

BAB III

SUBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah debitur kredit mikro mandiri cabang Bandung Siliwangi. Adapun variabel *independent* (variabel bebas) dalam penelitian ini adalah lingkungan sosiokultural dan Bauran pemasaran. Lingkungan sosiokultural dibentuk melalui, Keluarga, Sumber Informal, Sumber non komersial, Kelas sosiokultural, Kultur dan subkultur. Bauran pemasaran dibentuk melalui *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*. Sedangkan pengambilan keputusan debitur dan loyalitas termasuk *variable dependent* (variable terikat). Pengambilan keputusan debitur dibentuk melalui pengenalan kebutuhan, pencarian informasi dan evaluasi alternative. Sedangkan untuk loyalitas terbentuk oleh pembelian ulang, rekomendasi, setia kepada produk/jasa perusahaan dan kebal.

3.2 Metode Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan *verifikatif*. Menurut Sugiyono (2010:11) bahwa, Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang lingkungan sosiokultural, kinerja bauran pemasaran, pengambilan keputusan debitur serta loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan

secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki serta meng-interprestasikan data-data yang tepat. Sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis

Berdasarkan jenis penelitian variabel-variabel tersebut, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif *survey* dan *explanatory survey*. Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2008:7), penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Pada penelitian yang menggunakan metode ini informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Oleh karena penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka pendekatan yang digunakan menurut Husein Umar (2006:45) adalah pendekatan *cross sectional*, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu atau tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang.

3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka dilakukan penjabaran sejumlah variable lengkap dengan konsep, indikator, ukuran dan skalanya. Mengenai penjabaran dari variable penelitian, dapat diungkapkan pada tabel 3.1 :

TABEL 3.1
OPERASIONAL VARIABEL

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	5
<i>Lingkungan Sosiokultural (X₁)</i>	Salah satu factor eksternal yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan (schiffman and Kanuk : 2004 : 20)	<ul style="list-style-type: none"> - Keluarga - Sumber Informal - Sumber non komersial - Kelas sosial - Kultur dan subkultur 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat perhatian atas informasi yang diterima dari keluarga - Tingkat perhatian atas informasi yang diterima dari sumber informal - Tingkat perhatian atas informasi yang diterima dari sumber non komersial - Tingkat perhatian atas informasi yang diterima dari kelas sosiokultural - Tingkat perhatian atas informasi yang diterima dari kultur dan subkultur 	<i>Ordinal</i>
Bauran pemasaran jasa (X ₂)	Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya pada pasar sasaran (Kotler, 2008 :62)	Keberhasilan pelaksanaan bauran pemasaran jasa.	Tingkat keberhasilan pelaksanaan bauran pemasaran	<i>Ordinal</i>
<i>Product (X_{2.1})</i>	Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. (Kotler, 2009 :4)	<ul style="list-style-type: none"> - Keragaman produk Bank Mandiri yang ditawarkan 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Keragaman produk Bank Mandiri yang ditawarkan 	<i>Ordinal</i>
<i>Price (X₂₂)</i>	Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya (Kotler, 2009 : 67)	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya bunga kredit mikro - Biaya Asuransi kredit mikro - Biaya Administrasi kredit mikro 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat bunga yang ditetapkan - Tingkat kewajaran biaya asuransi yang ditetapkan - Tingkat kewajaran biaya administrasi yang ditetapkan 	<i>Ordinal</i>

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	5
<i>Place (X23)</i>	Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran (kotler, 2008 : 63)	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya Notaris kredit mikro - Kemudahan menjangkau lokasi - Kestrategisan lokasi bank 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat kewajaran biaya notaris yang ditetapkan - Tingkat kemudahan menjangkau lokasi - Tingkat kestrategisan lokasi bank 	<i>Ordinal</i>
<i>Promotion (X24)</i>	Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa (Buchari Alma, 2009 : 179)	<ul style="list-style-type: none"> - Daya tarik iklan di media cetak - Daya tarik iklan pada brosur dan spanduk 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Daya tarik iklan di media cetak - Tingkat Daya tarik iklan pada brosur dan spanduk 	<i>Ordinal</i>
<i>Physical evidence (X25)</i>	Lingkungan tempat jasa disampaikan dan tempat penyedia jasa dengan konsumen berinteraksi beserta semua konsumen lainnya yang mendukung terwujudnya atau terkomunikasinya jasa (Zeithaml and Bitner, 2006 : 27)	<ul style="list-style-type: none"> - Kenyamanan gedung - Kebersihan gedung - Kelengkapan fasilitas gedung 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Kenyamanan gedung - Tingkat Kebersihan gedung - Tingkat Kelengkapan fasilitas gedung 	<i>Ordinal</i>
<i>Process (X26)</i>	Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. (Zeithaml and Bitner, 2003 : 25)	<ul style="list-style-type: none"> - Kecepatan proses pelayanan - Kemudahan memperoleh pelayanan - Keseragaman layanan yang diberikan 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Kecepatan proses pelayanan - Tingkat Kemudahan memperoleh pelayanan - Tingkat Keseragaman layanan yang diberikan 	<i>Ordinal</i>
<i>People (X27)</i>	Orang atau pegawai adalah semua	<ul style="list-style-type: none"> - Keramahan karyawan bank 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Keramahan karyawan bank 	<i>Ordinal</i>

Variabel/ Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
1	2	3	4	5
	komponen sumber daya manusia yang berpartisipasi dalam penyampaian jasa dan mempengaruhi persepsi pembelian. (Zeithaml and Bitner, 2006 : 26)	<ul style="list-style-type: none"> - Keahlian dan keterampilan karyawan bank - Daya tanggap karyawan bank menanggapi keluhan - Penampilan karyawan bank 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Keahlian dan keterampilan karyawan bank - Tingkat Daya tanggap karyawan bank menanggapi keluhan - Tingkat Penampilan karyawan bank 	Ordinal Ordinal Ordinal
<i>Pengambilan keputusan debitur (Y)</i>	Tahap pembelian barang ataupun jasa yang dilakukan oleh konsumen ketika kebutuhannya tidak terpuaskan Levy and Wetz, 2009 :98	<ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan kebutuhan - Pencarian Informasi - Evaluasi Alternatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat pengenalan kebutuhan - Tingkat pencarian informasi - Tingkat evaluasi alternatif 	Ordinal Ordinal Ordinal
<i>Loyalitas (Z)</i>	Loyalitas merupakan manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, mensupport, mendapatkan rasa aman dan membangun keterkaitan serta menciptakan <i>emotional attachment</i> . (Hermawan, 2003 :126)	<ul style="list-style-type: none"> - Pembelian ulang - Penggunaan fasilitas bank lainnya - Rekomendasi an - Kekebalan terhadap produk dan jasa pesaing 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat Pembelian ulang - Tingkat Penggunaan fasilitas bank lainnya - Tingkat Rekomendasi an - Tingkat Kekebalan terhadap produk dan jasa pesaing 	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

3.2.2 Jenis dan Sumber Data

Kuncoro (2007: 124) menjelaskan bahwa “data adalah sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan”. Data yang didapat dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi data primer dan data sekunder.

Menurut Asep Hermawan (2005: 168), data primer adalah sebagai berikut:

Data primer merupakan sumber-sumber dasar yang merupakan bukti atau saksi utama dari kejadian yang lalu (M. Nazir, 2006:50). Sedangkan menurut David A. Aaker (2006:759) “data primer adalah *data collected to address a specific research objective (as opposed to secondary data)*”. Data yang dikumpulkan untuk mengarahkan objek penelitian yang spesifik (*kebalikan dari data sekunder*). Sedangkan data sekunder menurut Asep Hermawan (2005: 168), “data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain”.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No.	Data	Sumber Data
1	Profil Perusahaan	Bank Mandiri
2	Tanggapan debitur mengenai lingkungan sosiokultural mikro mandiri	Debitur mikro mandiri
3	Tanggapan debitur mengenai kinerja bauran pemasaran jasa mikro mandiri	Debitur mikro mandiri
4	Tanggapan debitur mengenai tingkat pengambilan keputusan debitur kredit mikro	Debitur mikro mandiri
5	Tanggapan debitur mengenai tingkat loyalitas mereka (debitur)	Debitur mikro mandiri

3.2.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.3.1 Populasi

Pelaksanaan suatu penelitian membutuhkan populasi sebagai sumber data, juga tidak terlepas dari penelitian yang akan diteliti, karena melalui objek penelitian akan diperoleh variabel-variabel yang merupakan permasalahan dalam penelitian dan diperoleh suatu pemecahan masalah yang akan menunjang keberhasilan penelitian.

Menurut Sugiyono (2008:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun jumlah debitur kredit mikro mandiri cabang Bandung Siliwangi dari tahun 2005 – Juni 2011 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

TABEL 3.3
JUMLAH DEBITUR KREDIT MIKRO
TAHUN 2005 - 2011

Tahun	Jumlah Debitur
2005	197 Orang
2006	219 Orang
2007	780 Orang
2008	1053 Orang
2009	1145 Orang
2010	893 Orang
Juni'11	1376 Orang

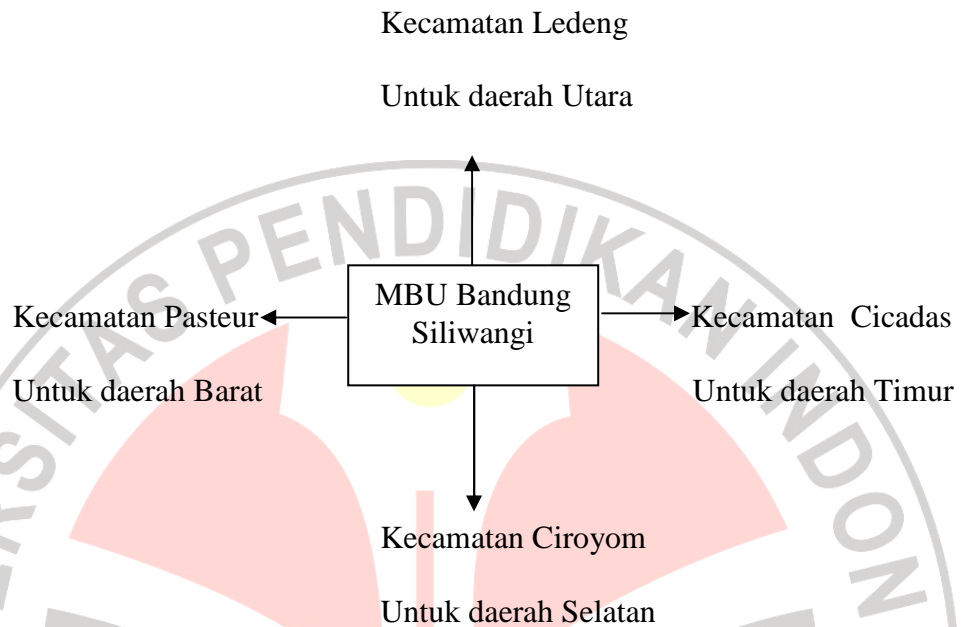
Sumber : Micro Business Unit Bandung Siliwangi

Berdasarkan data jumlah debitur kredit mikro pada tabel 3.1. maka populasi pada penelitian ini adalah jumlah debitur terakhir pada bulan Juni tahun 2011 sebanyak 1376 debitur.

3.2.3.2 Sampel

Sample ditentukan dengan menggunakan uji statistik cluster sampling. *Cluster* sampling digunakan untuk menentukan sample bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas (Sugiyono, 2008 : 83). Tehnik sampling digunakan dua tahap yaitu :

1. Menentukan sample daerah, berdasarkan data dari mikro mandiri, debitur diperoleh atas dasar ketetapan pencarian calon debitur dengan maksimal 5 km dari MBU Bandung Siliwangi.



Sumber : MBU Bandung Siliwangi

**GAMBAR 3.1 BATAS WILAYAH (*GREEN AREA*)
MBU SILIWANGI**

2. Menentukan sample per kecamatan, berdasarkan data dari MBU Siliwangi sebanyak 43 kecamatan.

- 1) Kecamatan Isola = Membawahi 13 debitur
- 2) Kecamatan Ledeng = Membawahi 11 debitur
- 3) Kecamatan Ciumbuleit = Membawahi 64 debitur
- 4) Kecamatan Gegerkalong = Membawahi 30 debitur
- 5) Kecamatan Hegarmanah = Membawahi 18 debitur
- 6) Kecamatan Sukajadi = Membawahi 20 debitur
- 7) Kecamatan Sukarasa = Membawahi 12 debitur
- 8) Kecamatan Dago = Membawahi 149 debitur

- 9) Kecamatan Cigadung = Membawahi 89 debitur
- 10) Kecamatan Sukagalih = Membawahi 6 debitur
- 11) Kecamatan Cipedes = Membawahi 8 debitur
- 12) Kecamatan Pasteur = Membawahi 41 debitur
- 13) Kecamatan Lebak Siliwangi = Membawahi 4 debitur
- 14) Kecamatan Sekeloa = Membawahi 151 debitur
- 15) Kecamatan Sukabungah = Membawahi 11 debitur
- 16) Kecamatan Cipaganti = Membawahi 9 debitur
- 17) Kecamatan Lebak gede = Membawahi 12 debitur
- 18) Kecamatan Sadang serang = Membawahi 92 debitur
- 19) Kecamatan Pajajaran = Membawahi 26 debitur
- 20) Kecamatan Tamansari = Membawahi 104 debitur
- 21) Kecamatan Sukaluyu = Membawahi 107 debitur
- 22) Kecamatan Pasirkaliki = Membawahi 32 debitur
- 23) Kecamatan Citarum = Membawahi 23 debitur
- 24) Kecamatan Sukamaju = Membawahi 25 debitur
- 25) Kecamatan Arjuna = Membawahi 12 debitur
- 26) Kecamatan BBK ciamis = Membawahi 11 debitur
- 27) Kecamatan Cihapit = Membawahi 22 debitur
- 28) Kecamatan Cicadas = Membawahi 67 debitur
- 29) Kecamatan Merdeka = Membawahi 3 debitur
- 30) Kecamatan Ciroyom = Membawahi 32 debitur
- 31) Kecamatan Kebon Jeruk = Membawahi 23 debitur
- 32) Kecamatan Braga = Membawahi 7 debitur

- 33) Kecamatan Kebon Pisang = Membawahi 11 debitur
- 34) Kecamatan Dungus cariang = Membawahi 3 debitur
- 35) Kecamatan Cijerah = Membawahi 19 debitur
- 36) Kecamatan Jamika = Membawahi 24 debitur
- 37) Kecamatan Cibadak = Membawahi 13 debitur
- 38) Kecamatan Balonggede = Membawahi 15 debitur
- 39) Kecamatan Cikawao = Membawahi 12 debitur
- 40) Kecamatan Burangrang = Membawahi 10 debitur
- 41) Kecamatan Batununggal = Membawahi 8 debitur
- 42) Kecamatan Kacapiring = Membawahi 12 debitur
- 43) Kecamatan Babakan Sari = Membawahi 6 debitur

3. Peneliti menarik secara random sample untuk tahap ketiga dengan sample fraction = 10%, maka jumlah debitur dari setiap kecamatan adalah :

- 1) Kecamatan Isola = $0,1 \times 13 = 1,3$ = 1 debitur
- 2) Kecamatan Ledeng = $0,1 \times 11 = 1,1$ = 1 debitur
- 3) Kecamatan Ciumbuleit = $0,1 \times 64 = 6,4$ = 6 debitur
- 4) Kecamatan Gegerkalong = $0,1 \times 30 = 3$ = 3 debitur
- 5) Kecamatan Hegarmanah = $0,1 \times 18 = 1,8$ = 1 debitur
- 6) Kecamatan Sukajadi = $0,1 \times 20 = 2$ = 2 debitur
- 7) Kecamatan Sukarasa = $0,1 \times 12 = 1,2$ = 1 debitur
- 8) Kecamatan Dago = $0,1 \times 149 = 14,9$ = 15 debitur
- 9) Kecamatan Cigadung = $0,1 \times 89 = 8,9$ = 9 debitur
- 10) Kecamatan Sukagalih = $0,1 \times 6 = 0,6$ = 1 debitur

11) Kecamatan Cipedes	$= 0,1 \times 8 = 0,8$	= 1 debitur
12) Kecamatan Pasteur	$= 0,1 \times 41 = 4,1$	= 4 debitur
13) Kecamatan Lebak Siliwangi	$= 0,1 \times 4 = 0,4$	= 1 debitur
14) Kecamatan Sekeloa	$= 0,1 \times 151 = 15,1$	= 15 debitur
15) Kecamatan Sukabungah	$= 0,1 \times 11 = 1,1$	= 1 debitur
16) Kecamatan Cipaganti	$= 0,1 \times 9 = 0,9$	= 1 debitur
17) Kecamatan Lebak gede	$= 0,1 \times 12 = 1,2$	= 1 debitur
18) Kecamatan Sadang serang	$= 0,1 \times 92 = 9,2$	= 9 debitur
19) Kecamatan Pajajaran	$= 0,1 \times 26 = 2,6$	= 3 debitur
20) Kecamatan Tamansari	$= 0,1 \times 104 = 10,4$	= 10 debitur
21) Kecamatan Sukaluyu	$= 0,1 \times 107 = 10,7$	= 11 debitur
22) Kecamatan Pasirkaliki	$= 0,1 \times 32 = 3,2$	= 3 debitur
23) Kecamatan Citarum	$= 0,1 \times 23 = 2,3$	= 2 debitur
24) Kecamatan Sukamaju	$= 0,1 \times 25 = 2,5$	= 3 debitur
25) Kecamatan Arjuna	$= 0,1 \times 12 = 1,2$	= 1 debitur
26) Kecamatan BBK ciamis	$= 0,1 \times 11 = 1,1$	= 1 debitur
27) Kecamatan Cihapit	$= 0,1 \times 22 = 2,2$	= 2 debitur
28) Kecamatan Cicadas	$= 0,1 \times 67 = 6,7$	= 7 debitur
29) Kecamatan Merdeka	$= 0,1 \times 3 = 0,3$	= 1 debitur
30) Kecamatan Ciroyom	$= 0,1 \times 32 = 3,2$	= 3 debitur
31) Kecamatan Kebon Jeruk	$= 0,1 \times 23 = 2,3$	= 2 debitur
32) Kecamatan Braga	$= 0,1 \times 7 = 0,7$	= 1 debitur
33) Kecamatan Kebon Pisang	$= 0,1 \times 11 = 1,1$	= 1 debitur
34) Kecamatan Dungus cariang	$= 0,1 \times 3 = 0,3$	= 1 debitur

35) Kecamatan Cijerah	= 0,1 x 19 = 1,9	= 2 debitur
36) Kecamatan Jamika	= 0,1 x 24 = 2,4	= 2 debitur
37) Kecamatan Cibadak	= 0,1 x 13 = 1,3	= 1 debitur
38) Kecamatan Balonggede	= 0,1 x 15 = 1,5	= 2 debitur
39) Kecamatan Cikawao	= 0,1 x 12 = 1,2	= 1 debitur
40) Kecamatan Burangrang	= 0,1 x 10 = 1	= 1 debitur
41) Kecamatan Batununggal	= 0,1 x 8 = 0,8	= 1 debitur
42) Kecamatan Kacapiring	= 0,1 x 12 = 1,2	= 1 debitur
43) <u>Kecamatan Babakan Sari</u>	= 0,1 x 6 = 0,6	= 1 debitur +
Jumlah sample	=	137 debitur

Berdasarkan perhitungan sample dengan tehnik cluster sampling di atas maka nasabah yang menjasi responden minimal sebesar 137 orang.

3.2.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data primer dan data sekunder adalah dengan cara – cara berikut ini:

1. Wawancara

Wawancara langsung dengan manajer mikro mandiri (MMM) untuk mengetahui mengenai lingkungan sosiokultural, bauran pemasaran jasa, pengambilan keputusan debitur dan loyalitas.

2. Observasi

Mengadakan pengamatan langsung untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat mengenai variable yang diteliti yaitu lingkungan sosiokultural, bauran

pemasaran jasa, pengambilan keputusan debitur dan loyalitas serta untuk memperoleh informasi lain yang belum dapat diperkirakan sebelumnya.

3. Kuisioner

Merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada debitur kredit mikro mandiri cabang Bandung Siliwangi. Kuisioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai lingkungan sosiokultural, bauran pemasaran jasa, pengambilan keputusan debitur dan loyalitas debitur mikro mandiri.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi dan data yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yaitu lingkungan sosiokultural (X1), Bauran pemasaran Jasa (X2) dan pengambilan keputusan debitur (Y) serta loyalitas (Z). Studi literatur dilakukan dengan studi perpustakaan, referensi buku, koran, majalah, artikel yang dianggap relevan dan reliabel

3.2.5 Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.2.5.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah juga.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2008:274})$$

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (t) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; \text{db} = n-2$$

Keputusan pengujian validitas konsumen dengan menggunakan taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan konsumen penelitian dikatakan valid jika t_{hitung} lebih besar atau sama dengan t_{tabel} .
2. Item pertanyaan konsumen penelitian tidak valid jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} .

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2008:245) dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 3.4
Interpretasi Nilai r

Besar Nilai r	Interpretasi
Antara 0.800 sampai dengan 1.00	Tinggi
Antara 0.600 sampai dengan 0.800	Cukup
Antara 0.400 sampai dengan 0.600	Agak Rendah
Antara 0.200 sampai dengan 0.400	Rendah
Antara 0.000 sampai dengan 0.200	Sangat Rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2008: 245)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf kesalahan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai t dibandingkan dengan harga t_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf kesalahan $\alpha = 0,05$.
2. Jika $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut valid.
3. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka soal tersebut tidak valid.
4. Berdasarkan jumlah angket yang diuji sebanyak 25 responden dengan tingkat kesalahan 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($25-2 = 23$), maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 0.413.









3.2.5.2 Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008:268) Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik, suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2003:146)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

σt^2 = Varians total

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut ini :

$$\sigma = \frac{\sum X^2}{n} - \left(\frac{\sum X}{n} \right)^2$$

Sumber : Husein Umar (2008:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) \geq r tabel dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_1) $<$ r tabel dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

3.2.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Modelling (SEM). SEM merupakan teknik multivariate yang mengkombinasikan aspek regresi berganda dan analisis faktor untuk mengstimasi serangkaian hubungan ketergantungan secara simultan. SEM adalah model persamaan regresi ganda dengan tujuan menguji model pengukuran dan model struktural (Kusnendi, 2008:8). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program AMOS versi 4 untuk menganalisis hubungan kausalitas dalam model struktural yang diusulkan.

Estimasi dan Pengujian Model Struktural

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum melakukan pengujian model struktural dengan pendekatan SEM. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam prosedur pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan pemodelan SEM adalah sebagai berikut: (Kusnendi, 2008:46)

1. Ukuran Sampel

Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam pemodelan ini adalah minimum 100.

2. Normalitas dan Linearitas

Sebaran data harus dianalisis untuk melihat apakah asumsi normalitas dipenuhi sehingga data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan SEM. Uji normalitas perlu dilakukan baik untuk normalitas data tunggal maupun multivariat.

3. Outliers

Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstra baik secara univariat maupun multivariat. Outliers menunjukkan kombinasi nilai semua variabel yang memiliki karakteristik tidak lazim yang muncul dalam nilai sangat ekstrim. Kasus outliers dapat terjadi karena beberapa hal: 1) Procedural error, yaitu ada kesalahan pencatatan ketika sedang mentabulasi data dari kuesioner ke dalam tabel induk penelitian (data entry error), 2) karena kejadian-kejadian yang sifatnya luar biasa, 3) karena hal-hal yang tidak diketahui sehingga nilai observasi bersifat unik dalam kombinasi dengan nilai observasi variabel lainnya. Untuk mengetahui adanya outliers secara multivariat, cara termudah melalui statistik d^2 (Mahalanobis Distance). Statistik d^2 dihitung dengan meregresikan antara nomor urut responden (sebagai variabel dependen) dengan semua variabel yang diteliti (sebagai variabel independen). Selanjutnya, untuk mengetahui ada tidaknya kasus outliers secara multivariat dilakukan dengan cara membandingkan statistik d^2 yang diperoleh dengan statistik chi square (X^2) pada derajat kebebasan (df) sebesar jumlah variabel yang diobservasi dan tingkat kesalahan tertentu. Khusus untuk pengujian kasus outliers, konvensi yang berlaku dikalangan para ahli menetapkan tingkat kesalahan (α) sebesar 0,001 (Hair, et al 2006:75 dalam Kusnendi 2008:49). Berdasarkan statistik d^2 dan statistik X^2 , setiap observasi

yang dimiliki koefisien d_2 lebih besar dari statistik x_2 diidentifikasi sebagai kasus outliers multivariat.

4. Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dideteksi dari determinan matriks kovarians. Nilai matrik kovarians yang sangat kecil memberikan indikasi adanya problem multikolinearitas atau singularitas. Multikolinearitas menunjukkan kondisi dimana antar variabel penyebab terdapat hubungan linier yang sempurna, eksak, perfectly predicted atau singularity (Hair dkk 2006:170 dalam Kusnendi 2008:51).

Pengujian Model (*Goodness Of Fit*)

Dalam analisis ini SEM, tidak ada uji statistik tunggal untuk menguji hipotesis mengenai model, tetapi berbagai fit index yang digunakan untuk mengukur derajat kesesuaian antara model yang disajikan dan data yang disajikan. Fit index yang digunakan meliputi :

a. *Chi Square*

Tujuan analisis ini adalah mengembangkan dan menguji apakah sebuah model yang sesuai dengan data. Chi Square sangat bersifat sensitif terhadap sampel yang terlalu kecil maupun yang terlalu besar. Oleh karenanya pengujian ini perlu dilengkapi dengan alat uji lainnya. Nilai Chi-square merupakan ukuran mengenai buruk atau fit suatu model. Statistik X^2 yang relatif tinggi dengan nilai P-hitung yang relatif rendah mengindikasikan bahwa antara matriks kovariansi/korelasi sampel dengan matriks kovariansi/korelasi populasi yang diestimasi memiliki perbedaan yang nyata. Sebaliknya, statistik X^2 yang relatif rendah dengan nilai P-

hitung yang relatif tinggi menunjukkan matriks kovariansi/korelasi sampel tidak berbeda dengan matriks kovariansi/korelasi populasi. Model dikatakan fit dengan data apabila statistik X^2 yang diperoleh mampu menghasilkan nilai P-hitung sama dengan atau lebih besar dari tingkat kesalahan yang ditolerir yaitu sebesar 0,05. Semakin besar ukuran sampel maka statistik X^2 yang diperoleh cenderung akan semakin besar dengan nilai P-hitung yang semakin kecil (Kusnendi 2008:15)

b. *Goodness Of Fit Indeks (GFI)*

Indeks yang menggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan data yang sebenarnya. Nilai $GFI \geq 0,90$ mengisyaratkan model yang diuji memiliki kesesuaian yang baik. (Kusnendi 2008:16)

c. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistik chi square menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Nilai RMSEA antara 0,05 dan 0,08 mengindikasikan indeks yang baik untuk menerima kesesuaian sebuah model (Kusnendi 2008:16).

d. *Adjusted Goodness Fit Of Index (AGFI)*

Indeks ini merupakan pengembangan dari *Goodness Fit Of Index* (GFI) yang telah disesuaikan dengan *ratio* dari *degree of freedom*. Analog dengan R^2 pada regresi berganda. Nilai yang direkomendasikan adalah $AGFI \geq 0,90$, semakin besar nilai AGFI maka semakin baik kesesuaian yang dimiliki model. (Kusnendi 2008:16)

e. *Tucker Lewis Index (TLI)*

TLI merupakan indeks kesesuaian *incremental* yang membandingkan model yang diuji dengan baseline model. TLI digunakan untuk mengatasi permasalahan yang timbul akibat kompleksitas model. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah nilai $TLI \geq 0,90$. TLI merupakan indeks yang kurang dipengaruhi oleh ukuran sampel. (Kusnendi 2008:16)

f. *Normed Fit Index (NFI)*

Indeks ini juga merupakan ukuran perbandingan antara *proposed model* dan *null model*. Nilai yang direkomendasikan adalah $NFI \geq 0,90$. (Kusnendi 2008:16)

g. *Comparative Fit Index (CFI)*

CFI juga merupakan indeks kesesuaian *incremental*. Besaran indeks ini adalah dalam rentang 0 sampai 1 dan nilai yang mendekati 1 mengindikasikan model memiliki tingkat kesesuaian yang bdgaik. Indeks ini sangat dianjurkan untuk dipakai karena indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model. Nilai penerimaan yang direkomendasikan adalah $CFI \geq 0,90$. (Kusnendi 2008:16)

h. *Normed Chi Square (CMIN/DF)*

CMIN/DF adalah ukuran yang diperoleh dari nilai *chisquare* dibagi dengan *degree of freedom*. Indeks ini merupakan indeks kesesuaian parsimonius yang mengukur hubungan *goodness of fit model* dan jumlah-jumlah koefisien estimasi yang diharapkan untuk mencapai tingkat

kesesuaian. Nilai yang direkomendasikan untuk menerima adalah $C_{MIN}/DF < 2,0$ atau $3,0$. (Kusnendi 2008:17)

