

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Ditinjau berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini tergolong pengujian hipotesis, karena penelitian ini menguji hubungan sebab akibat antara variabel satu dengan variabel lainnya (Sekaran, 2009 : 164). Adapun unit analisis yang dipakai merupakan tingkat kesatuan data yang dikumpulkan selama tahap analisis data dan selanjutnya (Sekaran, 2009 : 173). Dalam penelitian ini, unit analisis yang digunakan yaitu unit analisis data individual. Hal ini karena data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner mencerminkan pandangan masing - masing individual.

3.2 Batasan Penelitian

Batasan obyek dalam penelitian ini berfokus pada pengguna motor HONDA di Surabaya. Adapun batasan variabel penelitian ini adalah pengaruh citra perusahaan, harapan konsumen, kepuasan pelanggan.

3.3 Identifikasi Variabel

Menurut kajian teori penelitian, variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada empat variabel yaitu :

1. Variabel eksogen yaitu :

C : Citra perusahaan

HP : Harapan Pelanggan

2. Variabel endogen yaitu :

KP : Kepuasan Pelanggan

LP : Loyalitas Pelanggan

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1.4.1 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep atau variabel (Juliansyah Noor, 2011:99). Beberapa variabel yang termasuk dalam penelitian ini antara lain :

1. Citra Perusahaan

Citra perusahaan juga bisa diartikan sebagai persepsi responden terhadap apa yang mereka lihat dari suatu perusahaan setelah adanya interaksi antara responden dengan perusahaan tersebut yang diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

- 1) Produk-produk HONDA yang dapat diandalkan
- 2) Hubungan HONDA dengan pelanggan yang baik
- 3) Kontribusi sosial HONDA kepada masyarakat
- 4) Profesionalitas HONDA dalam pelayanan
- 5) Inovasi HONDA bisa menjadi pandangan kedepan bagi konsumen.
- 6) Motor HONDA menambah nilai gengsi bagi pengguna.

2. Harapan Pelanggan

Harapan Konsumen bisa diartikan sebagai apa yang menjadi keinginan dari konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Harapan konsumen harus dipenuhi karena jika konsumen merasa barang yang dipakainya bisa memenuhi

apa yang diinginkannya maka konsumen tersebut akan memakai produk tersebut kembali, yang diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

- 1) Harapan untuk pemenuhan kebutuhan pribadi atas pemakaian produk motor HONDA.
- 2) Harapan atas kualitas keseluruhan produk motor HONDA
- 3) Harapan atas kualitas produk motor HONDA yang digunakan oleh konsumen.
- 4) Harapan atas kualitas layanan terhadap pelanggan Motor HONDA dalam melayani kebutuhan.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang responden setelah memakai atau merasakan suatu produk yang telah dibeli. Jika kinerja produk tersebut memenuhi harapan maka bisa dikatakan konsumen puas, begitu juga sebaliknya jika konsumen tersebut belum puas. Konsumen dikatakan puas apabila kinerja suatu produk tersebut minimal sama dengan harapannya, hal tersebut diukur melalui indikator sebagai berikut:

- 1) Pendapat tentang kepuasan secara keseluruhan tentang produk motor HONDA oleh konsumen
- 2) Harapan – harapan pelanggan yang terpenuhi oleh motor HONDA
- 3) Pelanggan lebih puas menggunakan motor HONDA dibandingkan dengan merek motor yang lainnya.

2. Loyalitas Konsumen

Loyalitas adalah komitmen responden untuk membeli suatu produk dalam jangka waktu tertentu. Loyalitas konsumen bisa diukur melalui indikator sebagai berikut:

1. Intensitas pembelian kembali terhadap motor HONDA
2. Merekomendasikan produk motor Honda kepada orang lain
3. Konsumen akan tetap mentoleransi harga yang sudah ditentukan Honda

3.4.2 Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini alat pengukurannya menggunakan skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden terhadap obyek penelitian (Maholtra,2009:298). Malhotra (2009 : 364) berpendapat bahwa skala likert merupakan skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara mulai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Jawaban yang paling positif (maksimal) diberi nilai paling besar yaitu lima dan pertanyaan yang paling negatif (minimal) diberi nilai paling kecil atau satu. Dengan kriteria sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------------------|-----|
| a. Untuk jawaban Sangat Setuju | : 5 |
| b. Untuk jawaban Setuju | : 4 |
| c. Untuk jawaban Ragu-ragu | : 3 |
| d. Untuk jawaban Tidak Setuju | : 2 |
| e. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju | : 1 |

3.5 Instrumen Penelitian

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisisioner yang akan langsung disebarikan kepada responden. Dalam membuat pernyataan, diawali dengan mengumpulkan indikator berdasarkan teori, kemudian indikator tersebut diterjemahkan dalam kalimat pernyataan, dengan menyesuaikan kebiasaan dan kelaziman yang berlaku dalam lingkungan populasi penelitian ini. Daftar pertanyaan penelitian ini bersifat tertutup, artinya responden menjawab pertanyaan dengan alternatif jawaban yang telah ada dengan indikator yang di adopsi dari jurnal yang ditulis oleh *Ali Türkyilmaz and Coskun Özkan, et al (2007)*.

TABEL 3.1
KISI-KISI KUESIONER

No.	Variabel	KODE	Indikator Variabel
1	Citra perusahaan	C1	Produk-produk HONDA yang dapat diandalkan
2		C2	Hubungan HONDA dengan pelanggan yang baik
3		C3	Kontribusi sosial HONDA kepada masyarakat
4		C4	Profesionalitas HONDA dalam pelayanan
5		C5	Inovasi HONDA bisa menjadi pandangan kedepan bagi konsumen.
6		C6	Menambah nilai gengsi bagi pengguna motor HONDA.
7	Harapan Konsumen	HK 1	Harapan untuk pemenuhan kebutuhan pribadi atas pemakaian produk motor Honda
8		HK 2	Harapan atas kualitas secara keseluruhan
9		HK 3	Harapan atas kualitas produk Motor Honda
10		HK 4	Harapan atas kualitas layanan terhadap pelanggan motor HONDA dalam melayani kebutuhan
11	Kepuasan Konsumen	KK 1	Pendapat tentang kepuasan secara keseluruhan tentang produk motor HONDA oleh konsumen
12		KK 2	Puas menggunakan motor HONDA karena harapan-harapan saya terpenuhi
13		KK 3	Pelanggan lebih puas menggunakan motor Honda dibandingkan dengan merek motor yang lainnya.
14	Loyalitas Konsumen	LK 1	Intensitas pembelian kembali terhadap motor Honda
15		LK 2	Merekomendasikan produk motor Honda kepada orang lain
16		LK 3	Konsumen akan tetap mentoleransi atas harga yang sudah ditentukan Honda

Sumber : Turkymaz, Ali., et al. 2007. "Development of a customer satisfaction index model: An application to the Turkish mobile phone sector" Industrial Management & data System, Vol. 107 Iss: 5, pp.672 – 687

3.6 Populasi, sampel, dan teknik pengambilan sample.

3.6.1. Populasi

Populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset (Maholtra, 2009:364). Dalam penelitian ini populasinya adalah pengguna motor HONDA di Surabaya.

3.6.2. Sampel

Sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Maholtra, 2009:364). Sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi yang ada. Adapun kriteria yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

1. Memakai motor HONDA di Surabaya.
2. Benomor polisi Surabaya (L).
3. Memakai dan memiliki motor HONDA selama minimal 1 tahun.
4. Usia minimal 19 tahun.

3.6.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik dalam pengambilan sampel adalah menggunakan teknik *Sampling Non Probability* (Sekaran 2009 : 240) yaitu desain pengambilan sampel dimana elemen dalam populasi tidak mempunyai peluang yang diketahui atau ditentukan sebelumnya untuk terpilih sebagai subjek sampel, dalam hal ini *Judgment Sampling* yaitu desain pengambilan sampel non probabilitas dengan tujuan yang jelas dimana subyek sampel dipilih berdasarkan kemampuan individu untuk

memberikan jenis informasi khusus yang diperlukan oleh peneliti (Sekaran 2009 : 237). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 120 responden.

Ukuran sampel yang disarankan dalam penggunaan Maximum Likelihood adalah sebesar 100-200 (Ghozali 2011:64). Jumlah ukuran sampel ini menjadi acuan dalam penelitian untuk memaksimalkan hasil yang diterima.

3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset (Malhotra 2009;120). Dengan harapan penyebaran kuesioner ini akan diperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei dan validitas yang tinggi. Kuesioner yang dibagikan kepada responden merupakan kuesioner yang bersifat tertutup, yaitu dengan alternatif jawaban yang telah disediakan sebagai pilihan.

3.7.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner kepada responden, yakni tahap pertama dengan membagikan lembar kuesioner kepada responden kemudian tahap berikutnya dengan menjelaskan dan membimbing responden tentang cara pengisian kuesioner apabila ada yang kurang dipahami selanjutnya responden menjawab pertanyaan yang diajukan pada lembar kuesioner setelah itu kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan untuk kemudian diseleksi dan diolah oleh peneliti.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2011 : 52). Menurut (Sekaran, 2009 : 248) validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pembuktian Uji Validitas dilihat dari pengujiannya yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor individu masing-masing pernyataan dengan skor total dari variabel. Jika korelasi antara tiap variabel dengan total variabel secara keseluruhan lebih kecil dari taraf signifikansi 0,01 atau 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2009:244) reliabilitas membuktikan konsistensi dan stabilitas instrumen pemikiran. Uji reliabilitas dilakukan ketika dalam uji validitas indikator sudah dapat dikatakan valid secara keseluruhan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut reliabel.

. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$ dalam Ghozali (2011:48). Secara umum jika keandalan kurang dari 0,60 maka dianggap buruk, keandalan dalam 0,70 bisa diterima, dan jika lebih dari 0,80 maka dianggap baik.

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran hasil penelitian di lapangan terutama berkaitan dengan responden penelitian, termasuk juga didalamnya uji validitas dan reliabilitas.

3.9.2 Analisis Statistik

Sesuai dengan tujuan penelitian, analisis data akan dilakukan dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* yaitu model persamaan struktur (*Struktural Equation Modeling : SEM*) menurut Imam Ghozali (2011:249) SEM adalah analisis yang digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel sebelumnya. SEM merupakan salah satu analisis yang dapat menganalisis variabel secara kompleks. Analisis ini digunakan kepada penelitian yang menggunakan banyak variabel. Dalam menganalisis SEM menggunakan program aplikasi AMOS dikarenakan dalam aplikasi ini memberikan kemudahan bagi pemula yang sedang belajar tentang SEM.

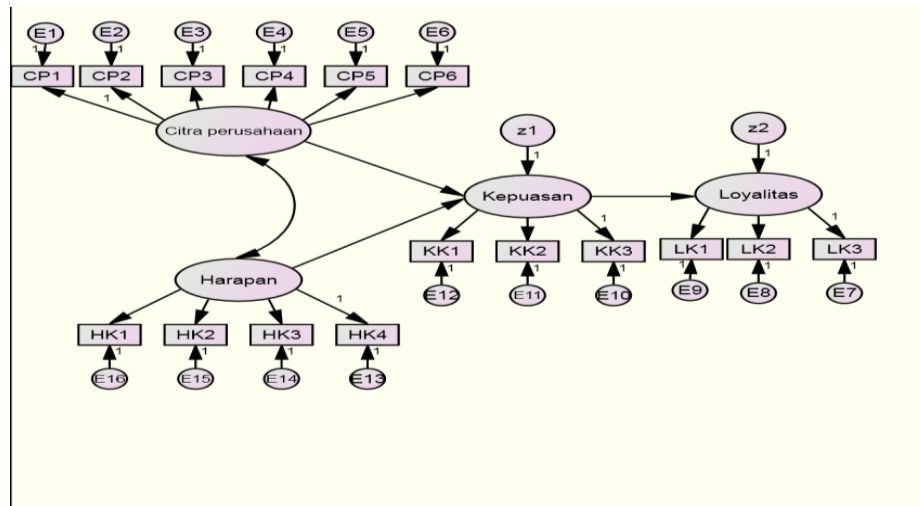
1. Pengembangan Model Teoritis

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

2. Pengembangan Diagram Jalur

Diagram ini digunakan untuk mempermudah peneliti dalam melihat hubungan kausalitas yang ingin diuji. Ada dua hal yang perlu dilakukan dalam menyusun model struktural yaitu, menghubungkan konstruk bebas (eksogen) atau dipengaruhi (endogen) dengan indikator. Berikut ini merupakan gambar diagram jalur yang menunjukkan hubungan pengaruh citra perusahaan, harapan, kepuasan terhadap loyalitas pelanggan

Adapun gambar path diagram dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 3.1
Diagram Jalur

3. konversi diagram jalur dan persamaan struktural

Kelanjutan model teoritis yang dikembangkan dan digambarkan dalam sebuah diagram alur, peneliti dapat mulai mengkonversikan spesifikasi model tersebut kedalam rangkaian persamaan.

- a. Persamaan struktural (*structural equations*), yaitu persamaan yang dirumuskan untuk menyatakan kausalitas antar konstruk. (Variabel Endogen = Variabel Eksogen+Variabel Endogen+Error)

$$Y1 = b1X1+b2X2+e1$$

$$Y2 = b3Y1 + e2$$

- b. Persamaan spesifikasi model pengukuran (measurement model), yaitu dimana peneliti menentukan sebuah variabel mengukur sebuah konstruk dengan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antara konstruk atau variabel.

4. Memilih jenis matrik input dan estimasi model yang diusulkan

Model persamaan struktural berbeda dari teknik analisis multivariate lainnya, SEM hanya menggunakan data input berupa matrik varian atau kovarian atau matrik korelasi. Model persamaan struktural diformulasikan dengan menggunakan input matrik varian atau kovarian (Ghozali, 2011:63).

- a. Ukuran Sampel

Menurut Ghozali (2011:64) mengatakan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100 – 200. Bila ukuran sampel menjadi terlalu besar misalkan diatas 400 sampai 500, maka metode *Maximm Likelihood* (ML) menjadi “sangat sensitif” sehingga sulit untuk mendapatkan ukuran – ukuran

goodness-of-fit yang baik. Jadi direkomendasikan bahwa ukuran sampel antara 100 sampai 200 harus digunakan untuk metode estimasi ML.

b. Estimasi model

Estimasi model dilakukan dengan program AMOS 19 menggunakan Teknik Maximum Likelihood Estimations (ML) yang lebih efisien dan unbiased jika asumsi normalitas multivariate dipenuhi, selain itu dengan pertimbangan sampel antara 100 sampai 200 (Imam Ghazali 2011:64). Sedangkan penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 120 responden.

5. Penilaian identifikasi model struktural

Langkah ini digunakan untuk mengatasi ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik. Cara melihat apabila terjadinya identifikasi dengan melihat hasil estimasi yang meliputi :

- a. Adanya nilai *standard error* yang besar untuk satu atau lebih koefisien
- b. Ketidakmampuan program *invert information matrix*
- c. Nilai estimasi yang tidak mungkin misalkan, error variance yang negatif
- d. Adanya nilai korelasi yang tinggi (lebih besar dari 0.90) antara koefisien estimasi.

Cara untuk menguji ada tidaknya identifikasi sebagai berikut :

- a. Besarnya jumlah koefisien yang diestimasi relatif terhadap jumlah kovarian atau korelasi, yang diindikasikan dengan nilai *degree of freedom* yang kecil.
- b. Digunakannya pengaruh timbal balik atau resiprokal antar konstruk (model non recursive)

6. Menilai kriteria *goodness of fit*

Langkah ini adalah menginterpretasikan model dan memodifikasikan model bagi model – model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Setelah model diestimasi, residualnya harus kecil atau mendekati nol dan distribusi frekwensi dan kovarians residual harus bersifat simetrik.

Teknik estimasi dalam penelitian ini adalah *maximum likelihood* (ML) dimana teknik ini sesuai dengan sampel size untuk menentukan kriteria *goodness of fit*, maka peneliti mempertimbangkan berbagai macam asumsi dalam SEM, yaitu menyangkut ukuran sampel, normalitas, dan outlier. Dengan memahami faktor-faktor tersebut maka baru ditentukan uji kesesuaian dan uji statistiknya. Jika asumsi telah terpenuhi, maka kemudian model diuji melalui uji kesesuaian dan uji statistik yang meliputi:

1. *Chi Square Statistik (χ^2)*

Merupakan alat uji yang paling mendasar untuk menguji adanya perbedaan antar matriks kovarians populasi dengan matriks kovarians sampel. Model yang diuji dipandang baik dan memuaskan nilai nilai *chi-square*-nya rendah. Semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas *cut-off* sebesar $P > 0,005$ atau $P 0,10$.

2. *Significance Probability*

Merupakan uji signifikansi terhadap perbedaan matriks kovarians data dengan matriks kovarians yang diestimasi. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ mengindikasikan bahwa model dapat diterima.

3. *Relative Chi Square*

Merupakan *the minimum sample discrepancy function (CMIN)* dibagi dengan *degree of freedom* yang akan menghasilkan CMIN/DF dan umumnya digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat kelayakan suatu model. Nilai χ^2 relative kurang dari 2,0 atau bahkan kurang dari 3,0 adalah indikasi dari *acceptable fit* model dengan data dalam memberikan pedoman untuk mempertimbangkan perlu tidaknya modifikasi terhadap model, yaitu dengan melihat residual yang dihasilkan oleh model cukup besar ($>2,58$) alur baru terhadap model yang diestimasi. Nilai residual lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat 5% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya prediksi error yang substansial untuk sepaang indikator.

4. *The Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

Merupakan suatu indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik *Chi-square* dalam sampel yang benar. Nilai RMSEA menunjukkan *Goodness of Fit* yang dapat digunakan bila model diestimasi dalam populasi nilai RMSEA antara 0,05 sampai 0,08 merupakan ukuran yang dapat diterima.

5. *Comparative Fit Index (CFI)*

Merupakan besaran indeks untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model keunggulan dari indeks ini adalah tidak dipengaruhi ukuran sampel. Rentang nilai dari indeks ini adalah 0-1, dimana semakin mendekati 1 menunjukkan tingkat fit yang paling tinggi.

6. *Tucker Lewis Index (TLI)*

Merupakan sebuah *alternative incremental fit indeks* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap *base line* model. Bila yang digunakan sebagai acuan diterimanya sebuah model adalah $>0,95$ dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan kesesuaian yang sangat bagus.

7. *Goodnes of Fit Index (GFI)*

GFI adalah ukuran non statistic yang memiliki rentang nilai antara nol (*poor fit*). Ukuran ini menunjukkan keseluruhan tingkat kesesuaian kuadrat residual dari prediksi disbanding dengan data actual, namun ukuran ini tidak disesuaikan dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*).

8. *Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)*

AGFI merupakan *fit* indeks dalam SEM yang telah mempertimbangkan atau disesuaikan dengan *degree of freedom* yang telah diterima untuk menguji diterima atau tidaknya suatu model, nilai batas yang direkomendasikan untuk indeks ini adalah bila AGFI mempunyai nilai yang sama atau lebih besar daro 0,90 menunjukkan tingkatan yang cukup baik.

Jika Asumsi SEM terpenuhi langkah berikutnya model dapat diuji melalui uji kesesuaian dan uji statistik, dimana indeks-indeks yang digunakan dalam mengukur kelayakan sebuah model seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.2
GOODNESS OF FIT INDICES

No.	<i>Good of fit index</i>	<i>Cut-off</i>
1	Chi-Square	Diharapkan Kecil
2	Probability	≥ 0.05
3	CMIN/DF	≤ 2.00
4	GFI	≥ 0.90
5	AGFI	≥ 0.90
6	TLI	≥ 0.90
7	CFI	≥ 0.95
8	RMSEA	≤ 0.08

Sumber : Imam Ghozali (2011:71)

3.9.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan awal terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang akan dicari oleh peneliti. Menurut Imam Ghozali (2011:139), dijelaskan jika setelah diuji ternyata variabel memiliki probabilitas (p) dengan $p < 0,05$ adalah menunjukkan tingkat signifikansi sehingga hipotesis diterima.