sangat tergantung kepada strategi pemodelan yang akan digunakan. Strategi pengembangan model atau model *development strategy* atau model *generating/MG*, suatu model awal di spesifikasikan dan data empiris di kumpulkan. Jika model awal tersebut tidak cocok dengan data empiris yang ada, maka model di modifikasi dan di uji kembali dengan data yang sama. Beberapa model dapat di uji dalam proses ini dengan tujuan untuk mencari satu model.

## 6. Uji Sobel

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (dalam Ghozali, 2013) dan dikenal dengan uji Sobel (Sobel tes). Dalam uji sobel ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variable mediasi yaitu kepuasan kerja. Menurut Ghozali (2013) suatu variabel disebut *intervening* jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variable independen dan variabel dependen. Uji sobel untuk menguji kekuatan dari pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y2) melalui variabel *intervening* (Y1). Dengan cara perhitungan mengalikan pengaruh tidak langsung X ke Y2 melalui Y1 dengan cara mengalikan jalur X – Y1 (a)

dengan jalur  $Y1 - Y2$  (b) atau ab. Jadi koefisien  $ab = (c-c')$  dimana c adalah pengaruh X terhadap Y2 tanpa menghubungkan Y1, sedangkan  $c'$  adalah koefisien pengaruh X terhadap Y2 setelah menghubungkan Y1. Rumus uji Sobel adalah sebagai berikut:

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

Dengan Keterangan:

Sab : besarnya standar error pengaruh tidak langsung

a : jalur variabel independen (X) dengan variable intervening (Y1)

b : jalur variabel intervening (Y1) dengan variable dependen (Y2)

sa : standar eror koefisien a

sb : standar eror koefisien b

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

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

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t table, jika t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan pengaruh mediasi. Asumsi uji Sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika jumlah sampel kecil, maka uji sobel menjadi kurang konservatif (Ghozali, 2011).

