

## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Rancangan Penelitian**

Dilihat dari tujuan, rancangan penelitian ini adalah studi Kausal, yaitu satu jenis riset yang tujuan utamanya adalah mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab-akibat (Malhotra, 2013:100). Sedangkan menurut Uma Sekaran (2011:154) tujuan studi pada rancangan penelitian ini adalah pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau menentukan perbedaan antar kelompok atau kebebasan (Independensi) dua atau lebih faktor dalam situasi. Jenis investigasi pada penelitian adalah penetapan hubungan *casual research* (penelitian kasual). Tingkat intervensi penelitian ini adalah minimal, artinya mempelajari peristiwa seperti apa adanya. Menurut Sugiyono (2012:30) desain kausal adalah penelitian yang bertujuan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi)".

#### **4.2 Populasi dan Sampel**

##### **4.2.1 Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh

karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu (Sugiyono, 2012:61). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya.

#### 4.2.2 Sampel

Sugiyono (2012:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Metode dari pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:85). Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Konsumen PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya, Sidoarjo dan Gresik.
2. Merupakan bagian pembelian (*purchasing*) atau *owner* yang mengerti produk .
3. Pernah melakukan pembelian di PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir.
4. Melakukan pembayaran tepat waktu .

Hasil data internal perusahaan didapatkan 88 responden yang memenuhi persyaratan tersebut.

Dalam penelitian ini, ukuran sampel yang digunakan merupakan jenis *sampling jenuh* dimana semua populasi menjadi *sampling* penelitian yakni 88 responden yang merupakan konsumen yang pernah menggunakan produk PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya.

### **4.3 Batasan dan Asumsi Penelitian**

#### **4.3.1 Batasan Penelitian**

Batasan dalam penelitian, adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang jadi objek penelitian ini adalah konsumen PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya yang berusia 17 tahun keatas yang Pernah melakukan pembelian di PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir.
2. Variabel penelitian yang digunakan terdiri dari *program loyalty*, harga, kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen.
3. Melakukan pembayaran tepat waktu

#### **4.3.2 Asumsi Penelitian**

Asumsi dalam penelitian, adalah sebagai berikut:

1. Subyek dalam penelitian ini bersedia untuk diteliti.
2. Subyek telah memenuhi kriteria sampel.
3. Data penelitian telah memenuhi asumsi analisa kuantitatif

### **4.4 Instrumen Penelitian dan Desain Kuisoner**

#### **4.4.1 Instrumen Penelitian**

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisoner yang berisi pertanyaan dari variabel bebas, tak bebas dan *moderating*. Adapun Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. *Program Loyalty*

*Program Loyalty* adalah program yang memungkinkan konsumen untuk mengumpulkan hadiah gratis ketika konsumen melakukan pembelian berulang-ulang dengan perusahaan. Dalam penelitian ini promosi dilihat dari beberapa indikator menurut Hu et al., (2012) sebagai berikut:

- a. Menyukai Program Loyalty yang ditawarkan.
- b. Memiliki pilihan yang kuat untuk Program Loyalty.
- c. Merekomendasikan Program Loyalty kepada orang lain.

### 2. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Keller, 2009:354). Indikator kualitas produk dalam penelitian ini sesuai dengan teori Tjiptono dan Chandra (2012:75) yang mengukur kualitas produk melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli
- b. *Reliability* (keandalan), yaitu kemungkinan kecil mengalami kerusakan atau gagal pakai
- c. *Features* (keistimewaan tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.

- d. *Conformance* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang ditetapkan sebelumnya.
- e. *Durability* (daya tahan), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

### 3. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen atas barang, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari membeli produk di PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya. Dalam penelitian ini harga dilihat dari beberapa indikator menurut Kotler dan Keller (2011:420), sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga produk
- b. Harga bersaing dengan kompetitor
- c. Harga sebanding dengan produk yang ditawarkan

### 4. Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang konsumen setelah membandingkan harapan dengan kinerja produk yang melebihi harapannya. Kepuasan dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang mengacu pada Ishak dan Luthfi (2011:60) yaitu:

- a. Produk mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.
- b. Puas dengan janji yang diberikan.
- c. Produk mampu memenuhi harapan.

## 5. Loyalitas

Loyalitas konsumen adalah gambaran respon konsumen dalam pembelian ulang yang konsisten. Dalam penelitian ini loyalitas dilihat dari beberapa indikator menurut Surya dan Setiyaningrum (2009) dalam Selang (2013) sebagai berikut:

- a. Pembelian ulang
- b. Rekomendasi
- c. Perasaan setelah membeli

### 4.4.2 Desain Kuisisioner

Desain kuisisioner dalam penelitian ini dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Desain Kuisisioner**

Variabel	Indikator	Item Kuesioner
Program Loyalty	Menyukai Program Loyalty yang ditawarkan	Program loyalty yang ditawarkan PT. Bino Mitra Sejati lebih disukai dibandingkan dengan program yang ditawarkan kompetitor lain yang sejenis
		Program loyalty yang diberikan oleh PT. Bino Mitra Sejati menarik
	Memiliki pilihan yang kuat untuk Program Loyalty	Program loyalty yang ditawarkan PT. Bino Mitra Sejati memiliki pilihan-pilihan yang kuat
		PT. Bino Mitra Sejati memiliki banyak pilihan program loyalty yang menarik
	Merekomendasikan Program Loyalty kepada orang lain	Akan merekomendasikan program loyalty PT. Bino Mitra Sejati kepada orang lain
		Berniat untuk mengenalkan program loyalty dari PT. Bino Mitra Sejati melalui media online
Kualitas Produk	<i>Perfomance</i>	Kinerja produk PT. Bino Mitra Sejati tinggi
		Produk PT. Bino Mitra Sejati dijual hampir setiap outlet

Variabel	Indikator	Item Kuesioner
	<i>Reliability</i>	Resiko kerusakan produk PT. Bino Mitra Sejati kecil
		Kualitas produk PT. Bino Mitra Sejati tinggi
	<i>Features</i>	Terdapat ciri-ciri tersendiri dari produk PT. Bino Mitra Sejati
		Produk PT. Bino Mitra Sejati adalah produk yang istimewa
	<i>Conformance</i>	Desain produk PT. Bino Mitra Sejati menarik
		Desain produk PT. Bino Mitra Sejati standart dan hampir sama dengan produk lain
	<i>Durability</i>	Jangka waktu pemakaian produk PT. Bino Mitra Sejati lama
		PT. Bino Mitra Sejati memberikan garansi barang sebelum masa kadaluwarsa
Harga	Keterjangkauan harga produk	Harga produk PT. Bino Mitra Sejati terjangkau
		Harga produk PT. Bino Mitra Sejati dapat dijangkau semua orang
	Harga bersaing dengan kompetitor	Harga produk PT. Bino Mitra Sejati bisa bersaing dengan kompetitor
		Harga produk PT. Bino Mitra Sejati lebih relatif murah dibandingkan kompetitor
	Harga sebanding dengan produk yang ditawarkan	Harga produk PT. Bino Mitra Sejati sesuai dengan kualitasnya
		Harga produk PT. Bino Mitra Sejati sesuai dengan kuantitasnya
Kepuasan konsumen	Produk mampu bersaing dengan produk sejenis	Produk PT. Bino Mitra Sejati dapat bersaing dengan produk sejenis
		Produk PT. Bino Mitra Sejati memiliki kualitas yang lebih baik
	Puas dengan janji yang diberikan	Puas dengan produk PT. Bino Mitra Sejati
		Puas dengan hasil dari produk PT. Bino Mitra Sejati
	Produk mampu memenuhi harapan	Produk PT. Bino Mitra Sejati sesuai dengan harapan
		Produk PT. Bino Mitra Sejati memenuhi harapan pembeli
Loyalitas	Pembelian ulang	Akan melakukan pembelian ulang produk PT. Bino Mitra Sejati
		Berniat untuk melakukan pembelian ulang produk PT. Bino Mitra Sejati
	Merekomendasikan	Akan merekomendasikan produk PT. Bino Mitra Sejati kepada orang lain
		Akan merekomendasikan kepada outlet untuk menjual produk PT.

Variabel	Indikator	Item Kuesioner
		Bino Mitra Sejati
	<i>Perasaan</i> setelah membeli	Merasa gelisa sebelum membeli produk PT. Bino Mitra Sejati
		Merasa lega setelah PT. Bino Mitra Sejati

#### 4.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini terletak di PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya dalam periode 1 September 2016 – 31 Desember 2016.

#### 4.6 Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini, prosedur dan pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara:

##### 1. Kuesioner

Serangkaian pernyataan dalam bentuk angket yang diserahkan langsung kepada responden. Dalam hal ini penelitian menggunakan jenis pernyataan terstruktur, yaitu pernyataan yang dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberi jawaban.

##### 2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara, merupakan komunikasi langsung di mana peneliti ada dalam situasi bertatap muka dan melakukan proses tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak terkait untuk mengetahui masalah yang dihadapi.



### 3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mempelajari dan pengambilan data dari literature terkait dan sumber-sumber lainnya yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai penelitian ini.

## **4.7 Teknik Analisis Data**

### **4.7.1 Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2012:173), valid dapat didefinisikan sebagai instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian, untuk mengukur sesuatu harus menggunakan alat ukur atau instrumen yang tepat. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan ujikorelasi pearson. Validitas kuesioner dinyatakan valid bila nilai signifikansi korelasi pearson lebih kecil dari 0,1.

### **4.7.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2012:173), menyatakan bahwa reliabilitas adalah “Instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengujian terhadap tingkat reliabilitas/keandalan dimaksudkan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat memberikan ukuran yang konstan atau tidak. Instrumen (kuesioner) yang reliabel mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam kuisoner atau instrumen penelitian. Menurut Ridwan dan Kuncoro (2013:220) uji reliabilitas dilakukan untuk

mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpul data (instrument) yang digunakan. Suatu instrumen dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,6$ .

### 4.7.3 Uji Hipotesis

Analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang ditujukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan di implementasikan. Teknik analisis yang dipilih untuk menganalisis data dan menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah *The Structural Equation Model* (SEM).

Untuk menjawab hipotesis digunakan *Partial Least Square* (PLS). Ghozali (2012) perhitungan dilakukan dengan menggunakan alat Bantu Smart *Partial Least Square* (PLS), digunakan PLS dikarenakan berbentuk multi jalur dan model yang digunakan berbentuk Reflektif. Model perhitungan dilakukan dengan menggunakan alat bantu Smart PLS dikarenakan dalam penelitian ini memiliki hubungan multi jalur dan berbentuk formatif dan reflektif. Selain itu dikarenakan sampling kurang dari 100 responden. Model formatif adalah model yang menunjukkan arah hubungan dari indikator ke variable laten. Model reflektif adalah model yang menunjukan hubungan dari variable laten ke indikatornya.

Langkah-langkah pemodelan persamaan struktural berbasis PLS (Ghozali, 2012) ada 5 proses adalah sebagai berikut:

1. Konseptualisasi model
2. Menentukan Metode Analisis *Algorithm*
3. Menentukan Metode *Resampling*

4. Menggambar diagram jalur
5. Evaluasi Model

Evaluasi model PLS berdasarkan pada pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non parametrik. Model evaluasi PLS dilakukan dengan menilai *outer model* dan *inner model*. Model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model, sedangkan model struktural atau *inner model* untuk memprediksi hubungan antar variable laten.

a. Pengukuran model (*outermodel*)

*Outer model* sering juga disebut *outer relation* atau *measurement model*, mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel laten. Hengky dan Ghozali (2012:77), evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reabilitas model. Uji validitas di bidang SEM melakukan pengujian *validitas convergent* dan *discriminant*.

1) Outer model reflektif

Tabel 4.2  
*Rule of Thumb Validitas Outer Model Reflektif*

Validitas	Parameter	Rule of Thumb
Convergent	Loading factor	>0,5
	AVE	>0,5
	Communality	>0,5

Sumber: Partial Least Square (Ghozali, 2012:81)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa *outer model* untuk pengujian validitas terbagi menjadi 2 yaitu: Validitas *convergent* dan validitas *discriminant*.

*Convergent validity* dengan model reflektif, berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur- pengukur dari konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score* dengan *construct score* yang

dihitung dengan PLS, yang dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk setiap indikator konstruk. *Rule of thumb* yang biasanya dipakai untuk menilai validitas convergent yaitu nilai *loading factor* lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur, dan nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0.5. Namun untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai *loading factor* 0.5- 0.6 masih dianggap cukup (Chin, dalam Ghozali, 2012)

*Discriminant validity*, prinsip dari validitas discriminant berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur- pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Cara untuk menguji validitas discriminant dengan indikator reflektif yaitu melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0.7 (Fornell, dalam Ghozali, 2012).

Reliabilitas dari *outer model* diukur dengan menggunakan *composite reliability*. *Composite reliability* adalah nilai batas yang dapat diterima. Tingkat reliabilitas komposit ( $\rho_c$ ) yang baik adalah  $\geq 0.7$ , walaupun bukan merupakan standar absolut. Nilai Cronbach's Alpha adalah lebih besar dari 0.6 (Ghozali, 2012:81)

Tabel 4.3  
*Rule of Thumb Reliabilitas Outer Model Reflektif*

Reliabilitas	Parameter	Rule of Thumb
	Cronbach's Alpha	>0,6
	Composite Reliability	>0,7

Sumber: Partial Least Square (Ghozali, 2012:81)

## 2) Outer model formatif

Dievaluasi berdasarkan pada *substantive content* yaitu dengan melihat signifikansi dari *weight*. Uji validitas dan reliabilitas variabel tidak diperlukan pada model formatif. Signifikansi *weight* dapat dilakukan dengan metode

*resampling (bootstapping)*. Uji multikolinieritas juga diperlukan pada konstruk formatif.

Tabel 4.4  
*Rule of Thumb Outer Model Formatif*

Kriteria	Rule of Thumb
Signifikansi Weight	<ul style="list-style-type: none"> <li>• &gt;1,65 (signifikansi level 10%)</li> <li>• &gt;1,96 (signifikansi level 5%)</li> <li>• &gt;2,58 (signifikansi level 1%)</li> </ul>
Multicollinearity	<ul style="list-style-type: none"> <li>• VIF &lt;10 atau &lt;5</li> <li>• Tolerance &gt;0,1 atau &gt;0,2</li> </ul>

Sumber: Partial Least Square (Ghozali, 2012:82)

b. Model struktural (*innermodel*)

*Innermodel* yang kadang disebut juga dengan *inner relation*, *structural model* atau *substantive theory*, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*.

Tabel 4.5  
*Rule of Thumb Inner Model*

Kriteria	Rule of Thumb
R-Square	0,75 (kuat), 0,5 (moderate), dan 0,25 (lemah)
Q <sup>2</sup> Predictice relevance	0,35 (kuat), 0,15 (moderate), dan 0,02 (lemah)

Sumber: Partial Least Square (Ghozali, 2012:85)

Inner model dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen atau variabel laten endogen, selain *R-square* pengukuran inner model juga dilakukan dengan Stone-Geisser yaitu melihat *Q-squarepredictice relevance*, test untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Pertama, dalam menilai PLS dilihat dari *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai *R-square* digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen tertentu terhadap variabel laten dependen secara substantif (Ghozali, 2012).

c. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilihat dari besarnya nilai t-statistik. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai pengaruh *program loyalty*, harga, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Tabel 4.6  
*Rule of Thumb Uji Hipotesis*

Kriteria	Rule of Thumb
Signifikansi (2-tailed)	t-value 1.65 (signifikansi level = 10%), 1.96 (signifikansi level = 5%), dan 2.58 (signifikansi level = 1%)

Sumber: Partial Least Square (Ghozali, 2012:85)

Uji Hipotesis untuk outer model dengan indikator reflektif dilakukan dengan melihat nilai T- statistik outer loading dan dibandingkan dengan nilai t-tabel = 1.65. Jika T- statistik > t- tabel maka indikator reflektif valid dan reliable sebagai pengukur konstruk.

Uji Hipotesis untuk outer model dengan indikator formatif dilakukan dengan melihat nilai T- statistik outer weight dan dibandingkan dengan nilai t-tabel = 1.65. Jika T- statistik > t- tabel maka indikator formatif valid.

Uji Hipotesis untuk inner model dilakukan dengan melihat nilai T- statistik, jika T- statistik > t- tabel maka dapat disimpulkan variabel eksogen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel endogen.

#### 4.7.4 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yaitu menggunakan nilai mean. Disamping itu, teknik presentase dan beberapa

tabel digunakan juga dengan tujuan untuk membantu mempermudah penyampaian uraian hasil analisis data dan informasi. Interpretasi terhadap data dilakukan berdasarkan besaran presentase jawaban responden.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang diperoleh melalui kuesioner, kemudian dideskripsikan dengan cara menarasikan semua data yang ada menjadi data yang memiliki suatu informasi yang jelas mengenai *program loyalty*, harga, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Kemudian seluruh data yang diperoleh melalui kuesioner akan dideskripsikan menggunakan analisis persentase. Untuk menghitung persentase jawaban yang diberikan responden, penulis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase

F = Frekuensi (Frekuensi Jawaban)

N = Jumlah Responden