

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Sumber Data

Menulis penelitian adalah metode untuk mengumpulkan pengetahuan guna memahami masalah atau mendapatkan pengetahuan baru. Analisis penelitian dapat dikategorikan ke dalam dua paradigma utama, yaitu analisis kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif dan kualitatif berbeda dalam hal pertanyaan penelitian. Penelitian kuantitatif cenderung berfokus pada pertanyaan seperti "*What, Who, Where, When* dan *If*" yang bertujuan untuk mengukur dan mengevaluasi fenomena secara numerik. Sebaliknya, penelitian kualitatif lebih memusatkan perhatian pada pertanyaan seperti "*How dan Why*" yang lebih mendalam dalam memahami proses, makna, dan alasan di balik suatu fenomena (Susanto et al., 2023).

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 (Bougie, 2013) kemudian data sekunder merupakan kumpulan data atau informasi yang didapatkan dari berbagai macam sumber yang ada (Bougie, 2013). Sebagai contoh data primer bisa dibidang data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuisioner, 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.

Dalam hal penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yaitu dengan cara penyebaran kuisioner kepada para responden melalui *google forms*. Dalam hal ini peneliti menyebarkan kuisioner tersebut kepada

sasaran karakteristik responden yang sesuai dengan penelitian ini. Kemudian peneliti juga menggunakan data sekunder yaitu peneliti menggunakan jurnal-jurnal terdahulu yang sudah terbit sebagai pedoman dalam penyusunan dan pengolahan data pada laporan skripsi penelitian ini.

3.2 Desain Penelitian

Dalam desain penelitian, penulis bertujuan untuk menulis penelitian verifikatif. Menurut Direktorat Tenaga Kependidikan Direktorat Jendral Peningkatan Mutu Pendidik dan Tenaga Kependidikan Departmen Pendidikan Nasional (Surya Dharma, 2008) ada tiga tujuan penelitian yaitu:

1. Tujuan Eksploratif, 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.
4. Tujuan Konklusif, penelitian dilaksanakan untuk mengukur tentang bagaimana caranya variabel pada penelitian ini dapat terhubung satu dengan yang lainnya sehingga dapat dianggap sebuah keterkaitan.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan bentuk desain *model* penelitian konklusif dengan tipe deskriptif dan eksplanatori. Metode penelitian ini digunakan karena peneliti ingin mengetahui bagaimana variabel *Retail*

Operation Competence bisa mempengaruhi *Customer Experience* dengan memberikan penjelasan teori dan analisis data.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Proses utama dalam melakukan penelitian adalah dengan menentukan populasi yang akan menjadi sumber data atau narasumber penelitian. Menurut (Sugiyono, 2016), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, yang kemudian menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan. Pemilihan populasi dalam penelitian harus sesuai dengan tema atau topik penelitian yang dilakukan. Populasi juga dapat dibagi menjadi beberapa elemen seperti umur, wilayah geografis, atau kondisi lain yang relevan dengan fokus penelitian. Kriteria ini membantu memastikan bahwa data yang dikumpulkan relevan dan dapat mendukung tujuan penelitian secara efektif. Pada penelitian ini target populasi yang akan dijadikan pilihan sebelum menentukan sampel adalah semua orang yang bekerja atau pernah bekerja di toko *retail* Jakarta.

3.3.2 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 bekerja atau pernah bekerja di toko *retail* swalayan di Jakarta. Mulai dari *merchandiser* hingga manajer toko merupakan sampel dari penelitian ini dengan *minimum* responden sebanyak 100.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu sekitar 3 bulan, dimulai dari bulan September hingga November 2024. Tahap awal dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi objek dan fenomena penelitian.

Kemudian, rumusuan masalahnya disusun dan dilanjutkan dengan pengumpulan data yang kemudian diolah dan dianalisis. Tahap akhirnya, penelitian ini menghasilkan kesimpulan dan saran yang diharapkan menjadi acuan untuk penelitian berikutnya.

3.4.2 Pengumpulan Data

Penggunaan teknik analisis data ditunjukan untuk mendeskripsikan karakteristik data yang telah dilakukan analisis menjadi sebuah informasi (Sari Rahmadhani et al., 2024). Pengumpulan data pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui survei langsung ke toko ritel swalayan dengan menggunakan kuesioner *online* yang disebarakan melalui *google forms*. Kemudian responden tersebut diharapkan untuk memberikan tanggapan mengenai aplikasi operasional ritel komptensi, ritel efisiensi, kenyamanan pelanggan dan pengalaman belanja pelanggan.

Data sekunder berasal dari jurnal utama yang menjadi panduan dalam penelitian ini. Jurnal utama yang dipakai peneliti adalah “*Developing customer convenience and experience through increased competency and efficiency: A strategic approach to retail operations mastery*” yang ditulis oleh Sunil Kumar C V, Rohit Agrawal 2024. Jurnal tersebut dipublikasikan oleh Heliyon, jurnal tersebut juga menyediakan kerangka konseptual untuk pengukuran variabel penelitian. Studi ini juga memiliki faktor – faktor seperti kompetensi operasional ritel, ritel efisiensi, kenyamanan pelanggan, dan pengalaman belanja pelanggan.

3.4.3 Proses Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Identifikasi Fenomena atau Masalah: Penelitian diawali dengan mengidentifikasi fenomena dan masalah yang akan diteliti, yaitu faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pengalaman belanja pelanggan. Objek penelitian ditetapkan berdasarkan referensi dari jurnal utama serta literatur pendukung lainnya.

2. Pemilihan Metode Penelitian: Setelah fenomena dan masalah ditentukan, peneliti memilih metode penelitian yang sesuai, termasuk penentuan populasi dan sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel serta metode analisis data disusun berdasarkan teori yang relevan.
3. Penyusunan Kuesioner: Kuesioner disusun dengan mengacu pada indikator dan variabel yang diadaptasi dari jurnal utama. Karena instrumen pengukuran telah divalidasi oleh studi terdahulu, penelitian ini tidak memerlukan pre-test. Kuesioner langsung disebarkan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.
4. Distribusi Kuesioner Utama: Kuesioner utama disebarkan kepada karyawan yang bekerja di toko ritel swalayan yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan. Dari distribusi ini, diperoleh 125 responden yang memenuhi kriteria untuk digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.
5. Pengolahan Data Utama: Data yang dikumpulkan dari kuesioner diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Analisis ini digunakan untuk memahami hubungan antar variabel yang diteliti, sehingga dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Tabel Operasional
Sumber: Olah Data Peneliti

No	Variable	Dimensi	Pertanyaan pengukuran	Jurnal Referensi	Teknik Pengukuran
1	<i>Retail Operation Competence</i>	RC1	<i>Atmosphere & Service toko</i>	(C V & Agrawal, 2024)	Skala <i>Likert</i> (1-5) 1 sangat setuju – 5 sangat tidak setuju
		RC2	<i>Product Placement</i>		
		RC3	Struktur informasi toko		
		RC4	<i>Layout design toko</i>		

		RC5	Standarisasi & Variasi <i>merchandise</i>		
2	<i>Retail Efficiency</i>	RE1	Nilai tambah <i>retail Operation</i>	(C V & Agrawal, 2024)	Skala <i>Likert</i> (1-5) 1 sangat setuju – 5 sangat tidak setuju
		RE2	Beban waktu pelanggan di toko		
		RE3	<i>Shelf Placement</i> di toko		
		RE4	Tata letak dan keamanan toko		
		RE5	<i>Flow</i> yang sudah di standarisasi sesuai kebutuhan pelanggan		
3	<i>Customer Experience</i>	CE1	Kemudahan dalam memilih barang	(C V & Agrawal, 2024)	Skala <i>Likert</i> (1-5) 1 sangat setuju – 5 sangat tidak setuju
		CE2	Ketersediaan produk sesuai kebutuhan pelanggan		
		CE3	Lingkungan yang nyaman dalam proses belanja		
		CE4	Preferensi pelanggan dalam memilih toko untuk belanja		
		CE5	Beban waktu pelanggan yang minim		
4	<i>Customer Convenience</i>	CC1	Kemudahan pelanggan dalam berkeliling dalam area belanja	(C V & Agrawal, 2024)	Skala <i>Likert</i> (1-5) 1 sangat setuju – 5 sangat tidak setuju

		CC2	Pilihan penawaran barang yang menarik bagi pelanggan		
		CC3	Pilihan <i>merchandise</i> yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan		
		CC4	Pelanggan difasilitasi dengan teknologi terbaru di industri <i>retail</i>		
		CC5	Kehadiran <i>staff</i> dan pelayanan kepada pelanggan		

3.6 Teknik Analisis Data

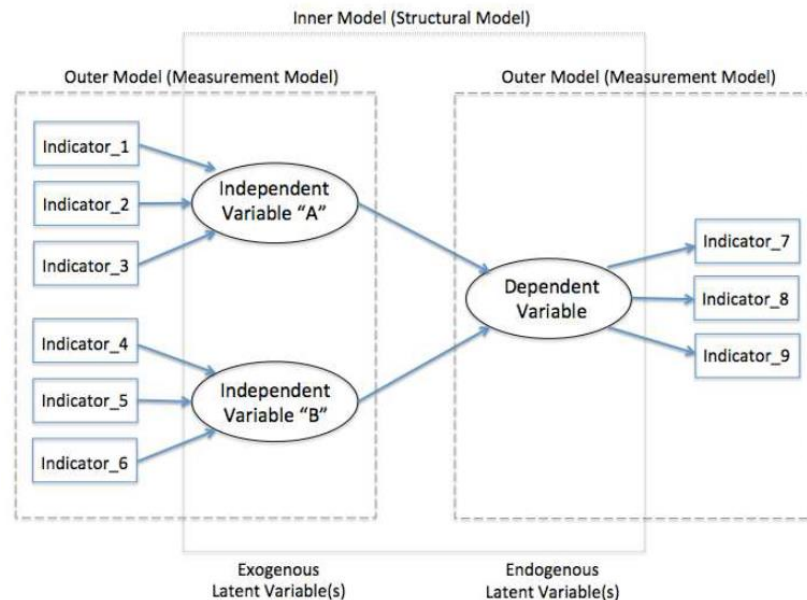
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *online* menggunakan *Google Forms* kepada pegawai toko ritel swalayan di Jakarta. Responden tersebut diharapkan untuk memberikan tanggapan mereka mengenai operasi ritel swalayan mereka yang kemudian bisa diukung sebagai faktor-faktor dalam pengalaman belanja pelanggan. Penelitian ini menggunakan *model Structural Equation Modeling* (SEM)

Dalam pengujian validitas dan reliabilitas data ini penulis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut (Fan et al., 2016) *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan teknik statistik *multivariat* yang semakin banyak digunakan dalam penelitian ilmiah untuk menguji dan mengevaluasi hubungan sebab-akibat yang melibatkan banyak variabel. Berbeda dengan pendekatan *pemodelan* lainnya, SEM menguji efek langsung maupun tidak langsung

berdasarkan hubungan kausal yang telah diasumsikan sebelumnya. SEM merupakan metode statistik yang telah berkembang selama hampir satu abad, melalui tiga generasi utama. Generasi pertama SEM memperkenalkan logika pemodelan kausal dengan menggunakan path analysis. Path analysis sendiri menguji hubungan antar variabel dengan memanfaatkan panah yang mewakili hubungan sebab-akibat. Seiring perkembangannya, SEM mulai mengintegrasikan metode statistik yang lebih kompleks, memungkinkan para peneliti untuk menangani *model-model* yang lebih rumit, termasuk variabel laten (yang tidak dapat diamati secara langsung tetapi dapat diukur melalui indikator) serta kesalahan pengukuran. Selain itu, SEM juga memberikan kemampuan untuk menguji hipotesis yang terkait dengan hubungan-hubungan tersebut dalam berbagai bidang ilmiah.

3.6.2 Analisis Data Penelitian



Gambar 1.1 Model Inner dan Outer Model
Sumber: (Kwong-Kay, 2013)

Dalam Structural Equation Modeling (SEM), suatu variabel dapat dikategorikan sebagai variabel eksogen atau variabel endogen. Variabel

eksogen adalah variabel yang memiliki panah jalur yang mengarah keluar tanpa adanya panah yang menuju ke variabel tersebut. Sementara itu, variabel endogen merupakan variabel yang setidaknya memiliki satu panah jalur yang mengarah ke dalam, sehingga mencerminkan pengaruh dari variabel lain.

Dalam penelitian ini, *Retail Operations Competence* berperan sebagai variabel eksogen, karena variabel ini memengaruhi variabel lainnya tanpa dipengaruhi oleh variabel mana pun. Sementara itu, variabel endogen adalah variabel yang memiliki setidaknya satu jalur panah masuk, menunjukkan bahwa variabel tersebut dipengaruhi oleh variabel lain. Pada model ini, terdapat tiga variabel endogen, yaitu *Efficient Retail Operation*, *Customer Convenience* dan *Customer Experience*.

Dengan demikian, *Retail Operations Competence* bertindak sebagai variabel utama yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap variabel lainnya dalam model ini, sedangkan variabel-variabel lain bertindak sebagai variabel endogen yang menggambarkan efek atau hasil dari hubungan dalam model penelitian

Seperti yang ditunjukkan pada gambar di atas, *inner model* adalah *model* pengukuran bagian dalam atau biasa dikenal sebagai *model* struktural. *Model* struktural ini dapat dievaluasi melalui nilai *R-square* yang diperoleh, di mana nilai *R-square* mencerminkan:

Tabel 3.2 Nilai *R-Square*
Sumber: (Kwong-Kay, 2013)

Nilai <i>R-Square</i>	Kategori
$\geq 0,67$	Tinggi
$\geq 0,33$	Sedang
$\geq 0,19$	Rendah

Selanjutnya, *outer model* adalah pengukuran bagian luar dari *model* atau yang sering disebut sebagai *model* pengukuran. Dalam pengujian *outer model*, validitas dan reliabilitas data menjadi fokus utama untuk evaluasi. Pada pengujian validitas, nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7 ($>0,7$) agar memenuhi syarat. Sedangkan pada uji reliabilitas, nilai *composite reliability* yang diterima adalah di atas 0,7 ($>0,7$), nilai *average variance extracted* (AVE) yang diterima minimal 0,5 ($>0,5$), dan nilai *Cronbach's alpha* yang diterima juga lebih dari 0,7 ($>0,7$) (Hair et al., 2014).

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur statistik yang digunakan untuk membuat keputusan berdasarkan data sampel mengenai parameter populasi. Dalam uji hipotesis, terdapat dua hipotesis yang diuji, yaitu hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada perbedaan atau efek signifikan antara parameter populasi dan sampel, serta hipotesis alternatif (H_1) yang menyatakan adanya perbedaan signifikan antara data populasi dan sampel. Tujuan uji hipotesis adalah menentukan apakah ada cukup bukti dari sampel untuk menolak hipotesis nol. Proses pengujian ini melibatkan penentuan tingkat signifikansi (biasanya 0,05 atau 5%) yang digunakan untuk membuat keputusan apakah hipotesis nol akan ditolak atau diterima. Jika hasil uji menunjukkan nilai p (p -value) lebih kecil dari tingkat signifikansi, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Sebaliknya, jika nilai p lebih besar dari tingkat signifikansi, hipotesis nol tidak dapat ditolak (Ledhyane I. Harlyan, 2012).

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

1. *T-Statistic*

T-statistic Nilai untuk *t-statistic* sendiri untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel adalah nilai ($>1,65$) untuk *one-tailed test* dan ($>1,96$) untuk *two-tailed*.

2. *P-Value*

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

