

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory research*. *Explanatory research* merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan dan hasil penelitian akan menjelaskan hubungan antar variabel (Sugiono, 2018). Metode kuantitatif digunakan sebagai metode penelitian. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, bertujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018). Data primer dan data sekunder digunakan untuk sumber data dalam penelitian ini. Data primer merupakan data yang didapatkan langsung oleh peneliti, yang mana dalam pengumpulannya peneliti melakukan secara langsung. Sedangkan, data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber kedua seperti buku dan jurnal nasional maupun internasional.

Dalam penelitian ini untuk dimensi waktunya menggunakan dimensi waktu *cross-sectional*. Dimensi waktu ini digunakan karena untuk mengumpulkan atau mendapatkan data yang diinginkan hanya cukup memerlukan satu waktu dan pengambilan data hanya melalui penyebaran kuesioner.

Penelitian ini menggunakan unit analisis individu, karena yang diteliti adalah berupa pelanggan Bento Kopi Cabang Godean. Data yang didapatkan akan dihitung dengan pendekatan kuantitatif serta untuk mengetahui korelasi antar variabel. Untuk mengolah data yang telah didapat peneliti menggunakan bantuan SmartPLS.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah berada *coffee shop* Bento Kopi Cabang Godean yang beralamat Jl. Lap. No.1, Area Sawah, Banyuraden, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55293.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Keterangan	2023						
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	BAB I							
2	BAB II							
3	BAB III							
4	Seminar Proposal							
5	Revisi Pasca Seminar Proposal							
6	Penelitian							
7	BAB IV-V							
8	Sidang Skripsi							

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2018) variabel penelitian merupakan karakteristik, nilai, atau sifat dari objek dengan variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami sehingga diperoleh informasi dan disimpulkan. Dalam penelitian ini menggunakan sebanyak 4 variabel yaitu 2 variabel independen (*customer experience* dan harga), 1 variabel mediasi (kepuasan pelanggan), dan variabel dependen (loyalitas pelanggan). Tabel berikut memperlihatkan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Customer Experience</i>	Menurut Maximus Laot L (2022) menyatakan bahwa <i>customer experience</i> adalah saat seorang konsumen mendapat pengetahuan atau sensasi yang diperoleh dari berbagai macam interaksi dengan beberapa hal yang dihasilkan dari sebuah peristiwa layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Sense</i> 2. <i>Feel</i> 3. <i>Think</i> 4. <i>Act</i> 5. <i>Relate</i> 	Likert
Harga	Menurut Kotler & Amstrong (2016) dalam arti sempit harga ialah jumlah yang ditanggungkan atas produk baik barang maupun jasa, lebih detailnya harga ialah jumlah semua nilai yang pelanggan berikan untuk menerima feedback berupa keuntungan untuk mempunyai atau memakai suatu produk barang atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Harga sesuai dengan manfaat 3. Harga sesuai dengan kualitas 4. Daya saing harga 	Likert
Kepuasan Pelanggan	Kotler & Kevin Lane Keller (2016) mengatakan bahwa kepuasan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harapan sesuai dengan kinerja 	Likert

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	merupakan perasaan kecewa atau senang seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.	2. Minat untuk kembali beli 3. Bersedia merekomendasikan	
Loyalitas Pelanggan	Nugroho (2015) menerangkan loyalitas pelanggan sebagai suatu tolok ukur kesetiaan pelanggan terhadap penggunaan suatu merek produk barang atau jasa pada jangka waktu tertentu dalam kondisi dimana masih banyak produk atau jasa yang lain yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan tersebut masih bisa untuk mendapatkannya.	1. <i>Repeat</i> 2. <i>Retention</i> 3. <i>Referrals</i>	Likert

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Eviani & Hidayat (2021) populasi merupakan daerah generalisasi yang berisi baik subjek ataupun objek kuantitas yang dimiliki serta ciri terbatas yang sudah ditetapkan oleh seorang peneliti untuk diteliti dan setelah itu menarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan populasi pelanggan di DIY yang pernah mengunjungi Bento Kopi Cabang Godean.

2. Sampel

Menurut Eviani & Hidayat (2021) sampel adalah objek yang akan menjadi responden dalam riset yang diteliti serta diduga mewakili seluruh populasi. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada

penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2020).

Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk di Bento Kopi Cabang Godean minimal dua kali. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini minimal 200 responden. Hal ini berdasarkan pada pendapat Hair *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa dalam pendugaan parameter SEM ukuran sampel direkomendasikan berkisar sekitar 100-300 responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam suatu penelitian menjadi bagian penting, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai maka dapat menghasilkan analisis data sesuai standar (Sugiyono, 2020). Penyebaran angket (kuesioner), *online survey*, dan *google form* digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Kuesioner ini akan dibagikan kepada siapapun yang memenuhi kriteria dengan menggunakan *google form*.

Alat pengukuran dalam kuesioner ini dengan menggunakan skala *likert*. Pengukuran dengan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Interval skala *likert* yang digunakan adalah 1 sampai 5. Berikut pemberian Skor untuk jawaban kuesioner:

Tabel 3.3 Pengukuran Skala *Likert*

Keterangan		Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.6 Teknik Analisis Data

Alat analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah alat PLS (*Partial Least Squares*) dengan *software* SmartPLS versi ke-3. PLS merupakan satu dari beberapa metode untuk menyelesaikan SEM (*Structural Equation Modeling*) karena PLS ini lebih efisien jika dibandingkan dengan alat SEM lainnya. SEM ini memiliki tingkat fleksibilitas yang mumpuni dalam penggabungan teori dan data, serta dapat dipergunakan analisis jalur terhadap variabel yang sulit ditemukan atau tersembunyi, sehingga dalam bidang ilmu sosial banyak peneliti yang sering menggunakan SEM PLS ini. Karena salah satu variabel penelitian ada yang menggunakan variabel mediasi dan pengukuran menggunakan *first-order* sehingga PLS digunakan dalam penelitian ini (Sholihin dan Ratmono, 2013).

PLS merupakan metode analisis yang cukup baik ataupun mumpuni untuk menganalisis dikarenakan tidak didasarkan pada banyak asumsi. Sampel tidak harus berjumlah besar sehingga data tidak harus mengikuti distribusi normal Multivariant (Pering, 2021). Untuk menganalisis data berdasarkan perkiraan PLS membuat PLS dapat digunakan dalam pembuktian teori sehingga cocok digunakan pada

penelitian. PLS juga bisa digunakan sebagai alat dalam menjelaskan hubungan keterkaitan antar variabel laten selain dapat mengonfirmasi atau membuktikan teori. PLS secara bersama-sama dapat digunakan untuk menganalisis struktur yang dibentuk oleh indikator formasional dan reflektif (Sholihin & Ratmono, 2013)

Menurut Sholihin & Ratmono, (2013), berdasarkan dengan beberapa alasan yaitu terdapat empat variabel laten yang dibentuk oleh indikator reflektif yang diukur dengan menggunakan *first-order* secara reflektif dalam penentuan penggunaan PLS pada penelitian ini. Analisis *first-order* merupakan suatu variabel laten yang dapat diukur secara langsung berdasarkan beberapa indikator.

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji ini digunakan pada seluruh item pertanyaan pada setiap variabel dan digunakan sebagai penilaian kuesioner mendapatkan hasil yang valid atau sesuai. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaannya bertujuan mengukur hal yang diperlukan. Tahapan pengujian yang dilakukan harus melalui beberapa uji validitas, antara lain:

1. Validitas Muka (*Face Validity*)

Validitas muka (*Face Validity*) merupakan uji validitas yang didasarkan dengan penilaian secara sepintas mengenai isi dari alat ukur, sehingga *face validity*

merupakan salah satu dari jenis validitas yang paling rendah tingkat signifikannya. Ketika isi dari alat ukur sudah diketahui sesuai dengan hal yang akan diukur maka itu dapat dikatakan bahwa validitas muka sudah terpenuhi. *Face validity* diuji menggunakan penilaian para ahli. Sedangkan, dalam penelitian ini uji validitas muka dilakukan oleh dosen pembimbing.

2. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Ketika dalam pengukuran validitas konvergen ini digunakan untuk membuktikan mengenai item pertanyaan dapat mengukur atau menguji kesamaan dalam dimensi atau indikator setiap variabel. *Convergent validity* adalah mengukur sejauh mana konstruk menyatu dalam indikatornya dengan menjelaskan varian item. *Convergent validity* diukur oleh *Average Variance Extracted* (AVE) pada seluruh unit yang berkaitan dengan konstruk yang diukur secara reflektif dan juga disebut sebagai komunalitas (Hair *et al*, 2021). Oleh karena itu, hanya beberapa jenis pertanyaan yang tinggi tingkat signifikannya, untuk mengukur item pertanyaan dalam variabel penelitian adalah dengan lebih besar dari dua kali standard error. *Convergent validity* dapat terpenuhi jika nilai AVE pada setiap variabel $\geq 0,5$ (Sholihin & Ratmono, 2013).

3. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Discriminant validity (Validitas Diskriminan) ini memaparkan mengenai perbedaan diantara dua variabel. Jika variabel tersebut memiliki nilai korelasi yang lebih besar dengan variabel itu sendiri daripada semua variabel yang lain maka uji validitas diskriminan dapat dikatakan terpenuhi. Adapun untuk melakukan uji validitas diskriminan dapat dilihat atau diamati dengan cara lain yaitu pada nilai *cross-loading*, jika nilai dari *cross-loading* di masing-masing jenis pernyataan pada variabel itu diketahui lebih besar daripada nilai korelasi pada tiap item pernyataan dengan variabel yang lain maka memiliki diskriminan yang memadai (Sholihin & Ratmono, 2013).

b. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini juga menggunakan model pengukuran melalui uji reliabilitas. Karena tidak hanya melihat dari hasil nilai faktor loading konstruk sebagai uji validitas. Susunan atau rangkaian pengujian yang dipakai untuk mengukur dan menilai kekuatan dari semua jenis pernyataan disebut dengan uji reliabilitas. Uji ini dapat juga digunakan untuk mengukur atau menilai konsistensi atau ketetapan alat ukur. Alat ukur ini nantinya akan digunakan untuk mengukur suatu rancangan atau tingkat kekonsistenan responden dalam menjawab jumlah

penyataan pada instrument kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan *composite reliability*, yang mana dapat dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* sebesar $\geq 0,7$ (Sholihin & Ratmono, 2013).

3.6.2 Pengujian Pengaruh Langsung dengan SEM

Analisis SEM dengan menggunakan Smart PLS dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Selain SEM dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, SEM juga bermanfaat untuk menjelaskan atau menelaah bahwa antara variabel laten itu memiliki hubungan atau tidak. Pengujian pada hipotesis dapat dilakukan dengan melihat pada nilai perhitungan Path Coefisien yang terdapat pada pengujian inner model kemudian dibandingkan dengan hipotesis pada penelitian. Hipotesis dapat dikatakan terbukti atau diterima jika *P-value* mempunyai nilai $< 0,05$ (Sholihin & Ratmono, 2013).

3.6.3 Pengujian Pengaruh Mediasi dengan SEM

Pengujian hipotesis H4 pada variabel harga terhadap kepuasan pelanggan dilakukan menggunakan pengujian pengaruh mediasi. Dalam penelitian ini akan melihat tingginya koefisien pengaruh baik langsung ataupun tidak langsung. Pengujian melalui mediasi untuk menggali lebih dalam variabel mediasi berhasil memediasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau tidak, dapat diuraikan pada *Output Indirect Effect*,

jika nilai *p-value* mempunyai nilai $<0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi (Sholihin & Ratmono, 2013).

Pengujian pengaruh mediasi dengan menggunakan SEM ini juga dapat dilakukan dengan cara menghitung *Variance Accounted For* (VAF). Jika nilai VAF $<20\%$ maka tidak ada efek mediasi, jika VAF berkisar $20\% - 80\%$, maka dikatakan mediasi parsial, jika VAF $>80\%$ maka menunjukkan mediasi penuh (*full mediation*) (Sholihin & Ratmono, 2013). VAF dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$VAF = \frac{P_{12} \times P_{23}}{(P_{12} \times P_{23}) + P_{13}}$$

Keterangan:

- $P_{12} \times P_{13}$ = Pengaruh tidak langsung independen melalui pemediasi
- P_{12} = Pengaruh langsung variabel independen terhadap pemediasi
- P_{23} = Pengaruh langsung pemediasi terhadap dependen
- P_{13} = Pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen sebelum variabel pemediasi dimasukan