BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan cara atau upaya yang dipakai peneliti dalam pengumpulan data dan menganalisis data yang diperlukan untuk menemukan dan mengumpulkan data yang valid, akurat, serta signifikan dengan masalah yang diangkat, sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Metode penelitian terbagi atas metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[55]

Penelitian kuantitatif lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif ini digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti.

---

[55] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2015), hal. 8

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini, maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala dalam penelitian.[56]

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Harinaldi populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji.[57] Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto menjelaskan populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.[58] Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh konsumen Khoyiir Store Tulungagung.

2. Sampling

Dalam penelitian ini tekhnik pengambilan sampelnya menggunakan *probibality sampling* dengan kategori *sample random sampling*. *Sample random sampling* merupakan tekhik pengambilan

---

[56] Syofian Siregar, *Statistik Parametik Untuk Pnelitian Kuantitatif, Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 30

[57] Dr. Ir. Harinaldi, M.Eng, *Prinsip-Prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains*, (Jakarta: Penertbit Erlangga, 2005), hal. 3

[58] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 173

sampel yang dilakukan secara acak pada populasi dalam penelitian tanpa melihat jabatan atau strata dalam populasi.

3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[59] Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, maka dibentuk sebuah perwakilan populasi.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lemeshow dalam buku Riduwan dan Akdon[60]:

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n	:	Jumlah sampel minimal yang diperlukan
Za	:	Nilai standar dari distribusi sesuai nilai a = 5% = 1.96
P	:	Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%
Q	:	1 - P
L	:	Tingkat ketelitian ketelitian 10%

[59] Sugiyono, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif,* (Yogyakarta: UPFE-UMY 2005), hal. 97

[60] Riduwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika Cetakan Kedua*, (Bandung: ALFABETA, 2010), hal. 254

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96 = 100$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 96 dibulatkan menjadi 100.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data merupakan keterangan yang menerangkan obyek dalam variabel tertentu. Sumber data penelitian merupakan subjek dari mana data diperoleh. Peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya maka sumber data disebut resoponden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.[61]

Sumber data dalam penelitian adalah sumber data primer, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber.[62] Data primer diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner kepada sampel, yaitu konsumen Khoyiir Store Tulungagung.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi

---

[61] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif ...,* hal. 81

[62] Wiratna Sujerweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi,* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press), 2015, hal. 89

dan kemudian ditarik kesimpulan.[63] Hubungan antara satu variabel dengan varibel yang lain, maka macam-macam variabel dalam penelitian dibedakan menjadi:

a. Variabel Bebas/*Independent Variable* (X)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).[64] Pada penelitian ini terdapat empat variabel bebas yaitu variabel Faktor Emosional (X1), variabel Kualitas Pelayanan (X2), variabel Kemudahan (X3), dan variabel Harga (X4).

b. Variabel Terikat/*Dependent Variable* (Y)

Dependent Variable disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.[65] Variabel terikat pada penelitian ini adalah variabel Kepuasan Konsumen.

Variabel Kepuasan Konsumen diukur berdasarkan faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan antara lain, kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional dan biaya kemudahan.

c. Variabel Intervening

Tuckman dalam Sugiono menyatakan "*An intervening variable is that factor that theoretically affect the observed phenomenon but cannot be seen, measure, or manipulate".* Variabel intervening

[63] Sugiyono, *Metodologi Penelitian...*, hal. 38
[64] Ibid., hal. 39
[65] Ibid., hal. 39

adalah "variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur". Variabel intervening merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi variabel dependen.[66]

Variabel intervening atau variabel mediasi yang digunakan dalam penelitian adalah Keputusan Pembelian. Variabel Keputusan Pembelian diukur berdasarkan identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan seberapa panjang interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif.[67] Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian adalah skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.[68]

---

[66] Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 39
[67] Ibid., hal. 92
[68] Ibid., hal. 93

Adapun prosedur pengelolaan data dengan menggunakan statistik yaitu:

a. *Editing*

Editing adalah kegiatan memeriksa data yang telah dikumpulkan dari responden. Apakah setiap pertanyaan dijawabnya, jika dijawab apakah cara menjawabnya benar. Jadi *editing* merupakan pekerjaan mengoreksi atau mengecek terhadap data yang masuk.

b. *Coding* (memberi kode data)

Coding adalah memberikan tanda atau kode agar mudah memeriksa jawaban. Pada penelitian ini kegiatan mengkoding dimaksudkan dengan pemberian kode pada setiap variabel, yaitu:

1) Data tentang Faktor Emosional konsumen yang diperhatikan Khoyiir Store Tulungagung (X1).
2) Data tentang Kualitas Pelayanan yang diterapkan oleh Khoyiir Store Tulungagung (X2).
3) Data tentang Kemudahan yang ditawarkan oleh Khoyiir Store Tulungagung (X3).
4) Data tentang Harga yang ditetapkan Khoyiir Store Tulungagung (X4).
5) Data tentang keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Khoyiir Sore Tulungagung (Z).

6) Data tentang kepuasan yang dirasakan konsumen Khoyiir Store Tulungagung (Y).

c. *Scoring* (pemberian skor data)

Scoring adalah kegiatan memberikan angka dan data yang dikuantatifikasikan dan menghitungnya untuk jawaban setiap responden. Untuk skor dari setiap jawaban untuk setiap pertanyaan ditentukan sesuai dengan tingkat pilihan:

1) Nilai 5 bila pada jawaban angket memilih alternatif a
2) Nilai 4 bila pada jawaban angket memilih alternatif b
3) Nilai 3 bila pada jawaban angket memilih alternatif c
4) Nilai 2 bila pada jawaban angket memilih alternatif d
5) Nilai 1 bila pada jawaban angket memilih alternatif e

d. *Tabulating*

Tabulating adalah menggolongkan kategori jawaban dalam tabel-tabel. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa dengan *tabulating* data yang banyak akan tampak ringkas.

e. *Analising*

Analising adalah kegiatan mengolah dan membuat analisis terhadap data sebagai dasar bagian penarikan kesimpulan. Analisis yang dimaksud adalah dengan memberikan perhitungan secara statistik terhadap data yang masuk.

Tabel 3.1

Skala Penilaian Likert

No	Keterangan	Nilai
1	Sangat Setuju (ST)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Setuju (S)	1

Sumber: Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel Penelitian*, 2003

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, tujuan utama peneliti adalah mendapatkan data.[69] Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang akan dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti.

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.[70] Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan

[69] Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 224
[70] Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian...*, hal. 93

tertulis kepada responden untuk dijawab. Penelitian menggunakan kuesioner ditujukan untuk konsumen di Khoyiir Store Tulungagung, yaitu mengenai faktor emosional, kualitas pelayanan, kemudahan, dan harga dengan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel intervening terhadap kepuasan konsumen.

b. Observasi

Observasi dilakukan sebagai pengamatan dan pencarian dengan sistematik fenomena yang diselidiki. Metode digunakan untuk mengetahui lebih dekat tentang obyek yang diteliti dengan kunjungan secara langsung oleh peneliti di Khoyiir Store Tulungagung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan menyelidiki dokumen-dokumen yang sudah ada sebagai tempat menyimpan sejumlah data. Dokumentasi asal katanya "Dokumen" yang artinya barang-barang tertulis, oleh karena itu dalam pelaksanaannya penelitian harus tertulis.[71] Metode dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui segala hal yang terkait dengan operasional Khoyiir Store Tulungagung.

[71] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal. 124

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data, agar kegiatan menjadi sistematis dan lebih mudah.[72] Pembuatan instrumen penelitian kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, observasi dan kuesioner.[73] Instrumen peneliti mengacu pada variabel penelitian, definisi operasional, dan skala pengukurannya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner dengan menggunakan *Likert* dengan 5 opsi jawaban. Skala Likert merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatan relative lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.[74] Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2

Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	**Indikator**	**Referensi**
Faktor Emosional (X1)	1. Pembeli tampak ingin berbeda dari yang lain (*distinctiveness*) 2. Kebanggan karena	Sofjan Assauri[75]

[72] Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian...*, hal. 97

[73] Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 222

[74] Husain Usman & Setiadi Purnomo Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008.), hal. 65

[75] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran…*, hal. 127

	penampilan pribadinya (*pride of personal appearance*) 3. Pencapaian status sosial (*social achievement*) 4. Untuk terhindar dari keadaan bahaya (*security from danger*)	
Kualitas Pelayanan (X2)	1. Berwujud (*tangiable*) 2. Keandalan (*reliability*) 3. Ketanggapan (*responsiveness*) 4. Jaminan dan Kepastian (*assurance*) 5. Empati (*empathy*)	Kasmir[76]
Kemudahan (X3)	1. Mudah diakses 2. Mudah dipelajari 3. Mudah digunakan	Davis[77]
Harga (X4)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Kotler dan Amstrong[78]
Keputusan Pembelian (Z)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca	Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono[79]

[76] Kasmir, *Pemasaran Bank,…,* hal. 67-68
[77] Prasetyo Agus Nurrahmanto dan Rahardja, *Pengaruh Kemudahan…,* hal. 5
[78] Thomas S. Kaihatu, et. al., *Manajemen Komplain*…, hal. 33
[79] Ujang Sumarwan dan Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran…,* hal. 162

	pembelian	
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Kualitas Produk 2. Kualitas Pelaynan 3. *Emotional Factor* 4. Harga 5. Biaya dan Kemudahan	Handi Irawan D. [80]

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

   a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.[81] Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan dari kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas menggunakan analisis korelasi pearson dengan cara mengkolerasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.[82] Jika nilai positif dan r hitung > r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika < r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

[80] Handi Irawan D., *Sepuluh Prinsip…,* hal. 37

[81] Sugiyono, *Metode Penelitian*…, hal. 262

[82] Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis,* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hal. 51

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketetapan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran.[83] Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.[84]

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Kemudian pengolahannya menggunakan *SPSS 16.0*. Pendeteksian normalitas data apakah berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji *Komlogorov-Smirnov*. Ketentuan pengujian ini adalah jika probabilitas atau *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari *level og significant (α)* maka data berdistribusi normal. Jika nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi adalah

[83] Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 132

[84] Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian…*, hal. 158

normal (simetris).[85] Dengan menggunakan taraf signifikansi α = 0,05, diterima H_1 jika nilai signifikansi > α dan tolak H_1 jika nilai signifikansi < α.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam mosel regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkolerasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai kolerasinya antar sesame variabel bebas lain sama dengan nol.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.[86] VIF disini maksudnya adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit koefisien estimasi, akibatnya dapat menurunkan nilai t.

---

[85] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2009), hal. 97

[86] Ibid., hal. 78

Jika terjadi multikolinieritas akan menimbulkan akibat sebagai berikut:

1. Standar *error* koefisien regresi yang diperoleh menjadi besar. Semakin besar standar *error* maka semakin erat kolinieritas antara variabel bebas.
2. Standar *error* yang besar mengakibatkan *confident interval* untuk penduga parameter semakin melebar, dengan demikian terbuka kemungkinan terjadinya kekeliruan, yakni menerima hipotesis yang salah.[87]

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskesdatisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Cara memprediksi ada tidaknya heterokedasitisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heterokedasitisitas jika[88] :

---

[87] Imam Ghozali, *Statistik Nonparametrik*, (Semarang: Bp Undip, 2005), hal. 105

[88] Wiratana Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum*, (Yogyakarta: Global Media Informasi, 2008), hal. 180

1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4) Penyebaran titik-titik tidak berpola.

3. Analisis jalur atau *Path Analisis (PA)*

Penelitian ini menggunakan analisis yang dinamakan analisis jalur atau *Path Analisys (PA)* dengan bantuan SPSS Versi 16.0. Analisis jalur menurut Retherford dalam Sarwono, merupakan suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.[89]

Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen).[90] Peneliti meneliti tentang faktor emosional, kualitas pelayanan, kemudahan, dan harga dengan keputusan pembelian

[89] Jonathan Sarwono, *Path Analysis dengan SPSS: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012), hal. 17

[90] Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro, *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 2-3

sebagai variabel intervening terhadap kepuasan konsumen. Analisis jalur atau *path analysis* merupakan suatu metode yang digunakan pada model kausal yang telah dirumuskan peneliti berdasarkan substansi keilmuan, yaitu landasan teoritis dan pengalaman peneliti.

Asumsi yang mendasari *Path Analysis* perlu memperhatikan beberapa asumsi berikut:[91]

1. Model *Path Analysis* hubungan antar variabel adalah bersifat linier, aditif dan bersifat normal.
2. Hanya sistem aliran kausal ke satu arah, artinya tiidak ada arah kausalitas yang terbalik.
3. Variabel terikat (endogen) minimal dalam skala ukur interval dan ratio.
4. Menggunakan sampel *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.
5. *Observed Variables* diukur tanpa kesalahan (instrument pengukuran valid dan reliabel) artinya variabel yang diteliti dapat diobservasi secara langsung.
6. Model yang dianalisis diidentifikasi dengan benar berdasarkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan.

Dari judul pengaruh faktor emosional, kualitas pelayanan, kemudahan, dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan

[91] Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro, *Cara Menggunakan…,* hal. 2-3

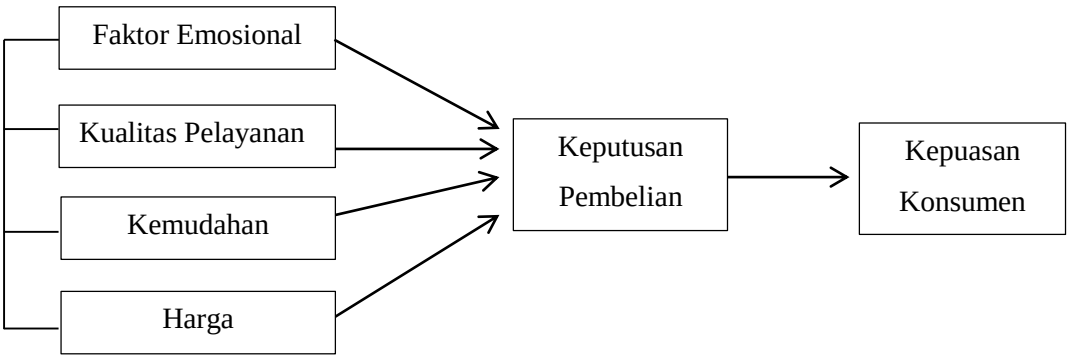
pembelian sebagai variabel intervening pada Khoyiir Store Tulungagung maka persamaan strukturalnya ialah:

$Y = PYX_1 + PYX_2 + PYX_3 + PYX_4 + e_1$

Hubungan variabel faktor emosional, kualitas pelayanan, kemudahan, harga dan kepuasan konsumen dimediasi keputusan pembelian digambarkan dalam path analysis sebagai berikut:

Gambar 3.1

Path Analysis Variabel Faktor Emosional, Kualitas Pelayanan, Kemudahan, Harga dan Kepuasan Konsumen dimediasi Keputusan Pembelian



4. Uji Parsial (Uji t)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing- masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji t atau t-

test, yaitu membandingkan antara t hitung dengan t tabel . Uji ini dilakukan dengan syarat:

a. Jika t_{hitung} < dari t_{tabel}, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
b. Jika t_{hitung} > dari t_{tabel}, maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikan t dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

a. Jika signifikansi t < 0,05 maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen berpengaruh sinifikan terhadap variabel dependen.
b. Jika signifikansi t > 0,05 maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.[92] Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R^2 (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.[93]

[92] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2013) hal. 103

[93] Ibid., hal. 104