

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Jakarta International Java Jazz Festival atau yang lebih dikenal dengan Java Jazz Festival merupakan perhelatan musik Jazz terbesar bertaraf internasional di Indonesia yang diadakan setiap tahunnya dan diadakan selama 3 hari. Java Jazz Festival pertama kali digelar pada tanggal 4, 5, 6 Maret 2005 bertempat di Jakarta Convention Centre (JCC) berhasil mendatangkan musisi-musisi Jazz dunia seperti James Brown, Stevie Wonder dan Incognito. Pertama kali festival musik ini diadakan berhasil membuat kurang lebih 48.000 pecinta musik Jazz di Indonesia datang untuk menyaksikan festival musik ini.



Sumber : [www.marketeers.com](http://www.marketeers.com)

Gambar 3.1 Java Jazz Festival

Java Jazz Festival diadakan dibawah naungan PT Java Festival Production yang dipimpin oleh Peter F.Gontha. Seorang Peter F. Gontha yang berperan sebagai *founder* dan *chairman* dari PT. Java Festival Production ini adalah seorang pecinta musik Jazz dan juga merupakan musisi Jazz ternama di Indonesia. Peter F.Gontha berhasil membuat Java Jazz Festival sebagai festival musik bertaraf International dan menjadi *event* kelas dunia, yang juga dibantu oleh anaknya yaitu Dewi Gontha. Hasil kerja keras mereka dibuktikan saat Java Jazz Festival menerima Rekor MURI di tahun 2010 sebagai pemegang rekor dunia yang mengadakan festival musik terbesar yang menghadirkan lebih dari 1.300 musisi, artis dan grup musik (“10<sup>th</sup> Year”, 2013).



Sumber : [www.wartajazz.com](http://www.wartajazz.com)

Gambar 3.2 The Souls Rebels di Java Jazz Festival

Berawal dari keinginan Peter F.Gontha yang ingin mengangkat nama baik Indonesia di mata dunia, maka diadakanlah festival musik Jazz ini dan diharapkan melalui festival musik ini dapat meningkatkan citra Indonesia di mata dunia dan

lebih mengembangkan industri musik Indonesia dan juga menarik wisatawan asing untuk datang ke Indonesia (Siswanto, 2013). Peter F.Gontha dan Dewi Gontha juga terinspirasi oleh visi bahwa orang-orang dari seluruh dunia dapat bekerja sama dalam damai dan harmoni melalui media musik (Siswato, 2013), karena musik merupakan salah satu bahasa yang dapat disampaikan dengan mudah ke seluruh masyarakat.



Sumber : [www.kapanlagi.com](http://www.kapanlagi.com)

Gambar 3.3 Peter F.Gontha dan Dewi Gontha

Setiap tahunnya, pihak penyelenggara Java Jazz Festival mengangkat tema “*Bringing The World to Indonesia*”, dengan tujuan pihak penyelenggara ingin memperlihatkan budaya Indonesia kepada para musisi luar negeri dan juga kepada pengunjung dari luar negeri yang datang menyaksikan Java Jazz Festival. Untuk Java Jazz Festival yang diadakan tahun lalu, pihak penyelenggara mengenalkan budaya Indonesia melalui Batik dan Wayang, dan untuk tahun ini dengan tema

“*Exploring Indonesia*” pihak penyelenggara memilih Barong dari Bali sebagai ikon dalam Java Jazz Festival 2015. Hal ini dilakukan untuk semakin mengenalkan budaya Indonesia kepada dunia internasional lewat festival musik Jazz Indonesia ini.



Sumber: [www.javajazzfestival.com](http://www.javajazzfestival.com)

Gambar 3.4 Java Jazz Festival 2015

Java Jazz Festival 2015 diadakan pada tanggal 6,7,8 Maret, dalam setiap harinya menampilkan 60 pertunjukkan musisi dari dalam maupun luar negeri, dan pihak penyelenggara juga menampilkan musisi-musisi baru yang ada di industri musik Indonesia dan internasional. Dalam Java Jazz Festival di tahun ini, pihak penyelenggara menampilkan musisi baru Indonesia seperti Tulus, selain itu ada kolaborasi antara musisi Indonesia dengan musisi Jazz internasional.





Sumber:Dokumen Pribadi

Gambar 3.5 Penampilan Tulus di Java Jazz Festival 2015

Selain menampilkan 60 *show* setiap harinya, dan menampilkan kurang lebih 90 musisi asal Indonesia (Fikri, 2015), pihak penyelenggara juga menghadirkan musisi internasional seperti Jessie J dan Christina Perri sebagai *special show* untuk Java Jazz Festival 2015, yang diadakan di Jiexpo Kemayoran. Christina Perri tampil di hari terakhir Java Jazz Festival dan membuka festival musik tersebut dengan membawakan lagu-lagu dari album nya, salah satunya lagu yang paling terkenal dan membuat pengunjung antusias dan menyanyikan lagu "A *Thousand Years*". Selain itu, Jessie J juga tampil memukau pengunjung Java Jazz festival dengan lagu-lagu yang dibawakan dari album nya, dan Jessie J berhasil membawakan lagu dengan alunan Jazz dan menghipnotis para pengunjung yang menyaksikan penampilannya.



Sumber: [www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com)

Gambar 3.6 Penampilan *Special Show* Christina Perri



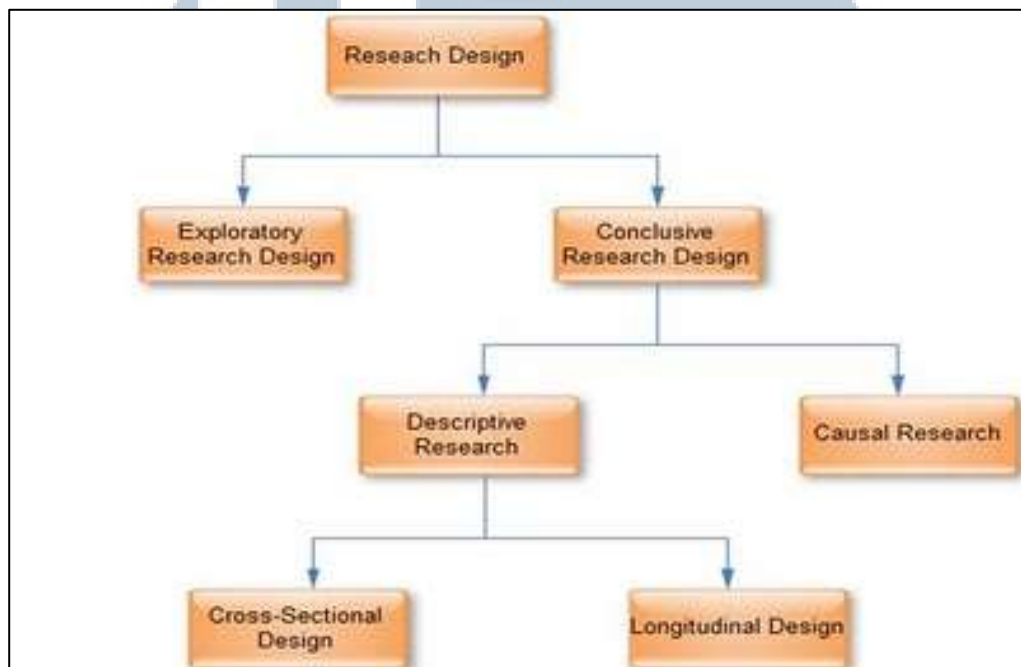
Sumber: [www.lifestyle.sindonews.com](http://www.lifestyle.sindonews.com)

Gambar 3.7 Penampilan *Special Show* Jessie J

Antusiasme pengunjung sangat besar untuk menyaksikan penampilan dari kedua penyanyi internasional ini, dan berhasil meramaikan event musik jazz bertaraf internasional ini, yaitu Java Jazz Festival 2015.

### 3.2 Jenis dan Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan sebuah petunjuk dalam melakukan sebuah penelitian pemasaran. Jenis penelitian dibagi menjadi dua tipe, yaitu *Exploratory Research* dan *Conclusive Research* (Malhotra, 2012).



Sumber :Malhotra (2012)

Gambar 3.8 Klasifikasi Desain *Marketing Research*

*Exploratory Research* adalah penelitian yang dilakukan untuk menyelidiki suatu permasalahan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan mencari permasalahan pada situasi tertentu untuk mendapatkan wawasan dan pemahaman dari masalah tersebut (Malhotra, 2012). *Conclusive Research* adalah penelitian yang dilakukan untuk membantu peneliti dalam membuat keputusan, menentukan, mengevaluasi, dan memilih pilihan terbaik dalam situasi tertentu (Malhotra, 2012). Penelitian *conclusive* ini dapat digunakan untuk memeriksa

pengertian. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan suatu karakteristik dan fungsi pasar.

Tabel 3.1 Perbedaan antara *Exploratory Research* dan *Conclusive Research*

	<i>Exploratory</i>	<i>Conclusive</i>
Tujuan :	Untuk menyediakan wawasan dan pengertian	Untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan
Karakteristik :	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi yang dibutuhkan didefinisikan dengan secara tidak jelas</li> <li>2. Proses penelitian fleksibel dan tidak terstruktur</li> <li>3. Sampel kecil</li> <li>4. Analisis data primer : kualitatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi yang dibutuhkan didefinisikan secara jelas</li> <li>2. Proses penelitian formal dan terstruktur</li> <li>3. Sampel luas</li> <li>4. Analisis data : kuantitatif</li> </ol>
Temuan :	Sementara	Pasti
Hasil :	Secara umum diikuti lebih lanjut oleh penelitian exploratory atau conclusive	Hasil temuan digunakan sebagai masukan dalam membuat keputusan

Sumber : Malhotra (2012)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rancangan penelitian dengan model *Descriptive Research*, yaitu penelitian konklusif yang memiliki tujuan



utama untuk menjelaskan atau mendeskripsikan sesuatu, biasanya fungsi atau karakteristik pasar (Malhotra, 2012). Penelitian deskriptif dapat berguna jika pertanyaan penelitian yang dicari adalah untuk menjelaskan atau mendeskripsikan fenomena pasar, seperti mengestimasi frekuensi pembelian, mengidentifikasi hubungan antar variabel, atau membuat prediksi pasar (Malhotra, 2012).

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan *cross-sectional design*. Malhotra (2012) menyatakan bahwa *cross-sectional design* adalah sebuah teknik pengumpulan data dalam sebuah penelitian dimana pengumpulan data atau informasi tersebut hanya dilakukan satu kali dari sampel dan populasi yang telah ditentukan. *Cross-sectional design* tersebut memiliki dua metode dalam menjalankannya, yaitu *single cross-sectional* dan *multiple cross-sectional*. *Single cross-sectional* adalah sebuah metode pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dalam satu kali pengambilan data dalam satu sampel dan populasi yang telah ditentukan, sedangkan *multiple cross-sectional* adalah metode pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dalam satu kali pengambilan data dalam beberapa sampel atau populasi yang telah ditentukan (Malhotra, 2012). Untuk memperoleh data yang diinginkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan *cross-sectional design* dengan metode *single cross-sectional*.

Data penelitian kuantitatif diambil dengan cara membagikan kuesioner yang pertanyaannya dapat dijawab dengan memilih salah satu dari *7 point Likert-type scales*. Pertanyaan kuesioner didapatkan dari *wording* indikator model dari jurnal penelitian sebelumnya.

### 3.3 Prosedur Penelitian

Dalam melakukan penelitian tentunya dibutuhkan data yang dapat digunakan untuk menganalisa sebuah masalah dari penelitian tersebut. Data tersebut juga dipergunakan untuk mendukung permasalahan yang terdapat pada sebuah penelitian. Terdapat dua sumber data yang dapat digunakan, yaitu data primer dan data sekunder (Malhotra, 2012). Data primer didapatkan langsung dari sumbernya dengan tujuan untuk menyelesaikan suatu masalah yang sedang diteliti, contohnya adalah data yang didapatkan dari hasil *survey* maupun kuesioner yang dibagikan kepada responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan oleh peneliti dari berbagai sumber, contohnya seperti dari internet, buku literatur, dan jurnal ilmiah. Berikut merupakan prosedur dari penelitian ini:

1. Mengumpulkan berbagai literatur dan jurnal yang mendukung penelitian ini dan memodifikasi model penelitian, hipotesis penelitian, dan menyusun kerangka penelitian.
2. Menyusun *draft* kuesioner dengan melakukan *wording* kuesioner. Pemilihan kata yang tepat pada kuesioner bertujuan agar responden lebih mudah memahami pernyataan sehingga hasilnya dapat relevan dengan tujuan penelitian.
3. Melakukan *pretest* dengan menyebarkan kuesioner yang telah disusun kepada 30 responden terlebih dahulu sebelum melakukan penyebaran kuesioner dalam jumlah yang lebih besar.
4. Hasil data *pretest* yang telah terkumpul dari 30 responden tersebut kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20.

Apabila semua hasil telah memenuhi syarat, maka kuesioner dapat dilanjutkan ke proses selanjutnya yaitu menyebarkan kuesioner dalam jumlah besar.

5. Kuesioner kemudian disebarluaskan kepada responden dalam jumlah besar, yang disesuaikan dengan jumlah indikator penelitian. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan teori Hair *et al.* (2010) bahwa penentuan banyaknya sampel sesuai dengan banyaknya jumlah *item* pertanyaan yang digunakan pada kuesioner tersebut, dimana dengan mengasumsikan  $n \times 5$  observasi sampai  $n \times 10$  observasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan  $n \times 5$ . Variabel penelitian, dengan 21 indikator pengukuran maka diperlukan 105 responden.
6. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis kembali dengan menggunakan perangkat lunak *Lisrel Version 8.80*.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

Dalam sebuah penelitian, peneliti membutuhkan adanya target populasi agar hasil penelitian dapat secara akurat menggambarkan fenomena dan menjawab pertanyaan penelitian. Target populasi adalah sekumpulan elemen yang memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk membuat kesimpulan (Malhotra, 2012). Pada penelitian ini target populasi yang dibutuhkan adalah pengunjung yang berusia 15 tahun, datang ke Java Jazz Festival 2015, mengikuti berbagai informasi mengenai *event* dari Java Jazz Festival.

### **3.4.1 Sample Unit**

*Sample unit* adalah suatu dasar yang mengandung unsur-unsur dari target populasi yang akan dijadikan sampel (Malhotra, 2012). Sampling unit harus memenuhi syarat dari elemen yang telah dibuat oleh peneliti. Sampling unit yang ditetapkan untuk penelitian ini adalah pengunjung Java Jazz Festival 2015 yang membeli tiket *Daily Pass/Two Days Pass/Three Days Pass* dan *Special Show* di Java Jazz Festival 2015, dan datang dengan menggunakan kendaraan pribadi, berusia minimal 15 tahun.

### **3.4.2 Time Frame**

*Time frame* merupakan waktu dimana penelitian akan diselenggarakan dan data penelitian dikumpulkan agar hasil penelitian lebih akurat (Malhotra, 2012), *time frame* dalam penelitian ini dilakukan pada Mei sampai dengan Juni 2015. Penyebaran kuesioner dilakukan mulai dari 28 Mei sampai dengan 9 Juni 2015.

### **3.4.3 Sample Size**

*Sample size* mengacu pada banyaknya elemen yang akan dimasukkan ke dalam penelitian (Hair et al., 2010). Banyaknya jumlah sampel yang akan diteliti adalah  $n \times 5$  observasi sampai  $n \times 10$  per-variabel observasi (Hair et al., 2010). Jumlah indikator atau item dalam penelitian ini sebanyak 21 pernyataan yang digunakan untuk mengukur 5 variabel, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 21 item pernyataan dikali 5 sama dengan 105 responden.

#### 3.4.4 *Sampling Technique*

Terdapat dua teknik dalam metode pengambilan sampel, yaitu *nonprobability sampling* dan *probability sampling* (Malhotra, 2012). *Nonprobability sampling* adalah sebuah metode *sampling* dimana peneliti melakukan proses seleksi dalam melakukan pengambilan sampel sehingga peluang setiap orang tidak sama untuk menjadi sampel dari penelitian tersebut. Sedangkan *probability sampling* merupakan metode *sampling* dimana semua orang memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel dari suatu penelitian (Malhotra, 2012).

Peneliti menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan *judgmental sampling techniques* atau teknik sampel yang merupakan *convenience sampling* berlapis, karena lebih spesifik dalam menentukan sampel, dan semua sampel yang dijadikan responden penelitian ini harus memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti (Malhotra, 2012).

Responden untuk penelitian ini harus memiliki beberapa kriteria diantaranya adalah pengunjung Java Jazz Festival 2015, membeli tiket *Daily Pass* atau *Two Days Pass* atau *Three Days Pass* dan *Special Show* di Java Jazz Festival 2015, orang-orang yang datang dengan menggunakan kendaraan pribadi, berusia minimal 15 tahun. *Judgemental technique sampling* penelitian ini dapat dilihat di dalam kuesioner yang dilakukan dengan menggunakan *screening* untuk menentukan responden.



### 3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional dibuat untuk memudahkan dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan kuesioner dan dibutuhkan untuk memperoleh data yang dapat menguji hipotesis penelitian dan melihat kecocokan model yang telah dibangun berdasarkan definisi dari model penelitian serta berbagai teori yang mendasarinya. Berikut adalah definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini :



Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

No.	Variable	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurement	Scaling Techniques
1.	<i>Core Service Quality</i>	Kualitas layanan utama sebuah pertunjukkan yang terdiri dari beberapa faktor yaitu penataan panggung, <i>actor</i> dan <i>actress</i> ( <i>Performer</i> ), pencahayaan panggung, dan suara atau <i>audio</i> (Hume et al., 2006).	<p>1. Saya merasa musisi yang tampil di Java Jazz Festival 2015 berkualitas (Hume dan Mort, 2010)</p> <p>2. Saya merasa tata panggung Java Jazz Festival 2015 terlihat menarik (Hume dan Mort, 2010)</p> <p>3. Menurut saya pengaturan cahaya panggung Java Jazz Festival 2015 membuat pertunjukkan menjadi lebih menarik (Hume dan Mort, 2010)</p> <p>4. Menurut saya <i>audio / sound system</i> di pertunjukkan Java Jazz Festival 2015 berkualitas (Hume dan Mort, 2010)</p>	<p>X1</p> <p>X2</p> <p>X3</p> <p>X4</p>	Likert 1-7

Tabel 3.2 (Lanjutan)

No.	Variable	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurement	Scaling Techniques
2.	<i>Peripheral Service Quality</i>	Kualitas pelayanan tambahan sebuah pertunjukkan yang terdiri dari faktor kualitas <i>venue</i> (tempat pertunjukkan), fasilitas pendukung yang disediakan seperti toilet, tempat parkir, akses transportasi umum dan tiket antrian (Hume et al., 2006).	1. Saya merasa kapasitas <i>venue</i> Java Jazz Festival 2015 nyaman bagi penonton (Hume dan Mort, 2010)	X5	Likert 1-7
			2. Saya merasa kapasitas tempat parkir di tempat penyelenggaraan Java Jazz Festival 2015 memadai (Hume dan Mort, 2010)	X6	
			3. Saya merasa antrian tempat penukaran tiket Java Jazz Festival 2015 diatur dengan baik (Hume dan Mort, 2010)	X7	
			4. Saya merasa antrian untuk masuk ke dalam <i>venue</i> Java Jazz Festival 2015 diatur dengan baik	X8	
			5. Saya merasa penyelenggara Java Jazz Festival 2015 menyediakan toilet yang bersih (Hume dan Mort, 2010)	X9	

Tabel 3.2 (Lanjutan)

No.	Variable	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurement	Scaling Techniques
3.	<i>Perceived Value</i>	Penilaian konsumen atas kegunaan suatu produk atau layanan yang didasarkan pada keuntungan yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan apa yang dikorbankan oleh konsumen, seperti harga dan waktu yang telah dikorbankan (Zeithaml et al., 1988).	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1016 491 1601 635">1. Saya merasa pertunjukkan musik yang saya nikmati di Java Jazz Festival 2015 sebanding dengan uang yang saya bayarkan (Hume dan Mort, 2010)</li> <li data-bbox="1016 639 1601 783">2. Saya merasa pertunjukkan musik yang saya nikmati di Java Jazz Festival 2015 sebanding dengan waktu yang saya korbankan (Hume dan Mort, 2010)</li> <li data-bbox="1016 788 1601 1011">3. Saya merasa pertunjukkan musik yang saya nikmati di Java Jazz Festival 2015 sebanding dengan lamanya waktu saya mengantri untuk masuk ke <i>venue</i> (Hume dan Mort, 2010)</li> <li data-bbox="1016 1016 1601 1240">4. Meskipun sulit bagi saya untuk berpindah dari satu panggung ke panggung yang lain namun usaha itu sebanding dengan pertunjukkan musik yang ditampilkan di Java Jazz Festival 2015 (Hume dan Mort, 2010)</li> </ol>	<p data-bbox="1711 547 1756 579">Y1</p> <p data-bbox="1711 691 1756 722">Y2</p> <p data-bbox="1711 890 1756 922">Y3</p> <p data-bbox="1711 1121 1756 1153">Y4</p>	Likert 1-7

Tabel 3.2 (Lanjutan)

No.	Variable	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurement	Scaling Techniques
4.	<i>Customer Satisfaction</i>	Sikap yang dihasilkan dari perbandingan dari harapan terhadap hasil yang didapatkan (Oliver, 1980).	1. Java Jazz Festival 2015 adalah pilihan yang tepat untuk saya menikmati pertunjukkan musik yang berkualitas (Namkung dan Jang, 2007)	Y5	Likert 1-7
			2. Saya merasa terhibur dengan pertunjukkan musik Java Jazz Festival 2015(Hume dan Mort, 2010)	Y5	
			3. Saya memiliki pengalaman positif setelah menonton pertunjukkan musik Java Jazz Festival 2015 yang ditampilkan (Hume dan Mort, 2010)	Y7	
			4. Secara keseluruhan pertunjukkan Java Jazz Festival 2015 sesuai dengan harapan saya (Voon, 2012)	Y8	



Tabel 3.2 (Lanjutan)

No.	Variable	Definisi Operasional Variabel	Measurement	Kode Measurement	Scaling Techniques
5.	<i>Repurchase Intention</i>	Penilaian individu mengenai pembelian kembali jasa yang telah dipilih dari penyelenggara yang sama, dengan mempertimbangkan situasi dan kemungkinan yang ada (Hellier et al., 2003).	1. Besar kemungkinan bagi saya untuk datang kembali menyaksikan pertunjukan musik Java Jazz Festival di tahun 2016 (Hume dan Mort, 2010)	Y9	Likert 1-7
			2. Saya lebih memilih untuk datang kembali menikmati pertunjukan Java Jazz Festival di tahun 2016 dibandingkan pertunjukan musik lain jika dalam waktu yang berdekatan (Hume dan Mort, 2010)	Y10	
			3. Jika saya memiliki waktu luang saya memilih untuk menikmati pertunjukan musik Java Jazz Festival kembali di tahun 2016 (Hume dan Mort, 2010)	Y11	
			4. Jika saya memiliki budget yang cukup di tahun berikutnya, saya memilih untuk menikmati pertunjukan musik Java Jazz Festival (Hume dan Mort, 2010)	Y12	

## 3.6 Teknik Pengolahan Analisis Data

### 3.6.1 Metode Analisis Data *Pretest* Menggunakan Faktor Analisis

Faktor analisis merupakan sebuah teknik *reduction* dan *summarization* data (Malhotra, 2010). Faktor analisis digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar indikator dan untuk melihat apakah indikator tersebut dapat mewakili *variable* laten. Selain itu, faktor analisis juga dapat digunakan untuk menentukan apakah data yang didapatkan valid dan reliabel, dan apakah indikator dari setiap variabel menjadi satu kesatuan atau memiliki persepsi yang berbeda (Malhotra, 2010).

#### 3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan langkah di mana kuesioner akan di uji sah atau valid tidaknya setiap pernyataan atau indikator kuesioner (Malhotra, 2010). Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Semakin tinggi validitas, maka semakin menggambarkan tingkat sahnya sebuah penelitian. Validitas digunakan untuk mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan cara *factor analysis*.

Dalam SEM, apabila nilai *Kaiser Meyer-Olkin* (KMO) *Measure of Sampling Adequacy*  $\geq 0.50$  mengindikasikan bahwa analisis faktor telah memadai (Malhotra, 2010). Untuk menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel dapat dilihat jika hasil uji nilai dari *Bartlett's Test of Sphericity* menunjukkan  $\leq 0.05$ . Validitas dari suatu indikator dapat ditunjukkan dari *Anti Image Matrics*

dengan memperhatikan nilai MSA pada diagonal *anti image correlation* yaitu  $\geq 0.50$ . Kriteria validitas suatu indikator dikatakan valid membentuk suatu faktor jika memiliki *factor loading* sebesar 0.50 (Malhotra, 2010).

### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan langkah untuk menguji konsistensi dari indikator dalam sebuah kuesioner. Uji realibilitas dimaksudkan untuk membuktikan apakah jawaban dari responden dalam kuesioner tersebut akan tetap sama meskipun dilakukan secara berulang-ulang (Malhotra, 2010). Menurut Hair et al (1998) dalam Wijanto (2008), sebuah indikator dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *construct reliability*  $\geq 0.7$  dan *variance extracted*  $\geq 0.5$ .

### 3.6.2 Metode Analisis Data dengan *Structural Equation Model* (SEM)

Teknik pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) yang merupakan sebuah teknik *statistic multivariate* yang menggabungkan aspek-aspek dalam regresi berganda yang bertujuan untuk menguji hubungan dependen dan analisis faktor yang menyajikan konsep faktor tidak terukur dengan variabel multi yang digunakan untuk memperkirakan serangkaian hubungan dependen yang saling mempengaruhi secara bersamaan (Hair et al, 2010).

Menurut Wijanto (2008), terdapat dua model pengukuran yang dikenal dalam SEM, yaitu pengukuran EFA (*Exploratory Factor Analysis*) dan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*). Bentuk model pengukuran CFA Model menunjukkan bahwa adanya sebuah variabel laten yang diukur oleh satu atau lebih variabel teramati. Dalam model pengukuran CFA ini, model dibentuk

terlebih dahulu dan dilakukan dengan cara menentukan jumlah variabel laten dan pengaruh yang terjadi antara variabel laten dan variabel teramati (Wijanto, 2008). Sedangkan bentuk model pengukuran EFA, model rinci menunjukkan hubungan antara variabel laten dengan variabel teramati tidak dispesifikasikan terlebih dahulu. Selain itu, pada model EFA jumlah variabel laten tidak ditentukan sebelum analisis, namun diasumsikan mempengaruhi semua variabel teramati (Wijanto, 2008).

Sesuai dengan prosedur SEM, diperlukan evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model, hal tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu (Wijanto, 2008) :

1. Kecocokan keseluruhan model (*Overall model fit*)

Uji kecocokan dilakukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan yang disebut dengan (*Goodness of Fit*) antara data dengan model. SEM tidak memiliki satu uji statistic terbaik yang dapat menjelaskan kekuatan prediksi model seperti teknik multivariate yang lain, maka para peneliti mengembangkan beberapa ukuran GOF yang dapat dilakukan secara bersama-sama.

Untuk menilai kecocokan suatu model, dapat dilihat dari 3 sudut pandang yaitu, *overall fit* (kecocokan keseluruhan), *comparative fit to base model* (kecocokan komparatif terhadap model dasar), dan *model parsimoni* (parsimony model). Berdasarkan 3 sudut pandang tersebut, Hair *et al* (1998) dalam Wijanto (2008) mengelompokkan derajat GOF untuk menilai kecocokan model yang ada, yaitu *absolute fit measures*, *incremental fit measures* dan *parsimonious fit measures*.

*Absolute fit measures* atau ukuran kecocokan absolut ini menentukan derajat prediksi model keseluruhan, model struktural maupun model pengukuran, terhadap matrik korelasi dan kovarian. Lalu *incremental fit measures* bertujuan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar. Dan uji kecocokan yang terakhir adalah *parsimonious fit measures*, ukuran kecocokan parsimony ini mengaitkan GOF model dengan jumlah parameter yang diestimasi, di mana hasil uji haruslah mencapai kecocokan pada tingkat tersebut. Parsimoni dapat didefinisikan sebagai memperoleh *degree of fit*, semakin tinggi *degree of fit* yang dicapai maka akan semakin baik.

Berikut adalah batas – batas nilai kecocokan yang baik (*good fit*) untuk setiap GOF yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.3 *Goodness of Fit Indices (GOFI)*

<b>Ukuran Kecocokan Keseluruhan Model</b>	<b>Kriteria Penerimaan</b>	<b>Kriteria Uji</b>
<i>Absolute-Fit Measures</i>		
<i>Statistic Chi-Square (X<sup>2</sup>)</i>	Nilai yang kecil $P > 0.05$	<i>Good Fit</i>
<i>Non-Centrality Parameter (NCP)</i>	Nilai yang kecil Interval yang sempit	<i>Good Fit</i>
<i>Goodness-of-Fit Index (GFI)</i>	$GFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq GFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$GFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i>	$SRMR \leq 0.05$	<i>Good Fit</i>
	$SRMR \geq 0.05$	<i>Poor Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	$RMSEA \leq 0.08$	<i>Good Fit</i>
	$0.08 \leq RMSEA \leq 0.10$	<i>Marginal Fit</i>
	$RMSEA \geq 0.10$	<i>Poor Fit</i>
<i>Expected Cross-Validation Index (ECVI)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai <i>ECVI saturated</i>	<i>Good Fit</i>



Tabel 3.3 (lanjutan)

<b>Ukuran Kecocokan Keseluruhan Model</b>	<b>Kriteria Penerimaan</b>	<b>Kriteria Uji</b>
<i>Incremental-Fit Measures</i>		
<i>Non-Normsed Fit Index</i> (NNFI)	$NNFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NNFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NNFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Normsed Fit Index</i> (NFI)	$NFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$NFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Adjusted Goodness-of-Fit Index</i> (AGFI)	$AGFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq AGFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$AGFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Relative Fit Index</i> (RFI)	$RFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq RFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$RFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Incremental Fit Index</i> (IFI)	$IFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq IFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$IFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	$CFI \geq 0.90$	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$	<i>Marginal Fit</i>
	$CFI \leq 0.80$	<i>Poor Fit</i>

Tabel 3.3 (lanjutan)

Ukuran Kecocokan Keseluruhan Model	Kriteria Penerimaan	Kriteria Uji
<i>Parsimonius-Fit Measures</i>		
<i>Parsimonius Goodness of Fit Index (PGFI)</i>	PGFI > 0.05	<i>Good Fit</i>
<i>Akaike Information Criterion (AIC)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai <i>AIC saturated</i>	<i>Good Fit</i>
<i>Consistent Akaike Information Criterion (CAIC)</i>	Nilai yang kecil dan dekat dengan nilai <i>CAIC saturated</i>	<i>Good Fit</i>

Sumber : Wijanto (2008)

## 2. Kecocokan model pengukuran (*measurement model fit*)

Setelah hasil uji kecocokan model dan data sudah baik, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah melakukan uji kecocokan terhadap model pengukuran. Uji yang akan dilakukan adalah uji terhadap masing – masing variabel secara terpisah (Wijanto 2008). Evaluasi yang dilakukan dibagi menjadi dua, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas terhadap setiap model pengukuran (Wijanto, 2008):

- a. Evaluasi terhadap validitas (*validity*) dari model pengukuran yaitu suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya, jika nilai t-tabel lebih besar dari nilai kritis ( $\geq 1.96$ ) dan muatan faktor standarnya (*standardized factor loading*)  $\geq 0.70$  atau  $\geq 0.50$ .
- b. Evaluasi terhadap reliabilitas (*reliability*) dari model pengukuran yaitu untuk mengukur reliabilitas dalam SEM dapat menggunakan ukuran reliabilitas komposit (*composite reliability measure*), dan

ukuran ekstrak varian (*variance extracted measure*) dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\mathbf{Construct\ Reliability} = \frac{(\Sigma std.\ loading)^2}{(\Sigma std.\ loading)^2 + \Sigma e}$$

$$\mathbf{Variance\ Extracted} = \frac{\Sigma std.\ loading^2}{\Sigma std.\ loading^2 + \Sigma e}$$

Menurut Hair et al (1998) dalam Wijanto (2008), reliabilitas konstruk dinyatakan baik apabila nilai *construct reliability*  $\geq 0.70$  dan nilai *variance extracted*  $\geq 0.50$ . Dan reliabilitas konstruk dinyatakan tidak baik atau tidak reliabel apabila nilai *construct reliability*  $\leq 0.70$  dan nilai *variance extracted*  $\leq 0.50$ .

### 3. Kecocokan model struktural (*structural model fit*)

Struktural model atau disebut juga sebagai *latent variable relationship*, memiliki persamaan umum sebagai berikut :

$$\eta = \gamma\xi + \zeta$$

$$\eta = B \eta + \gamma\xi + \zeta$$

Dalam menentukan kriteria pengujian model struktural dilakukan perbandingan antara *t-values* dengan *t-tabel*. Menurut Rigdon dan Ferguson (1991); Doll, Xia, Torkzadeh (1994) dalam Wijanto (2008) suatu keterkaitan antar variabel dikatakan baik apabila nilai *t-values* lebih besar dari atau sama dengan nilai *t-tabel* yaitu 1.96 (*t-values*  $\geq 1.96$ ).

Notasi – notasi diatas memiliki arti sebagai berikut :

**y** melambangkan vektor variabel endogen yang dapat diamati

**x** melambangkan vector variabel eksogen yang dapat diamati

**ξ (ksi)** melambangkan variabel laten eksogen (*independent*).

**η (eta)** melambangkan variabel laten endogen (*dependent*).

**λ (lambda)** melambangkan *standard factor loading* dari setiap indikator pertanyaan.

**δ (delta)** melambangkan kesalahan (*error*) model pengukuran untuk variabel laten eksogen (*independent*).

**ε (epsilon)** melambangkan kesalahan (*error*) model pengukuran untuk variabel laten endogen (*dependent*).

**γ (gamma)** melambangkan koefisien model struktural dari *path* ξ (ksi) dan η (eta).

**β (beta)** melambangkan koefisien model struktural dari *path* η (eta) dan η (eta).

**ζ (zeta)** melambangkan kesalahan (*error*) model struktural.

Persamaan diatas digunakan dengan asumsi :

1.  $\zeta$  tidak berkorelasi dengan  $\xi$
2.  $\varepsilon$  tidak berkorelasi dengan  $\eta$
3.  $\delta$  tidak berkorelasi dengan  $\xi$
4.  $\zeta$ ,  $\varepsilon$ , dan  $\delta$  tidak saling berkorelasi (*mutually correlated*)
5.  $\gamma - \beta$  adalah *non singular*

Karakteristik SEM (*Structural Equation Modelling*) dapat diuraikan ke dalam beberapa komponen model (Wijanto, 2008), yang terdiri dari:

- a. Dua jenis variabel, yaitu variabel laten (*Latent Variable*) yang hanya dapat diamati secara tidak langsung dan merupakan konsep abstrak. Jenis variabel yang kedua adalah variabel teramati (*Observed Variable*) yang memiliki arti variabel yang dapat diamati dan diukur secara empiris, variabel ini seringkali disebut indikator. Variabel laten biasanya disimbolkan dengan gambar lingkaran atau elips, sedangkan variabel teramati disimbolkan dengan bentuk gambar segiempat.
- b. Dua jenis model, yang terdiri dari model struktural dan model pengukuran. Model struktural menggambarkan hubungan yang ada di antara variabel laten (model yang tidak dapat diamati secara langsung). Sedangkan model pengukuran adalah model yang menghubungkan antara variabel laten dan variabel teramati. dengan kata lain variabel laten dimodelkan sebagai sebuah faktor yang mendasari variabel teramati yang terkait. Simbol diagram lintasan yang digunakan oleh model struktural dan model pengukuran sama-sama digambarkan dengan tanda panah.
- c. Dua jenis kesalahan, yaitu kesalahan struktural (*structural error*) dan kesalahan pengukuran (*measurement error*).

Sarana komunikasi yang digunakan dalam SEM adalah dengan menggunakan *path diagram*. *Path diagram* menggambarkan model SEM dengan dengan lebih jelas dan mudah. Keuntungan menggunakan *path diagram* adalah diagram ini mampu

mempermudah dalam konversi model ke dalam perintah atau *syntax* dari *software* SEM.

SEM memiliki bentuk umum atau *full / hybrid model* yang merupakan penggabungan dari dua komponen model yaitu model pengukuran dan model struktural supaya menjadi satu model yang lengkap.

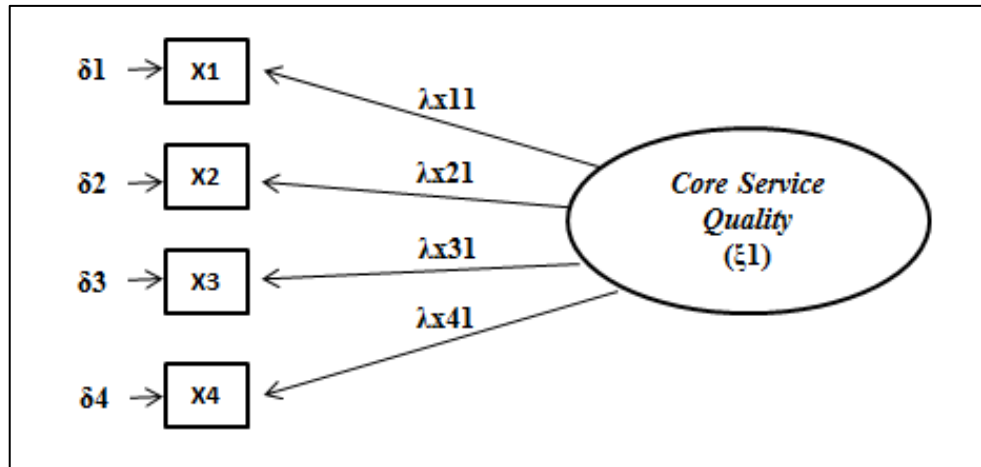
### 3.6.3 Model Pengukuran

Menurut Wijanto (2008) di dalam SEM, setiap variabel laten biasanya memiliki indikator. Indikator tersebut dihubungkan dengan variabel latennya melalui model pengukuran yang berbentuk analisis faktor dan banyak digunakan di psikometri dan sosiometri. Konsep dasar dari model ini adalah *confirmatory factor analysis* (CFA) seperti yang telah disebutkan sebelumnya.

Model pengukuran selengkapnya untuk setiap variabel laten akan dijelaskan pada bagian berikut ini :

#### 1. *Core Service Quality*

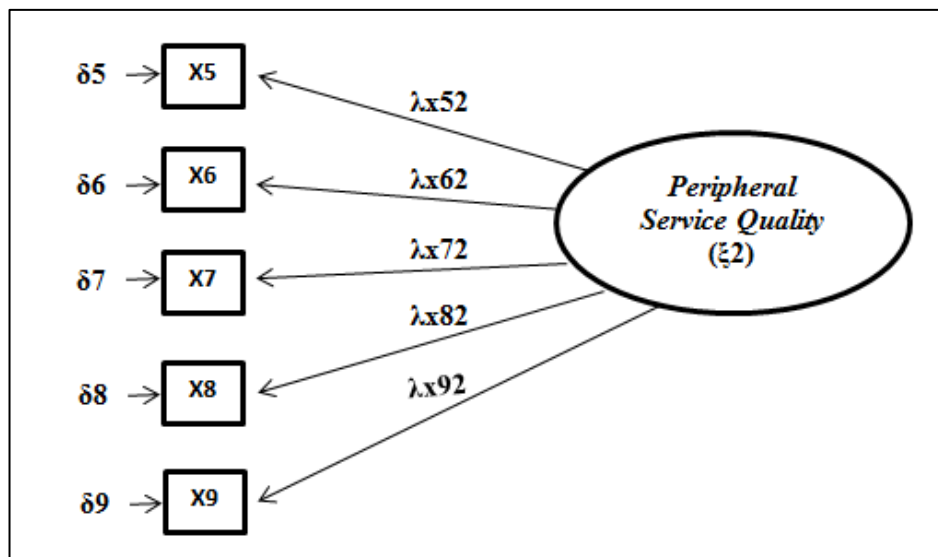
Variabel laten *core service quality* diukur dengan menggunakan empat indikator, yaitu X1, X2, X3, dan X4. Keempat indikator tersebut merupakan refleksi dari variabel *core service quality*. Model pengukuran dari variabel *core service quality* ditunjukkan oleh gambar berikut ini :



Gambar 3.9 Model Pengukuran *Core Service Quality*

## 2. *Peripheral Service Quality*

Variabel laten *Peripheral Service Quality* diukur dengan menggunakan lima indikator, yaitu X5, X6, X7, X8, dan X9. Kelima indikator tersebut merupakan refleksi dari variabel *peripheral service quality*. Model pengukuran dari variabel *peripheral service quality* ditunjukkan oleh gambar berikut ini :

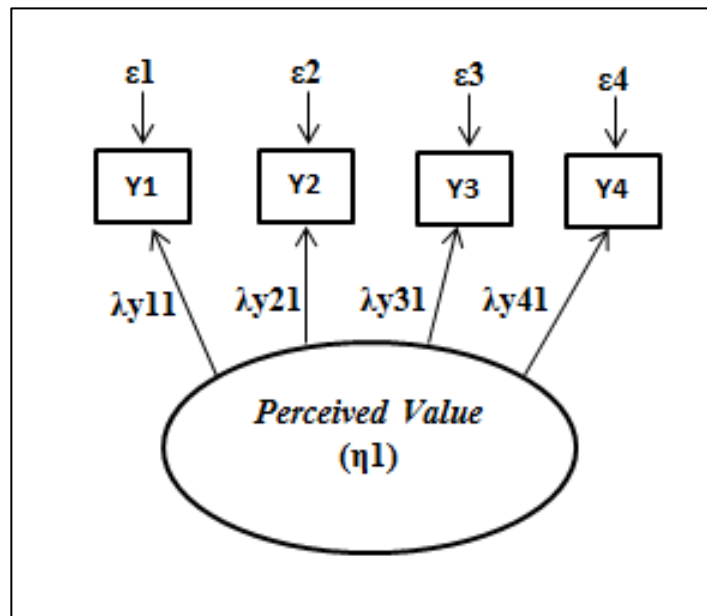


Gambar 3.10 Model Pengukuran *Peripheral Service Quality*

## 3. *Perceived Value*



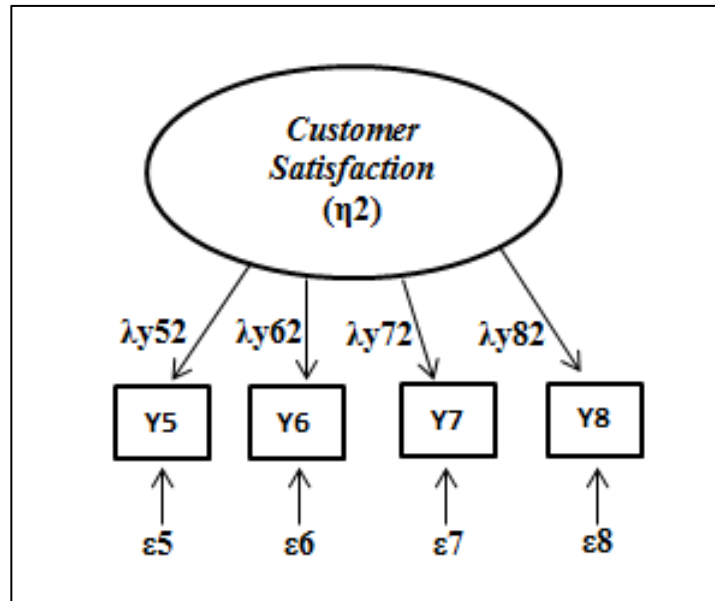
Variabel laten *perceived value* diukur dengan menggunakan empat indikator, yaitu Y1, Y2, Y3, dan Y4. Keempat indikator tersebut merupakan refleksi dari variabel *perceived value*. Model pengukuran dari variabel *perceived value* ditunjukkan oleh gambar berikut ini :



Gambar 3.11 Model Pengukuran *Perceived Value*

#### 4. *Customer Satisfaction*

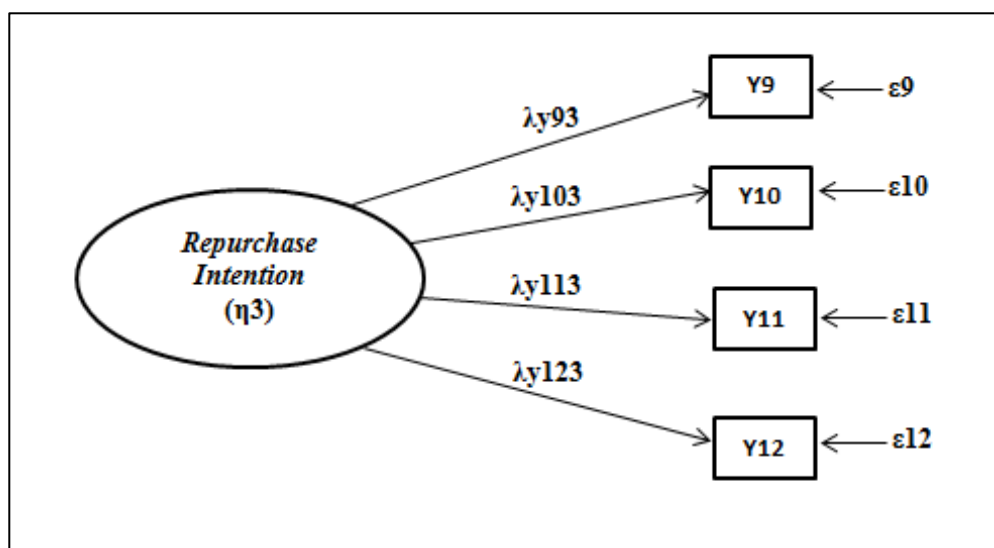
Variabel laten *customer satisfaction* diukur dengan menggunakan empat indikator, yaitu Y5, Y6, Y7, dan Y8. Keempat indikator tersebut merupakan refleksi dari variabel *customer satisfaction*. Model pengukuran dari variabel *customer satisfaction* ditunjukkan oleh gambar berikut ini :



Gambar 3.12 Model Pengukuran *Customer Satisfaction*

### 5. *Repurchase Intention*

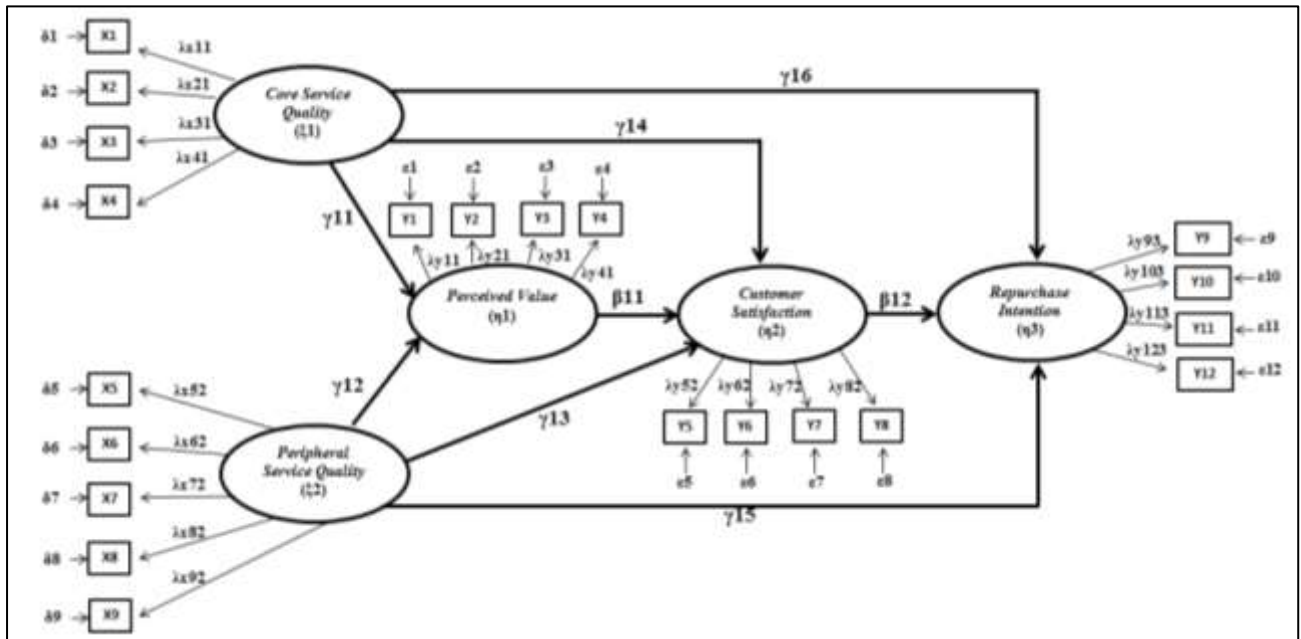
Variabel laten *repurchase intention* diukur dengan menggunakan empat indikator, yaitu Y9, Y10, Y11, dan Y12. Keempat indikator tersebut merupakan refleksi dari variabel *repurchase intention*. Model pengukuran dari variabel *repurchase intention* ditunjukkan oleh gambar berikut ini :



Gambar 3.13 Model Pengukuran *Repurchase Intention*

### 3.6.4 Model Keseluruhan Penelitian (Path Diagram)

Model struktural dalam SEM memperlihatkan hubungan – hubungan antara variabel laten satu dengan yang lainnya. Berikut adalah model struktural dan model keseluruhan dari penelitian ini:



Gambar 3.14 Model Keseluruhan Penelitian (*Path Diagram*)