



## BAB III

### METODE PENELITIAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Carrefour Mall of Indonesia. Objek pengamatan dalam penelitian ini adalah mengenai *repatronage intentions* dari Carrefour Mall of Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online*. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Carrefour Mall of Indonesia.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014:233), desain penelitian dikelompokkan atas 8 perspektif sebagai berikut:

##### 1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Merupakan tingkat atau urutan sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Penelitian ini menggunakan studi formal yang dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan riset yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini termasuk dalam studi yang menggunakan metode komunikasi dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan melalui kuesioner kepada subjek penelitian dan mengumpulkan jawaban-jawaban melalui cara personal dan nonpersonal

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3. Pengontrolan variabel oleh periset

Penelitian ini menggunakan desain laporan sesudah fakta karena peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel, dengan pengertian bahwa peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi. Peneliti hanya bisa melaporkan apa yang telah terjadi dan sedang terjadi.

© Hak cipta milik IBI BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam studi kausal (sebab-akibat), karena penelitian ini mencoba menjelaskan hubungan antara variabel-variabel. Peneliti ingin menjelaskan bagaimana pengaruh emosi positif dan keterlibatan konsumen terhadap *repatronage intentions* melalui daya tarik pengecer dan kepuasan pelanggan pada Carrefour Mall of Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross-sectional*, dimana pengumpulan data hanya dilaksanakan satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini merupakan studi statistik, karena bertujuan untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

Hipotesis dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Riset

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan, karena data diambil langsung dengan menyebarkan kuesioner, serta subjek dan objek penelitiannya berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya (bukan simulasi).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



8. Persepsi Subjek

Proses persepsi peserta berpengaruh terhadap penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha agar peserta tidak merasa adanya penyimpangan dan rutinitas sehari-hari, sehingga persepsi yang dihasilkan adalah nyata sesuai dengan keadaan sebenarnya.

**C. Variabel Penelitian**

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, terdapat lima variabel dalam penelitian yang akan digunakan sebagai bahan analisis, yaitu emosi positif, keterlibatan konsumen, daya tarik pengecer, kepuasan pelanggan, dan *repatronage intentions* yang dipersonalisasi sebagai berikut:

**1. Repatronage Intentions**

*Repatronage Intentions* adalah suatu keadaan dimana konsumen memiliki niat untuk datang kembali ke suatu toko dibandingkan toko yang lain. Pengukuran variabel *repatronage intentions* adalah dengan melalui dua indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1

**Tabel 3.1**  
**Butir Pernyataan *Repatronage Intentions***

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Repatronage Intentions</i> (Diadaptasi dari N.S Terblanche, 2018)	Pilihan utama dalam berbelanja	Saya mempertimbangkan Carrefour MOI sebagai pilihan pertama saat berbelanja	Interval
	Niat berbelanja di masa depan	Saya berniat berbelanja di Carrefour MOI kembali	Interval
	Kecenderungan mengunjungi kembali	Saya cenderung mengunjungi kembali Carrefour MOI	Interval
	Kemungkinan untuk berbelanja	Kemungkinan saya akan berbelanja di Carrefour MOI lagi	Interval
	Keberlanjutan untuk berbelanja	Saya akan terus berbelanja di Carrefour MOI	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Daya Tarik Pengecer

Daya Tarik pengecer adalah tingkat daya tarik konsumen terhadap toko ritel tertentu. Pengukuran variabel daya tarik pengecer adalah dengan melalui empat indikator dan butir pernyataan disajikan pada tabel 3.2

**Tabel 3.2**  
**Butir Pernyataan Daya Tarik Pengecer**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Emosi Positif (Diadaptasi dari Jones dan Reynolds, 2006)	Minat	Minat saya berbelanja di Carrefour MOI sangat besar	Interval
	Ketertarikan	Saya tertarik berbelanja di Carrefour MOI	Interval
	Terpesona	Saya terpesona terhadap Carrefour MOI	Interval
	Penasaran/Rasa ingin tahu	Saya ingin tahu lebih banyak mengenai Carrefour MOI	Interval

## 3. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan seseorang setelah membandingkan antara ekspektasi kinerja dengan kinerja yang sesungguhnya. Pengukuran variabel kepuasan pelanggan adalah dengan melalui dua indikator yang disajikan pada tabel 3.3

**Tabel 3.3**  
**Butir Pernyataan Kepuasan pelanggan**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Kepuasan pelanggan (Diadaptasi dari Grace dan O'Cass, 2005)	Kepuasan dengan layanan	Saya sangat puas dengan layanan di Carrefour MOI	Interval
	Pemuasan kebutuhan konsumen	Carrefour MOI melakukan pekerjaan dengan baik untuk memuaskan kebutuhan saya	Interval
	Pengalaman yang sangat memuaskan	Pengalaman saya berbelanja di Carrefour MOI sangat memuaskan	Interval
	Keputusan yang tepat dalam berbelanja	Berbelanja di Carrefour MOI menurut saya merupakan keputusan yang tepat.	Interval

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. Keterlibatan Konsumen

Keterlibatan konsumen didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana konsumen termotivasi dalam aspek kognitif dan afektif yang akan berpengaruh pada proses pengambilan keputusannya. Pengukuran variabel keterlibatan konsumen adalah dengan melalui tiga indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.4

**Tabel 3.4**  
**Butir Pernyataan Keterlibatan Konsumen**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keterlibatan Konsumen (Diadaptasi dari Jones dan Reynolds, 2006)	Tingkat kepentingan	Produk-produk yang ada di Carrefour MOI sangat penting bagi saya	Interval
	Relevansi	Produk-produk yang ada di Carrefour MOI sangat relevan bagi saya	Interval
	Kepedulian	Saya sangat peduli terhadap semua aspek yang terkait dengan setiap produk yang ada di Carrefour MOI	Interval

#### 5. Emosi Positif

Emosi positif adalah pengaruh yang mampu mendatangkan perasaan positif terhadap seseorang. Pengukuran variabel emosi positif adalah melalui empat indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.5

**Tabel 3.5**  
**Butir Pernyataan Emosi Positif**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Emosi Positif (Diadaptasi dari Jones dan Reynolds, 2006)	Bahagia	Saya berbahagia bila berbelanja di Carrefour MOI	Interval
	Gembira	Berbelanja di Carrefour MOI membuat saya merasa gembira	Interval
	Senang	Berbelanja di Carrefour MOI terasa menyenangkan	Interval
	Bersemangat	Saya sangat bersemangat bila berbelanja di Carrefour MOI	Interval



#### D. Teknik Pengumpulan Data

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada 110 responden yaitu konsumen yang pernah berbelanja di Carrefour Mall of Indonesia. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan *Google Docs*, dimana para responden dapat mengisi kuesioner secara online. Jenis kuesioner yang disebarakan adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan alternatif-alternatif jawaban yang sudah disiapkan oleh penulis. Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh penulis, untuk penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban berdasarkan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5. Nilai 1 untuk jawaban *unfavourable* dan nilai 5 untuk *favourable*.

#### E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling*, yaitu sampel non probabilitas yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria kuesioner yang digunakan adalah konsumen yang pernah berbelanja di Carrefour Mall of Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## F. Teknik Analisis Data

### 1. Evaluasi Model Pengukuran

#### a. Uji Validitas

Menurut Ghazali dan Fuad (2008:329), uji validitas merupakan suatu uji yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52). Item pernyataan dikatakan valid apabila  $P\text{-value} < 0,05$  dan  $factor\ loading > 0,5$ . (Ghozali dan Latan, 2014:106)

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali dan Fuad (2008:329), uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha  $> 0,7$ .

$$r_{11} = \frac{b}{b-1} \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^b s_i^2}{s^2} \right]$$

Keterangan :

a : Reliabilitas instrumen

b : Jumlah butir dalam skala pengukuran

$s_i^2$  : Ragam (varian) dari butir ke-i

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$s_t^2$ : Ragam (varian) dari skor total

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**2. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi data serta sangat membantu sebagai awal untuk mendeskripsikan data. Analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel. Analisis deskriptif yang digunakan adalah:

**a. Rata-rata hitung (*mean*)**

Rata-rata hitung atau mean dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut.

Maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Rata-rata hitung

$X_i$  = Nilai sampel ke – i

n = Jumlah sampel

**b. Analisis Persentase**

Analisis persentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis profil dilakukan dengan menghitung persentase dengan menggunakan rumus berikut:

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Keterangan:

P = Persentase responden

$f_i$  = Jumlah responden kategori tertentu

$\sum f_i$  = Total responden

### c. Rata-rata tertimbang

Dalam analisis rata-rata tertimbang, rumus yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

$f_i$  = frekuensi

$x_i$  = Bobot nilai

$\sum f_i$  = Jumlah responden

### d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

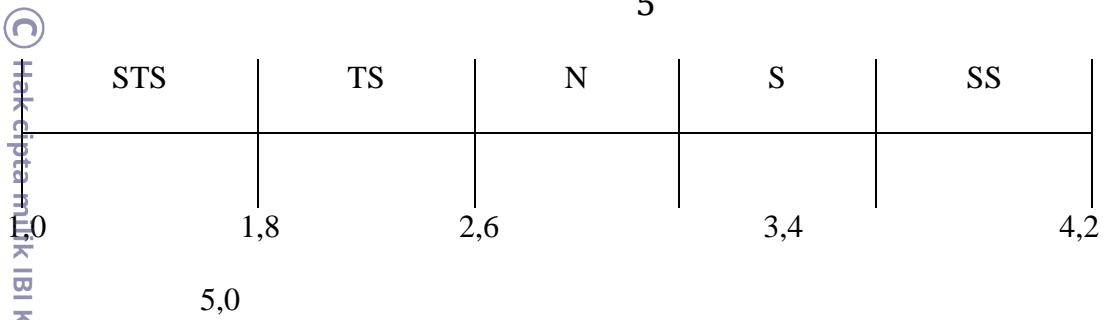
Keterangan:

Rs = Rentang Skala

m = Banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 5, skor terkecil adalah 1 dan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$R_s = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$



Keterangan :

1,0 – 1,8 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,6 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,4 = Netral (N)

3,41 – 4,2 = Setuju (S)

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju (SS)

### 3. Skala Likert

Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan partisipan dengan memberi skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan, dan skor-skor ini dapat mengukur sikap partisipan secara keseluruhan. Penggunaan skala likert akan menghasilkan data interval (Cooper dan Schindler 2014:278). Penelitian ini menggunakan skala likert dimana responden diberikan pilihan untuk memilih dengan lima tingkat sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. Penilaian Overall Fit

Penilaian overall fit dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM yang dibuat dapat diterima (fit). Indikator-indikator yang ada adalah sebagai berikut:

a. *Average Path Coefficient (APC)*

Nilai cut-off p-value untuk APC yang direkomendasikan sebagai model fit adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikan yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102)

b. *Average R-Squared (ARS)*

Nilai cut-off p-value untuk ARS yang direkomendasikan sebagai model Ifit adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikan yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102)

c. *Average Adjusted R-Squared (AARS)*

Nilai cut-off p-value untuk AARS yang direkomendasikan sebagai model Ifit adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikan yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102)

d. *Average block VIF (AVIF)*

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima apabila banyak konstruk atau variabel di dalam model yang diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102)

e. *Average Full Collinearity VIF (AFVIF)*

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima apabila banyak konstruk atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



variabel di dalam model yang diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102)

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

f. *Tenenhaus GoF*

GoF memiliki tiga tingkatan nilai, yaitu kecil apabila nilai  $GoF \geq 0,10$ ; sedang jika nilai  $GoF \geq 0,25$ ; dan besar jika nilai  $GoF \geq 0,36$  (Ghozali dan Latan, 2014:103)

g. *Sympson's Paradox Ratio (SPR)*

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $SPR \geq 0,7$  masih dapat diterima yang artinya 70% atau lebih dari path di dalam model bebas dari Sympson's Paradox (Ghozali dan Latan, 2014:104)

h. *R-Squared Contribution Ratio (RSCR)*

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $RSCR \geq 0,9$  masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari path di dalam model ini tidak berhubungan dengan kontribusi *R-Squared* negatif (Ghozali dan Latan, 2014:105)

i. *Statistical Suppression Ratio (SSR)*

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari path di dalam model bebas dari *statistical suppression* (Ghozali dan Latan, 2014:105)

j. *Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)*

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari path yang berhubungan di dalam model penelitian ini mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Ghozali dan Latan, 2014:105)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 5. Penelitian Model Struktural

Menurut Ghozali dan Fuad (2008:335), evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survei. Terdapat dua hal yang harus diperhatikan dalam hal ini yaitu tanda/arah hubungan antar variabel dan koefisien determinasi.

a. Tanda (arah) hubungan antar variabel-variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antar variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah:

1) Emosi Positif berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan

$$H_0 : Y_{11} = 0$$

$$H_a : Y_{11} > 0$$

2) Emosi Positif berpengaruh positif terhadap Daya Tarik Pengecer

$$H_0 : Y_{21} = 0$$

$$H_a : Y_{21} > 0$$

3) Keterlibatan Konsumen berpengaruh positif terhadap Daya Tarik Pengecer

$$H_0 : Y_{22} = 0$$

$$H_a : Y_{22} > 0$$

4) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap Daya Tarik Pengecer

$$H_0 : \beta_{21} = 0$$

$$H_a : \beta_{21} > 0$$

5) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap *Repatronage Intentions*

$$H_0 : \beta_{31} = 0$$

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$H_a : \beta_{31} > 0$$

- 6) Daya Tarik Pengecer berpengaruh positif terhadap *Repatronage Intentions*

$$H_0 : \beta_{32} = 0$$

$$H_a : \beta_{32} > 0$$

- 7) Emosi Positif berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap *Repatronage Intentions*

$$H_0 : Y_{11} \beta_{31} + Y_{21} \beta_{32} + Y_{11} \beta_{21} \beta_{32} = 0$$

$$H_a : Y_{11} \beta_{31} + Y_{21} \beta_{32} + Y_{11} \beta_{21} \beta_{32} > 0$$

- 8) Keterlibatan Konsumen berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap *Repatronage Intentions*

$$H_0 : Y_{21} \beta_{32} = 0$$

$$H_a : Y_{21} \beta_{32} > 0$$

Kriteria pengujian hipotesis :

Tolak  $H_0$  apabila  $P\text{-value} < 0.05$

Tidak tolak  $H_0$  apabila  $P\text{-value} \geq 0$

- b. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali dan Fuad (2008:336) Koefisien determinasi pada persamaan struktural mengidentifikasikan jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin besar variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga persamaan struktural semakin baik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

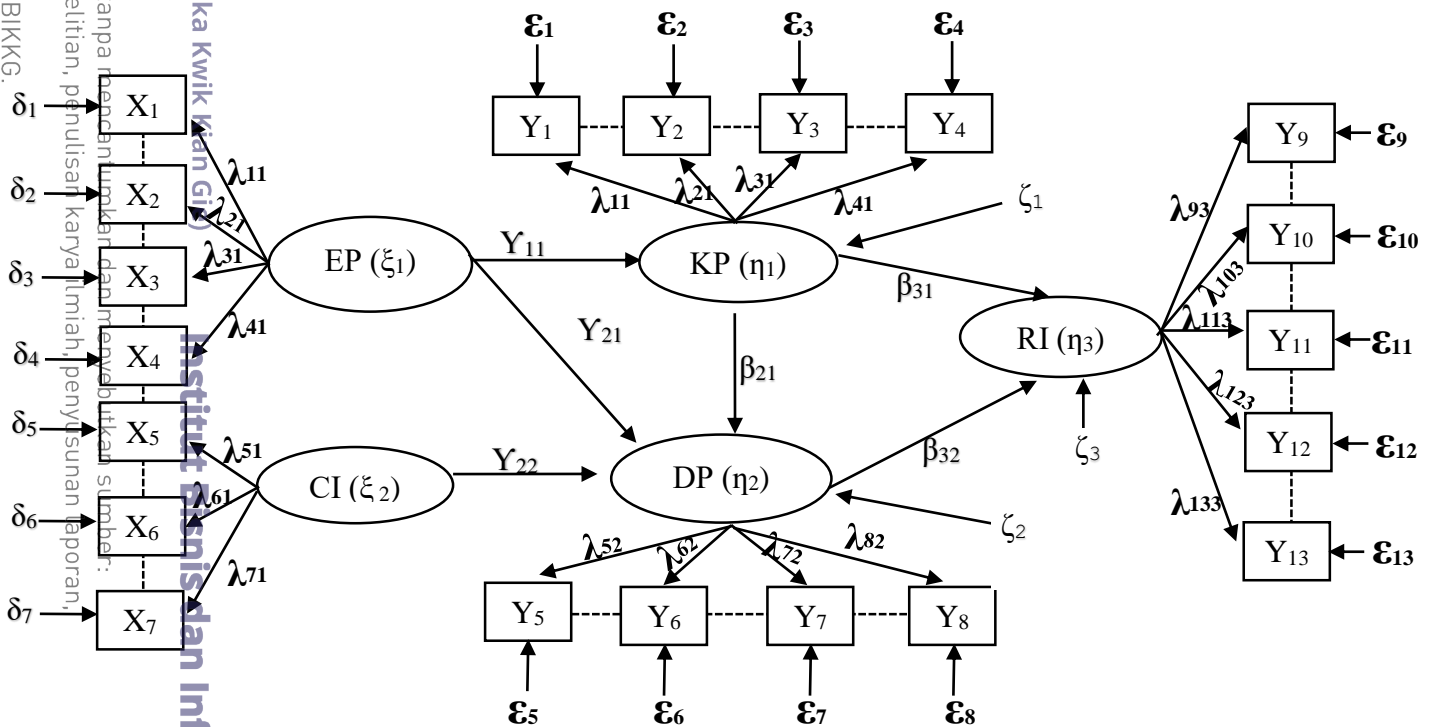
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## 6. Path Diagram

Path Diagram menurut Ghazali dan Fuad (2008:15) merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain. Path diagram memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Path diagram dapat membantu dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk sebelumnya dan juga dapat mengurangi kemungkinan *specification error*. Oleh karena itu, sangat disarankan untuk membangun terlebih dahulu path diagram sebelum menspesifikasikan model. Diagram alur akan ditunjukkan dalam gambar 3.1

Gambar 3.  
Diagram Alur



Sumber: dikembangkan oleh peneliti

Keterangan (Ghozali dan Fuad, 2008:22):

$\xi$  (ksi) = variabel laten eksogen (variabel independen), digambarkan sebagai lingkaran pada model struktural SEM



$\eta$  (eta)

= variabel laten endogen (variabel dependen, dan juga dapat menjadi variabel independen pada persamaan lain), juga digambarkan sebagai lingkaran.

$\gamma$  (gamma)

= hubungan langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen

$\beta$  (beta)

= hubungan langsung variabel endogen terhadap variabel endogen

$X$

= indikator variabel eksogen

$Y$

= indikator variabel endogen

$\lambda$  (lambda)

= hubungan antara variabel laten eksogen ataupun endogen terhadap indikator-indikatornya.

$\delta$  (delta)

= kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel eksogen

$\zeta$  (zeta)

= kesalahan dalam persamaan yaitu antara variabel eksogen dan/atau endogen terhadap variabel endogen

$\epsilon$  (epsilon)

= kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel endogen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.