KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Farmers Market yang terletak di dalam Mall Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner dengan subjek penelitian adalah individu yang pernah mengunjungi dan berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading. Pengumpulan hasil kuesioner dari responden dilakukan pada bulan Desember 2017.

B. Desain Penelitian

Cooper dan Schindler (2017: 146) menyatakan bahwa desain penelitian adalah rencana dan struktur investigasi yang disusun untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Rencana ini mencakup garis besar dari apa yang akan dilakukan seseorang peneliti mulai dari penulisan hipotesis serta implikasi operasionalnya hingga ke analisis akhir data. Lebih lanjut, Cooper dan Schindler (2017: 148) mengklasifikasikan desain penelitian dengan memakai delapan perspektif antara lain sebagai berikut:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

   Suatu studi dapat bersifat eksplorasi atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan spesifikasi mengenai sumber data. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi untuk mendapatkan data primer, yaitu data yang bersumber langsung dari individu yang pernah mengunjungi dan berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading, dengan cara mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Perspektif ini melihat dari aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel-variabel. Penelitian ini menggunakan *ex post facto* (desain laporan sesudah fakta). Pada desain *ex post facto*, peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam artian peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan studi, terdapat dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Studi deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, di mana, bilamana, atau berapa banyak dan digunakan untuk menggambarkan bagaimana penelitian konsumen terhadap suatu produk. Sedangkan studi kausal berusaha untuk menjelaskan hubungan-hubungan antara variabel. Penelitian ini menggunakan studi kausal atau metode sebab akibat untuk menunjukkan bagaimana peran mediasi emosi positif dan keterlibatan konsumen terhadap kepuasan dan daya tarik pengecer dalam menciptakan *repatronage intentions* pada Farmers Market Mall Kelapa Gading.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan studi lintas bagian *(cross-section).* Studi dengan dimensi *cross-section* ini dilaksanakan hanya satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.

6. Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik, dimana lebih mementingkan keluasan dan bukan kedalamannya. Studi statistik berusaha untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitiannya, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual atau kondisi lapangan. Hal ini disebabkan karena data-data didapatkan secara langsung dilapangan dengan menyebarkan kuesioner.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian dimana persepsi subyek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak menyimpang. Oleh karena itu, peneliti berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian yang sedang peneliti lakukan.

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, ada beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini, antara lain: Emosi Positif,

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Daya Tarik Pengecer, Keterlibatan Konsumen, Kepuasan Pengecer, dan *Repatronage Intentions*. Indikator dan *item* pernyataan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

1. *Repatronage Intentions*

Repatronage intentions adalah kecenderungan minat pelanggan untuk mengunjungi kembali atau berlangganan pada suatu toko yang sama di masa depan, ketika pelanggan tersebut mendapatkan kepuasan setelah kunjungan pertamanya. Pengukuran variabel *repatronage intentions* dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Pengukuran Variabel *Repatronage Intentions*

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Repatronage intentions (Diadaptasi dari Terblanche, 2018)	Mempertimbangkan toko	Saya mempertimbangakan Farmers Market Mall Kelapa Gading sebagai pilihan pertama saat berbelanja	Interval
	Niat untuk beberlanja kembali	Saya berniat berbelanja kembali di Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval
	Kecenderungan mengunjungi kembali	Saya cenderung mengunjungi kembali Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval
	Kemungkinan untuk berbelanja	Kemungkinan saya akan berbelanja kembali di Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval
	Terus berbelanja	Saya akan terus berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval

2. Daya Tarik Pengecer

Daya tarik pengecer adalah suatu tingkat ketertarikan yang dimiliki pelanggan terhadap suatu pengecer atau toko ritel tertentu berdasarkan informasi dan pengalaman yang dimiliki oleh pelanggan. Pengukuran variabel daya tarik pengecer dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.2
Pengukuran Variabel Daya Tarik Pengecer

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Daya Tarik Pengecer (Diadaptasi dari Jones dan Reynolds, 2006)	Minat	Minat saya berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading sangat besar	Interval
	Ketertarikan	Saya tertarik berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval
	Keterpesonaan	Saya terpesona terhadap Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval
	Rasa ingin tahu	Saya ingin tau lebih banyak mengenai Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan atau sikap yang dirasakan pelanggan berdasarkan pengalaman berbelanja yang dirasakan, sejauh mana suatu pengecer atau toko ritel mampu memenuhi ekspekatsi pelanggan dalam berbelaja terhadap toko ritel tersebut. Pengukuran variabel kepuasan pengecer dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Pengukuran Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Kepuasan Pelanggan (Diadaptasi dari Grace dan O'Cass, 2005)	Kepuasan terhadap layanan	Saya sangat puas dengan layanan di Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval
	Tingkat kepuasan	Farmers Market Mall Kelapa Gading melakukan pekerjaan dengan baik untuk memuaskan kebutuhan saya	Interval
	Pengalaman berbelanja	Pengalaman saya berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading sangat memuaskan	Interval
	Keputusan yang tepat	Berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading menurut saya merupakan keputusan yang tepat	Interval

4. Keterlibatan Konsumen

Keterlibatan konsumen adalah suatu keadaan dimana pelanggan memberikan waktu dan usaha yang lebih untuk melakukan pertimbangan dalam menentukan pembeliannya atas suatu produk atau jasa. Pengukuran variabel keterlibatan konsumen dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.4
Pengukuran Variabel Keterlibatan Konsumen

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keterlibatan Konsumen (Diadaptasi dari Jones dan Reynolds, 2006)	Tingkat kepentingan produk	Produk-produk yang ada di Farmers Market Mall Kelapa Gading sangat penting bagi saya	Interval
	Tingkat relevansi produk	Produk-produk yang ada di Farmers Market Mall Kelapa Gading sangat relevan bagi saya	Interval
	Tingkat kepedulian konsumen	Saya sangat peduli terhadap semua aspek yang terkait dengan setiap produk yang ada di Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval

5. Emosi Positif

Tabel 3.5
Pengukuran Variabel Emosi Positif

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Emosi Positif (Diadaptasi dari Jones dan Reynolds, 2006)	Rasa bahagia	Saya merasa berbahagia bila berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval
	Rasa gembira	Berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading membuat saya merasa gembira	Interval
	Rasa senang	Berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading terasa menyenangkan	Interval
	Rasa bersemangat	Saya merasa bersemangat bila berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading	Interval

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Emosi positif adalah suatu reaksi atau sikap yang menyatakan bahwa seseorang merasa senang, bahagia, dan puas terhadap suatu keadaan maupun objek tertentu. Pengukuran variabel emosi positif dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 3.5.

D. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer, yang merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama (subjek penelitian). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada orang yang pernah mengunjungi dan berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan *Google Docs*, dimana para responden dapat mengisi kuesioner secara *online* melalui internet. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh 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, dan 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*. Metode *non probability sampling* adalah teknik

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Indriantoro dan Supomo, 2016: 120). Pada metode *non probability sampling*, peneliti dapat meyakinkan bahwa sampel merupakan perwakilan populasi dari mana sampel ditarik dan *error* dalam pengambilan sampel juga dapat dikurangi.

Jenis teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *judgement sampling*, yaitu sampel non probabilitas yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2016: 131). Kriteria yang digunakan adalah orang-orang yang pernah mengunjungi dan berbelanja di Farmers Market Mall Kelapa Gading, sehingga penyebaran kuesioner terarah kepada kriteria tersebut.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) untuk pengembangan, pengujian model, dan pengolahan data.

1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Indriantoro dan Supomo (2016: 181) menyatakan bahwa esensi dari validitas adalah akurasi. Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Item pernyataan dikatakan valid apabila P-*value* < 0,05 dan *factor loading* > 0,5 (Ghozali dan Latan, 2014: 106).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari suatu variabel laten (Indriantoro dan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Supomo, 2016: 180). Uji reliabilitas dipakai 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.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2}\right)$$

Keterangan:

r_{11} = nilai reliabilitas

k = jumlah *item*

$\sum Si$ = jumlah varians skor tiap-tiap *item*

St = varians total

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi, dan sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data. Alat-alat analisis deskriptif yang digunakan antara lain:

a. **Rata-rata Hitung** $(\bar{x})$

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel n, maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^{n} x_i$$

Keterangan:

$\bar{x}$ = rata-rata hitung

xi = nilai sampel ke-i

n = jumlah sampel

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b. **Analisis Presentase**

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

$$Fr_i = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = frekuensi relatif ke-i setiap kategori

å *fi* = jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = total responden

c. **Rata-rata Tertimbang**

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$\bar{x}$ = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

x_i = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 penelitian

m = banyaknya kategori

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

$$Rs = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

STS	TS	N	S	SS

1,0 1,8 2,6 3,4 4,2 5,0

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)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

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. 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

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 indikasi model *fit* adalah ≤ 0,05 dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014: 102).

b. ***Average R-Squared* (ARS)**

Nilai *cut-off* P-*value* untuk ARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah ≤ 0,05 dengan level signifikansi 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 indikasi model *fit* adalah ≤ 0,05 dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014: 102).

d. ***Average block VIF* (AVIF)**

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus ≤ 3,3 dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102).

e. ***Average Full Collinearity VIF* (AFVIF)**

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus ≤ 3,3 dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102).

f. ***Tenenhaus GoF***

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

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

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai SPR ≥ 0,7 masih dapat diterima yang artinya 70% atau lebih dari *path* didalam 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 ≥ 0,9 masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari *path* didalam model ini tidak berhubungan dengan kontribusi *R-Squared* negatif (Ghozali dan Latan, 2014:105).

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

i. ***Statistical Suppression Ratio*** **(SSR)**

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai ≥ 0,7 yang berarti 70% atau lebih dari *path* didalam model bebas dari statistikal *suppression* (Ghozali dan Latan, 2014:105).

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

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

5. Pengujian Hipotesis

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 (Ghozali dan Fuad, 2008: 335).

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

1) Pengaruh positif Emosi Positif terhadap Kepuasan Pelanggan

H0 : $\Upsilon_{11} = 0$

Ha : $\Upsilon_{11} > 0$

2) Pengaruh positif Emosi Positif terhadap Daya Tarik Pengecer

H0 : $\Upsilon_{21} = 0$

Ha : $\Upsilon_{21} > 0$

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3) Pengaruh positif Keterlibatan Pelanggan terhadap Daya Tarik Pengecer

H0 : $\Upsilon_{22} = 0$

Ha : $\Upsilon_{22} > 0$

4) Pengaruh positif Kepuasan Pelanggan terhadap Daya Tarik Pengecer

H0 : $\beta_{21} = 0$

Ha : $\beta_{21} > 0$

5) Pengaruh positif Kepuasan Pelanggan terhadap *Repatronage Intentions*

H0 : $\beta_{31} = 0$

Ha : $\beta_{31} > 0$

6) Pengaruh positif Daya Tarik Pengecer terhadap *Repatronage Intentions*

H0 : $\beta_{32} = 0$

Ha : $\beta_{32} > 0$

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

H0 : $\Upsilon_{11}\beta_{31} + \Upsilon_{11}\beta_{21}\beta_{32} + \Upsilon_{21}\beta_{32} = 0$

Ha : $\Upsilon_{11}\beta_{31} + \Upsilon_{11}\beta_{21}\beta_{32} + \Upsilon_{21}\beta_{32} > 0$

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

H0 : $\Upsilon_{22}\beta_{32} = 0$

Ha : $\Upsilon_{22}\beta_{32} > 0$

Kriteria pengujian hipotesis:

1. Tolak Ho, bila nilai p-value < 0,05
2. Tidak tolak Ho, bila nilai p-value ≥ 0,05

b. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural mengidentifikasikan jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara

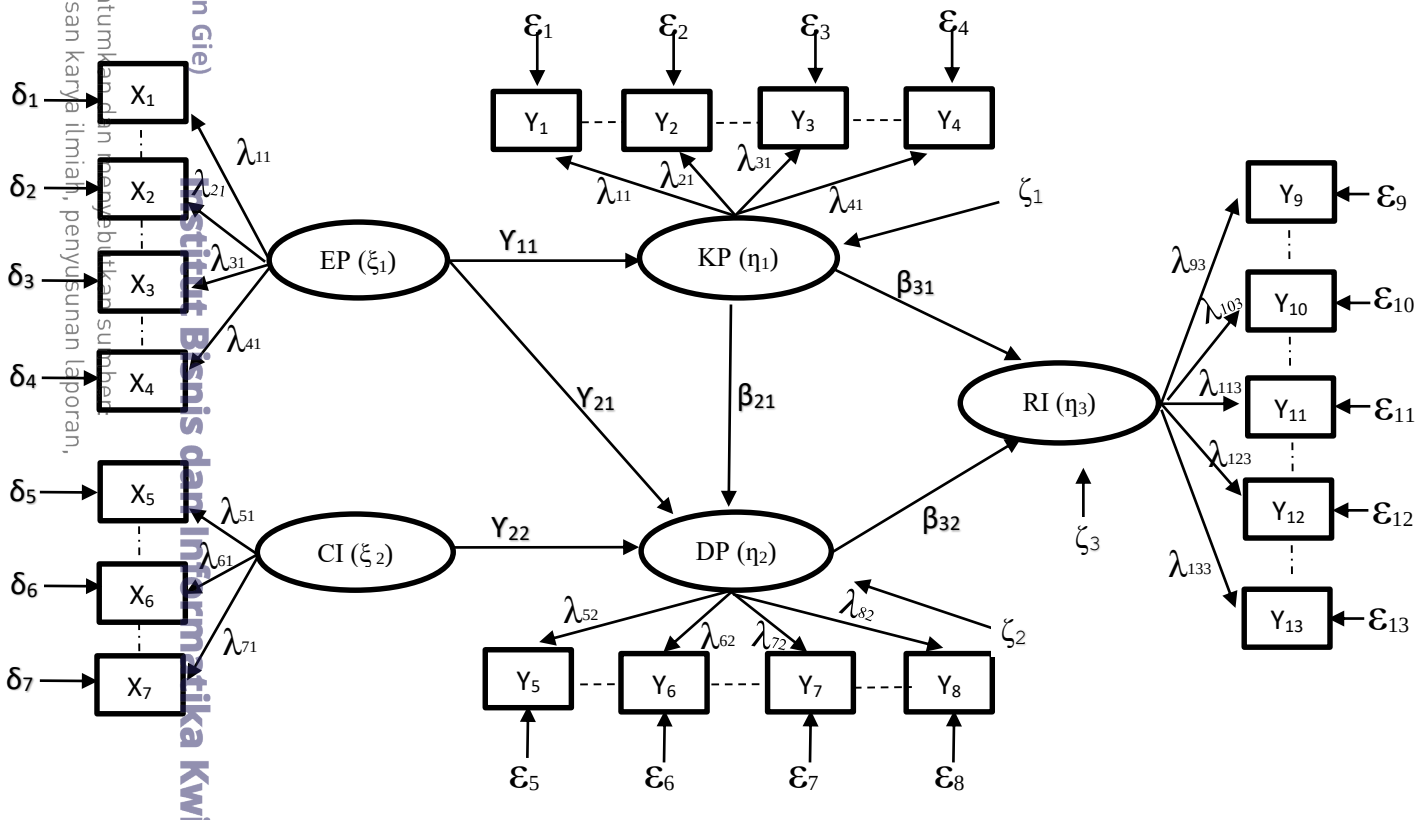
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

simultan oleh variabel-variabel laten independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga semakin baik persamaan struktural (Ghozali dan Fuad, 2008: 336).

6. Pembangunan *Path Diagram*

Path diagram merupakan grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, yang memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk. *Path diagram* mampu menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan *error* dalam persamaan tersebut. Oleh karena itu, disarankan untuk membangun *path diagram* sebelum melakukan spesifikasi model. Gambar 3.1 menunjukkan *path diagram* yang digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 3.1
Path Diagram



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Keterangan (Ghozali dan Fuad, 2008: 22):

ξ (ksi) = Variabel laten eksogen (variabel independen), digambarkan sebagai lingkaran pada model struktural SEM

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

Y (gamma) = Hubungan langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen

β (beta) = Hubungan langsung variabel endogen terhadap variabel endogen

X = Indikator variabel eksogen

Y = Indikator variabel endogen

λ (lambda) = Hubungan antara variabel laten eksogen ataupun endogen terhadap indikator-indikatornya.

δ (delta) = Kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel eksogen

ζ (zeta) = Kesalahan dalam persamaan yaitu antara variabel eksogen dan/atau endogen terhadap variabel endogen

ε (epsilon) = Kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel endogen

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie