

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Sumber Data

Sumber data sendiri terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data atau informasi yang didapatkan secara langsung oleh peneliti terkait variabel yang dipakai (Sekaran & Bougie, 2013) kemudian data sekunder merupakan kumpulan data atau informasi yang didapatkan dari berbagai macam sumber yang ada (Sekaran & Bougie, 2013). Sebagai contoh data primer bisa dibidang data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuisiner, fokus grup dan atau hasil wawancara dengan narasumber. Dan sebagai contoh data sekunder adalah seperti catatan orang lain atau dokumentasi perusahaan, laporan keuangan, laporan pemerintah data yang diperoleh dari jurnal dan yang lain sebagainya.

Peneliti dalam hal ini melakukan penelitian menggunakan data primer yaitu dengan cara menyebarkan kuisiner kepada para responden melalui *google form* dan peneliti dalam hal ini menggunakan jasa survey lapangan dari *mobilestatistik (mobilestatistik.com)* untuk mendapatkan konsumen yang lebih luas yang sesuai dengan penelitian dan kemudian data sekunder yaitu peneliti menggunakan jurnal terdahulu sebagai pedoman dalam penyusunan dan pengolahan data pada laporan skripsi ini.

3.1.2 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan kuisiner sebagai teknik pengumpulan data, kuisiner yang dalam bentuk *google form* akan di bagikan kepada responden yang sesuai dengan karakteristik responden yang terdapat pada penelitian yaitu memiliki pengalaman belanja baru-baru ini dengan skenario yaitu membeli produk di toko dan langsung mengirimkan barang kerumah (*BBSD*) dan skenario kedua yaitu membeli produk secara *online* dan mengambilnya di toko

secara langsung (*BOPS*). Kemudian pada penelitian ini jawaban responden akan dalam bentuk skala *likert* yaitu dengan angka 1 mewakili sangat tidak setuju hingga angka 5 yang mewakili sangat setuju responden atas pernyataan yang ada pada kuisioner. Dari pengumpulan data tersebut penulis berhasil mendapatkan respon berupa untuk skenario *BOPS* (n=100) dan skenario *BSSD* (n=100).

3..1.3 Populasi

Proses utama dalam melakukan penelitian adalah dengan menentukan sebuah populasi yang akan menjadi narasumber penelitian nantinya. Menurut (Sugiyono, 2016) populasi merupakan wilayah yang generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian harus sesuai dengan tema penelitian apa yang akan dilakukan dan harus di bagikan melalui beberapa elemen seperti umur, geografis dan kondisi lainnya. Pada penelitian ini target populasi yang akan di jadikan pilihan sebelum menentukan sampel adalah semua orang yang pernah berbelanja di lingkungan omni-channel.

3..1.4 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Sampel merupakan sebagian dari populasi yang ada, sampel pada penelitian ini adalah semua orang yang pernah/memiliki pengalaman baru-baru ini dalam berbelanja dengan skenario yaitu membeli suatu produk di toko dan langsung mengirimkannya ke rumah dan skenario selanjutnya adalah semua orang yang pernah berbelanja online dan produk tersebut diambil secara langsung ke tokonya.

3.2 Tujuan Umum Penelitian

Berikut ada tiga tujuan penelitian menurut Direktorat Tenaga Kependidikan Direktorat Jendral Peningkatan Mutu Pendidik dan Tenaga Kependidikan Departmen Pendidikan Nasional (Surya Dharma, 2008).

1. Tujuan Eksploratorif, penelitian dilaksanakan untuk menemukan sesuatu (ilmu pengetahuan) yang baru dalam bidang tertentu. Ilmu yang diperoleh melalui penelitian betul-betul baru belum pernah diketahui sebelumnya.
2. Tujuan Verifikatif, penelitian dilaksanakan untuk menguji kebenaran dari sesuatu (ilmu pengetahuan) yang telah ada. Data penelitian yang diperoleh digunakan untuk membuktikan adanya keraguan terhadap informasi atau ilmu pengetahuan tertentu.
3. Tujuan Pengembangan, penelitian dilaksanakan untuk mengembangkan sesuatu (ilmu pengetahuan) yang telah ada. Penelitian dilakukan untuk mengembangkan atau memperdalam ilmu pengetahuan yang telah ada.

3.3 Teknik dan Analisis Data

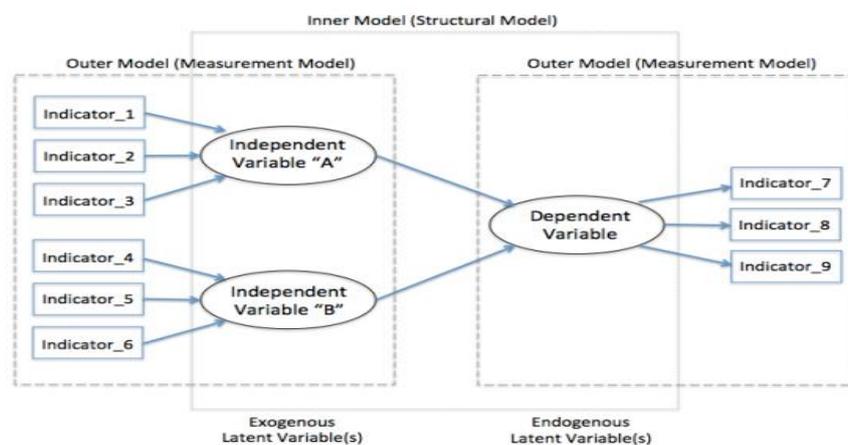
3.2.1 Analisis Data Menggunakan *Structural equation modeling* (PLS-SEM)

Structural equation modeling (SEM) merupakan metode analisis data multivariate generasi kedua yang sering digunakan dalam riset pemasaran karena dapat menguji model kausal linier dan aditif yang di dukung secara teoritis (Chin, 1996; Haenlin & Kaplan, 2004; Statsoft, 2013). PLS adalah teknik pemodelan berbasis komponen yang telah digunakan secara luas dalam penelitian sosial dan perilaku di berbagai bidang seperti pemasaran (Karpen et al., 2015), manajemen operasi (Peng dan Lai, 2012), dan sistem informasi (Rutner dan Riemenschneider, 2015). Teknik ini juga sudah mulai digunakan dalam penelitian logistic (Golicic et al., 2012; Hall et al., 2010; Overstreet et al., 2014). PLS-SEM tidak mengharuskan data memenuhi asumsi normalitas multivariate dan juga dapat dilakukan dengan menggunakan sampel dengan ukuran yang relative kecil, PLS-

SEM merupakan hal yang tepat untuk mengevaluasi suatu model yang kompleks karena menghindari masalah identifikasi yang kadang-kadang dihadapi ketika menggunakan teknik berbasis kovarians (Pavlou dan Gefen, 2005). Dalam model saat ini, kualitas layanan logistik dimodelkan sebagai tiga faktor urutan pertama yang terpisah—ketersediaan, ketepatan waktu, dan kondisi. Juga, kami berhipotesis efek moderasi kelompok antara sampel BOPS dan BSSD. Dengan demikian, PLS-SEM merupakan teknik analisis yang tepat untuk model ini (Murfield, M., Boone, C. A., Rutner, P., & Thomas, R, 2017).

3..2.2 Inner Model dan Outer Model Dalam SEM Diagram

Gambar 13.1 inner dan outer model



Wong, K. K. K. (2013).

Seperti pada gambar diatas *inner* model merupakan pengukuran model bagian dalam atau biasa disebut model struktural. Model structural atau *inner* model ini dapat dilihat dengan setiap hasil nilai *R-square* yang dihasilkan, *R-square* dengan nilai :

Tabel 1.1 Nilai R-Square

Nilai <i>R-square</i>	Dikategorikan
>0,67	Kuat
0,33	Rata-rata
0,19	Lemah

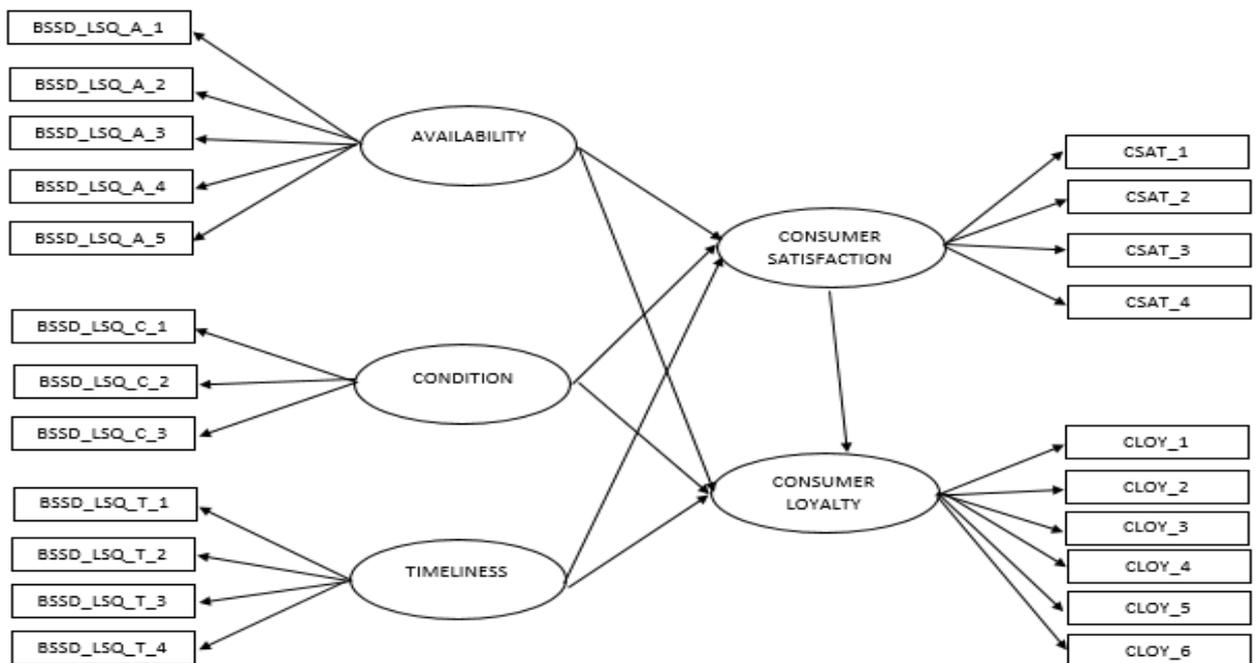
Anwar Hidayat, 2018)

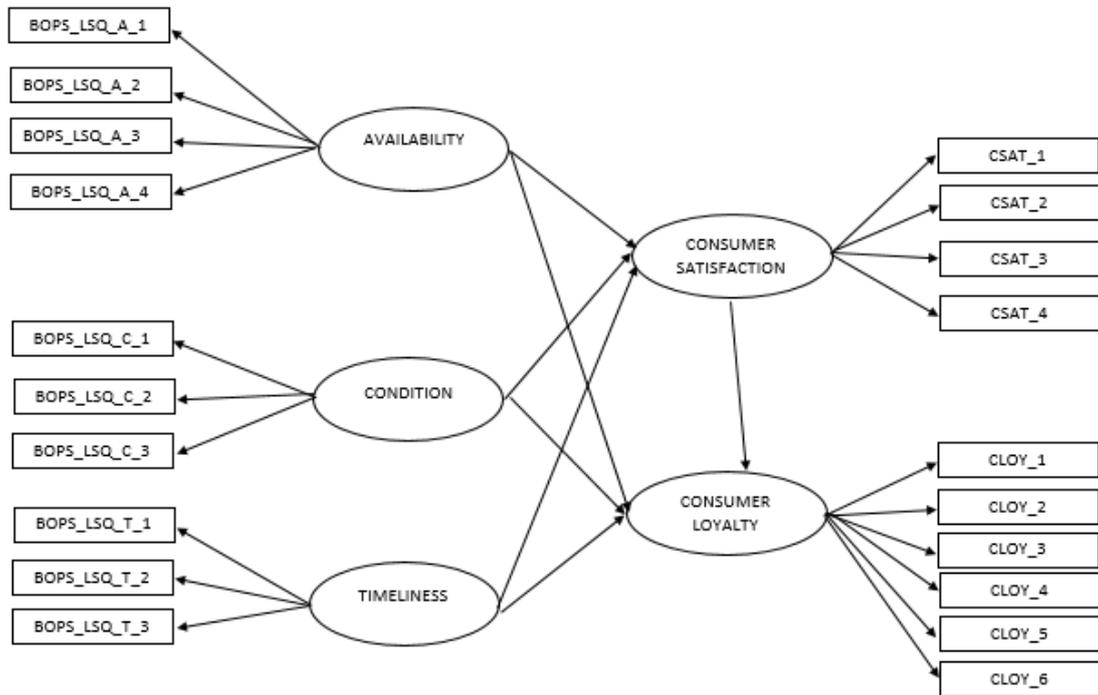
Kemudian *outer* model merupakan pengukuran bagian luar pada model atau biasa disebut sebagai model pengukuran, pada pengujian outer model ini data pengujian dapat dilihat dengan melihat validitas dan reliabilitas data tersebut. Pada uji validitas data, validitas pada *loading factor* harus lebih besar dari 0,7 ($>0,7$). Pada uji reliabilitas nilai *composite reliability* kriteria yang diterima yaitu lebih dari 0,7 ($>0,7$), untuk *average variance extracted* kriteria yang diterima adalah lebih dari 0,5 ($>0,5$) dan untuk *cronvabh's alpha* kriteria yang diterima adalah lebih dari 0,7 ($>0,7$) (Hair et al, 2014).

3..2.3 Model Struktural

Berikut merupakan model struktural dari pembelian di toko dan produk langsung di antarkan ke rumah (BSSD) dan membeli produk secara online dan mengambilnya di toko (BOPS):

Gambar 3.2 Model Struktural BOPS dan BSSD





3..2.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu prosedur yang dilakukan dengan tujuan memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis mengenai parameter populasi, kemudia adapun pasangan hipotesis yang adalah hipotesis nol (H_0) sebagai tidak adanya perbedaan antara ukuran populasi dan sampel dan kemudian lawannya merupakan hipotesis alternative (H_1) yang menyatakan adanya perbedaan data populasi dengan sampel (Ledhyane I. Harlyan, 2012).

Ciri-ciri yang menyatakan bahwa hipotesis itu bagus/baik adalah :

1. Hipotesis harus menyatakan hubungan
2. Hipotesis harus sesuai dengan fakta
3. Hipotesis harus sesuai dengan ilmu
4. Hipotesis harus dapat diuji
5. Hipotesis harus sederhana
6. Hipotesis harus dapat menerangkan fakta

Sebagai nilai atau kriteria standar yang digunakan sebagai menentukan suatu hipotesis itu ditolak ataupun diterima, harus memiliki kriteria sebagai berikut :

1. *T-statistic*

Nilai untuk *t-statistik* sendiri untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel adalah nilai ($>0,64$) untuk *two-tailed test* dan ($>1,96$) untuk *one-tailed test*.

2. *P-value*

Dengan nilai *p-value* dapat mengetahui hipotesis antara variabel berpengaruh secara signifikan jika nilai *p-value* itu sendiri adalah ($\leq 0,05$).

3.4 Tabel Operasional

Tabel 23.2 Tabel Operasional

No	Variabel	Dimensi	Pertanyaan pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
1	<i>BSSD_LSQ_T</i>	<i>Timeliness</i>		Murfield, Monique, et al (2017)	Skala likert (1-5) yang dimana 1. Jauh dari ekspetasi hingga 5. Jauh melebihi ekspetasi
		<i>LSQ_T_1</i>	Tanggal pengiriman ditentukan		
		<i>LSQ_T_2</i>	Pengiriman tepat waktu		
		<i>LSQ_T_3</i>	Slot waktu pengiriman ditentukan		
		<i>LSQ_T_4</i>	Kemampuan untuk menyampaikan dengan cepat		
2	<i>BSSD_LSQ_A</i>	<i>Availability</i>		Murfield, Monique, et al (2017)	Skala likert (1-5) yang dimana 1. Jauh dari ekspetasi hingga 5. Jauh melebihi ekspetasi
		<i>LSQ_A_1</i>	Ketersediaan produk		
		<i>LSQ_A_2</i>	Waktu tunggu untuk barang yang stoknya habis		
		<i>LSQ_A_3</i>	Variasi opsi pengiriman		
		<i>LSQ_A_4</i>	Kemampuan untuk melacak pengiriman pesanan		

Tabel 3.2 Tabel Operasional (Lanjutan)

No	Variabel	Dimensi	Pertanyaan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
		<i>LSQ_A_5</i>	Ketersediaan penawaran produk alternatif		
3	<i>BSSD_LSQ_C</i>	<i>Condition</i>		Murfield, Monique, et al (2017)	Skala likert (1-5) yang dimana 1. Jauh dari ekspetasi hingga 5. Jauh melebihi ekspetasi
		<i>LSQ_C_1</i>	Kondisi produk yang dipesan setelah pengiriman		
		<i>LSQ_C_2</i>	Akurasi pesanan terkirim		
		<i>LSQ_C_3</i>	Kelengkapan pesanan		

Tabel 3.2 Tabel Operasional (Lanjutan)

No	Variabel	Dimensi	Pertanyaan pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
4	<i>BOPS_LSQ_T</i>	<i>Timeliness</i>		Murfield, Monique, et al (2017)	Skala likert (1-5) yang dimana 1. Jauh dari ekspetasi hingga 5. Jauh melebihi ekspetasi
		<i>LSQ_T_1</i>	Tanggal ditentukan untuk pengambilan di toko		
		<i>LSQ_T_2</i>	Pengiriman tepat waktu di toko untuk diambil		
		<i>LSQ_T_3</i>	Kemampuan untuk mengirim ke toko dengan cepat untuk pengambilan		

Tabel 3.2 Tabel Operasional (Lanjutan)

No	Variabel	Dimensi	Pertanyaan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
5	<i>BOPS_LSQ_A</i>	<i>Availability</i>		Murfield, Monique, et al (2017)	Skala likert (1-5) yang dimana 1. Jauh dari ekspetasi hingga 5. Jauh melebihi ekspetasi
		<i>LSQ_A_1</i>	Ketersediaan produk		
		<i>LSQ_A_2</i>	Waktu tunggu untuk barang yang stoknya habis		
		<i>LSQ_A_3</i>	Ketersediaan untuk memeriksa inventaris online untuk pengambilan di toko		
		<i>LSQ_A_4</i>	Ketersediaan penawaran produk alternatif		
6	<i>BOPS_LSQ_C</i>	<i>Condition</i>		Murfield, Monique, et al (2017)	Skala likert (1-5) yang dimana 1. Jauh dari ekspetasi hingga 5. Jauh melebihi ekspetasi
		<i>LSQ_C_1</i>	Kondisi produk yang dipesan setelah pengiriman		
		<i>LSQ_C_2</i>	Akurasi pesanan saat pengambilan awal		
		<i>LSQ_C_3</i>	Kelengkapan pesanan		

Tabel 3.2 Tabel Operasional (Lanjutan)

No	Variabel	Dimensi	Pertanyaan pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
7	Loyalitas konsumen	Loyalitas		Murfield, Monique, et al (2017)	Skala likert (1-5) yang dimana 1. Sangat tidak setuju hingga 5. Sangat setuju
		<i>CLOY_1</i>	Saya sangat peduli dengan nasib pengecer ini.		
		<i>CLOY_2</i>	Saya bangga memberi tahu orang lain bahwa saya membeli dari pengecer ini.		
		<i>CLOY_3</i>	Saya menganggap pengecer ini sebagai alternatif terbaik untuk membeli jenis produk ini.		
		<i>CLOY_4</i>	Saya akan merekomendasikan pengecer ini kepada orang lain.	Murfield, Monique, et al (2017)	Skala likert (1-5) yang dimana 1. Sangat tidak setuju hingga 5. Sangat setuju
		<i>CLOY_5</i>	Ketersediaan produk		
		<i>CLOY_6</i>	Saya telah membeli lebih banyak dari pengecer ini dibandingkan dengan produk pengecer serupa lainnya		

Tabel 3.2 Tabel Operasional (Lanjutan)

No	Variabel	Dimensi	Pertanyaan Pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
8	Kepuasan konsumen	Kepuasan		Murfield, Monique, et al (2017)	Skala likert (1-5) yang dimana 1. Sangat tidak setuju hingga 5. Sangat setuju
		<i>CSAT_1</i>	Secara keseluruhan, saya sangat puas dengan layanan pengecer ini.		
		<i>CSAT_2</i>	Dibandingkan dengan pengecer serupa lainnya, pengalaman berbelanja saya saat ini dengan pengecer ini lebih unggul.		
		<i>CSAT_3</i>	Pengecer ini hampir saja memberi saya layanan yang "sempurna".		
		<i>CSAT_4</i>	Pengecer ini membedakan dirinya dari yang lain karena layanannya yang unggul.		