

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *outlet* bakpia pathok jaya. Bakpia pathok jaya merupakan salah satu *outlet* resmi dari bakpia pathok 25 yang berlokasi di Jl. AIPDA II KS Tubun No. 12-14 Ngampilan, Ngampilan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi bakpia pathok jaya yang berada pada sentra industri bakpia pathok menjadi salah satu *outlet* yang ramai pengunjung. Pengunjung yang datang ke *outlet* bakpia pathok jaya didominasi oleh wisatawan yang datang menggunakan bus pariwisata, becak, delman, kendaraan pribadi maupun dengan transportasi *online*. Selain lokasi yang strategis, bakpia pathok jaya memiliki fasilitas pendukung yang memadai diantaranya parkir yang luas, mushola, dan toilet. Pelanggan pada gerai bakpia pathok 25 *outlet* pathok jaya menjadi responden penelitian baik sebagai pelajar/mahasiswa, wisatawan, maupun masyarakat umum yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Tanggapan dari responden digunakan untuk menyusun strategi dalam membentuk loyalitas pelanggan pada gerai bakpia pathok 25 *outlet* pathok jaya.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi terdiri dari semua elemen penyusun peristiwa, objek, atau individu dengan karakteristik serupa yang menjadi fokus perhatian peneliti (Ferdinand, 2014). Populasi tidak hanya mencakup manusia tetapi juga benda mati yang ditemukan di alam. Populasi suatu objek atau subjek juga lebih dari sekedar kuantitas yang ada, namun mengacu juga pada semua sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek (Sugiyono, 2014). Pelanggan bakpia pathok 25 pada *outlet* pathok jaya adalah populasi dari penelitian.

3.2.2. Sampel

Sugiyono (2014) berpendapat bahwa sampel berkontribusi terhadap aturan dan keragaman populasi. Ferdinand (2014) mengartikan sampel sebagai landasan populasi, yang terdiri dari banyak anggota populasi. Peneliti seringkali mengalami kesulitan apabila meneliti seluruh populasi sehingga sampel digunakan untuk memudahkan penelitian dan dianggap mewakili keseluruhan populasi. Masyarakat umum, mahasiswa/pelajar, dan wisatawan yang berkunjung ke *outlet* bakpia pathok jaya dan melakukan transaksi pembelian minimal dua kali adalah sampel dalam penelitian.

3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Purposive sampling adalah metode yang digunakan dalam pengambilan sampel, dimana sampel dipilih berdasarkan standar yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Ferdinand (2014) pemilihan metode *purposive sampling* dilakukan karena peneliti sudah mengetahui sumber data yang diperlukan. Kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang relevan dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang diperlukan. Informasi nyata dari kelompok sasaran yang memenuhi kriteria dan standar yang ditetapkan oleh peneliti. Secara umum penelitian ini memiliki kriteria sampel yaitu berusia 17 tahun ke atas, usia 17 tahun dipilih karena usia tersebut sudah memasuki usia dewasa dan mampu memahami pertanyaan yang diberikan oleh peneliti, kriteria kedua yang ditentukan yaitu minimal sudah dua kali melakukan transaksi pembelian pada *outlet* bakpia pathok jaya secara langsung. Pelanggan dikatakan loyal apabila sudah melakukan transaksi pembelian minimal dua kali pada tempat yang sama secara langsung (Kurniawan *et al.*, 2022). Kriteria tersebut dipilih untuk menilai terkait bagaimana dengan kualitas layanan dan suasana toko.

Ukuran minimum sampel dalam penelitian ini mengadopsi pada aturan 10 kali yang dikemukakan oleh Hair (2017) dengan menggunakan PLS-SEM. PLS-SEM digunakan karena *structural model* bersifat kompleks serta mencakup banyak indikator dan *model relationship*. Total sampel yang digunakan bergantung dari jumlah total indikator formatifnya. Ukuran sampel yang digunakan harus sama dengan 10 kali total indikator formatif dalam kuesioner. Total indikator formatif dalam kuesioer sebanyak

34 poin, namun terdapat 1 poin yang dihapuskan sehingga untuk nilai N yang digunakan yaitu $33 \times 10 = 330$. Berdasarkan acuan tersebut peneliti menargetkan penyebaran kuesioner sampai terkumpul sebanyak 330 responden.

3.3. Kriteria Responden

Kriteria responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu pada tahap *pretest* dan penyebaran kuesioner baik tahap 1 maupun tahap 2. Pada tahap *pretest* kriteria yang digunakan belum terlalu spesifik terkait dengan *filtering*, yaitu hanya kriteria responden secara umum. Kriteria yang digunakan dalam tahap *pretest* yaitu berusia minimal 17 tahun, pernah berkunjung ke Yogyakarta, dan pernah membeli bakpia. Kriteria responden pada tahap *pretest* berbeda dengan kriteria responden pada tahap penyebaran, karena pada tahap *pretest* digunakan untuk mengecek kalimat/pertanyaan dalam kuesioner mudah dipahami atau tidak sehingga untuk kriteria responden belum secara spesifik. Sedangkan kriteria yang digunakan dalam tahap penyebaran kuesioner 1 dan 2 sudah spesifik dan sudah menggunakan *filtering* responden. Adapun kriteria yang digunakan yaitu berusia lebih dari 17 tahun, pernah berkunjung ke Yogyakarta dan membeli bakpia Pathok 25 pada *outlet* pathok jaya minimal dua kali transaksi pembelian secara langsung, dan jenis kunjungan baik sebagai pelajar/mahasiswa, masyarakat umum, maupun wisatawan.

3.4. Data dan Sumber Data

Berikut penjelasan terkait data dan sumber data yang digunakan:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari tangan pertama melalui kuesioner. Data primer dalam penelitian ini berupa tanggapan dari responden dalam pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini, data primer didapat melalui penyebaran angket/kuesioner kepada responden. Responden yang dapat mengisi kuesioner dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan dalam penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari tangan pertama. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berupa data wisatawan DIY, data pertumbuhan restoran dan rumah makan, dan data pendukung yang digunakan dalam penelitian. Data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka yang digunakan sebagai pendukung berupa buku, jurnal, dan sumber referensi lain untuk melengkapi penelitian. Segala informasi yang diperoleh melalui literatur dan berkaitan dengan penelitian digunakan sebagai pendukung.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data mengacu pada teknik pengumpulan data. Wawancara, kuesioner, dan observasi merupakan beberapa teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data (Sugiyono, 2014). Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Penggunaan kuesioner untuk meminta jawaban dari responden atas pertanyaan dan pernyataan yang diberikan. Kuesioner adalah pendekatan yang efektif untuk mengumpulkan data ketika peneliti yakin dengan faktor-faktor yang akan dinilai dan sadar akan harapan terhadap responden (Sugiyono, 2014). Kuesioner yang disebarkan dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data terkait dengan variabel penelitian yang dilakukan. Hasil penyebaran kuesioner digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga, suasana toko, dan kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada gerai bakpia pathok 25 di Yogyakarta.

Kuesioner penelitian ini disebarkan melalui sosial media *whatsapp* dan *instagram*. Penyebaran kuesioner juga dilakukan secara langsung dengan meminta calon responden untuk *scan barcode* yang mengarah pada *link* pengisian kuesioner. Baik peneliti maupun responden dapat merasakan manfaat dari penyebaran kuesioner melalui sosial media. Dari sudut pandang peneliti, penggunaan kuesioner memberi manfaat seperti menghemat biaya yang dikeluarkan, penyebaran yang cenderung lebih

luas dalam memperoleh data, dan memudahkan peneliti dalam melakukan pengolahan data berdasarkan hasil tanggapan/jawaban dari responden. Manfaat penggunaan kuesioner dari sudut pandang responden adalah nilai praktis dalam pengisian, tidak merasa jenuh dalam pengisian, responden tidak merasa waktunya terganggu untuk mengisi kuesioner, maupun manfaat lainnya.

Penyusunan kuesioner dilakukan melalui *google form*, penggunaan *google form* lebih efektif dan mudah digunakan. Penggunaan *google form* akan memudahkan responden dalam pengisian karena cenderung umum digunakan. Susunan kuesioner dibagi sesuai dengan bagiannya masing-masing untuk mempermudah responden dalam melakukan pengisian kuesioner tersebut. Selain itu, kuesioner juga dibagi menjadi beberapa halaman untuk mempermudah dalam pengklasifikasian dan pendataan. Dalam penyusunan kuesioner, terdapat penambahan terkait dengan *filtering* guna menyeleksi responden yang akan mengisi kuesioner. *Filtering* dilakukan untuk menyaring dan memastikan bahwa responden benar-benar sudah sesuai dengan kriteria yang ditentukan dalam penelitian. Apabila nantinya terdapat responden yang sudah mengisi kuesioner namun belum memenuhi kriteria penelitian, maka dalam *filtering* ini responden tidak bisa melanjutkan untuk mengisi kuesioner penelitian dan secara otomatis sesi pengisian kuesioner berakhir.

3.6. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah semua parameter yang dipilih peneliti dalam penelitiannya untuk mengumpulkan data dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2014). Variabel bebas, terikat, maupun variabel perantara digunakan dalam penelitian ini.

1. Variabel bebas/*independent variable*

Independent variable merupakan variabel yang mempengaruhi atau mengakibatkan variabel dependen berubah (Sugiyono, 2014). *Independent variable* memiliki nama lain variabel stimulus, prediktor, maupun *antecedent*. Dalam penelitian ini variabel bebas terdiri dari kualitas layanan, harga, suasana toko, dan kualitas makanan. Kualitas layanan, harga, suasana toko, dan kualitas makanan menjadi variabel bebas karena

variabel tersebut mempengaruhi variabel lainnya yaitu loyalitas pelanggan. Keempat variabel bebas tersebut yang apabila dalam suatu waktu berada bersamaan dengan variabel lain, diduga akan dapat berubah dalam keberagamannya.

2. Variabel terikat/*dependent variable*

Dependent variable atau variabel terikat adalah variabel yang terkena pengaruh atau yang diakibatkan dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014). Variabel terikat sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan konsekuen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan menjadi variabel terikat karena loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain tetapi tidak dapat mempengaruhi variabel lainnya.

3. Variabel mediasi/*intervening variable*

Variabel yang mempengaruhi secara teoritis disebut juga dengan variabel perantara. Variabel ini adalah variabel yang tidak dapat diamati maupun diukur tetapi memiliki dampak tidak langsung pada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2014). Kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel perantara. Kepuasan pelanggan menjadi variabel perantara karena variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data perlu dilakukan secara detail untuk mendapatkan kesimpulan yang tepat setelah diperolehnya data penelitian. Metode analisis data yang dipilih bergantung pada tujuan penelitian dan pembuktian hipotesis. Metode SEM-PLS dipilih dalam penelitian dengan alat bantu berupa aplikasi *SmartPLS 4*.

1. Uji Instrumen

Uji instrumen merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengukur pembelajaran dan peristiwa sosial. Variabel penelitian mengacu pada masing-masing kejadian tersebut. Kuesioner berfungsi sebagai alat penelitian (Sugiyono, 2014). Menggunakan teknik “*agree- disagree scale*” atau mengukur variabel pada skala interval “setuju-tidak setuju”. Dengan bantuan teknik ini, skala dapat dibuat pertanyaan

yang menghasilkan jawaban pada rentan nilai dari sangat tidak setuju-sangat setuju (Ferdinand, 2014). Skala *likert* digunakan untuk memberikan tanggapan dengan nilai ‘sangat tidak setuju’ diwakili angka 1 dan angka 5 mewakili ‘sangat setuju’ terhadap pernyataan. Menurut Hertanto (2017) skala *likert* 1-5 mampu mengakomodir jawaban netral atau ragu-ragu dimana dalam skala *likert* 1-4 jawaban tersebut tidak ada, kelebihan itulah yang menjadi dasar memilih skala *likert* 1-5. Hal tersebut juga didukung dengan penggunaan skala *likert* 7 poin atau 13 poin akan membuat responden menjadi lebih sulit untuk membedakan setiap poin skala dan responden sulit dalam mengolah informasi (Hair *et al.*, 2017).

2. Uji Validitas

Tingkat ketepatan antara data yang dilaporkan oleh peneliti dan data yang ditemukan pada objek penelitian dikenal dengan validitas (Sugiyono, 2014). Menurut Sugiyono (2014) tidak adanya perbedaan dari data yang dipublikasikan dan data *real* maka data dianggap valid. Menurut Ferdinand (2014) *validity* dimaksudkan sebagai “*to measure what should be measured*”. Mengukur keabsahan suatu kuesioner melalui uji validitas (Ghozali, 2013). Kuesioner dianggap valid jika pertanyannya dapat menjelaskan materi yang dimaksudkan untuk diukur. Butir pertanyaan dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel (Ghozali, 2013).

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat ukur dari suatu kuesioner yang menjadi indikator dari variabel (Ghozali, 2013). Tingkat keteraturan dan stabilitas data atau temuan disebut sebagai reliabilitas (Sugiyono, 2014). Menurut Sugiyono (2014) alat ukur dan data yang *reliable* atau dapat dipercaya adalah data yang diperoleh dari alat yang berulang memberikan hasil yang sama pada setiap pengukuran. Kuesioner dianggap dapat dipercaya atau andal ketika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Parameter yang digunakan dalam uji reliabilitas yaitu apabila nilai *cronbach alpha* $>$ 0,70 dapat dikatakan konstruk atau variabel reliabel (Ghozali, 2013).

Menurut Sugiyono (2014) data disebut andal apabila:

- a. Data yang sama dihasilkan oleh dua atau lebih peneliti.
- b. Peneliti menghasilkan data yang sama di waktu berbeda.
- c. Adanya kesamaan saat data dibagi menjadi dua bagian.

4. Uji PLS-SEM

Analisis PLS-SEM terdiri dari dua pengujian model yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

a. *Outer model*

Dalam penelitian ini untuk mengukur setiap variabel pada kriteria awal menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian tersebut dengan melihat nilai dari *cronbach alpha* dan *composit reability* sebagai parameter. Pengukuran *outer model* juga dilakukan dengan melihat nilai *Average Variance Extracted (AVE)*.

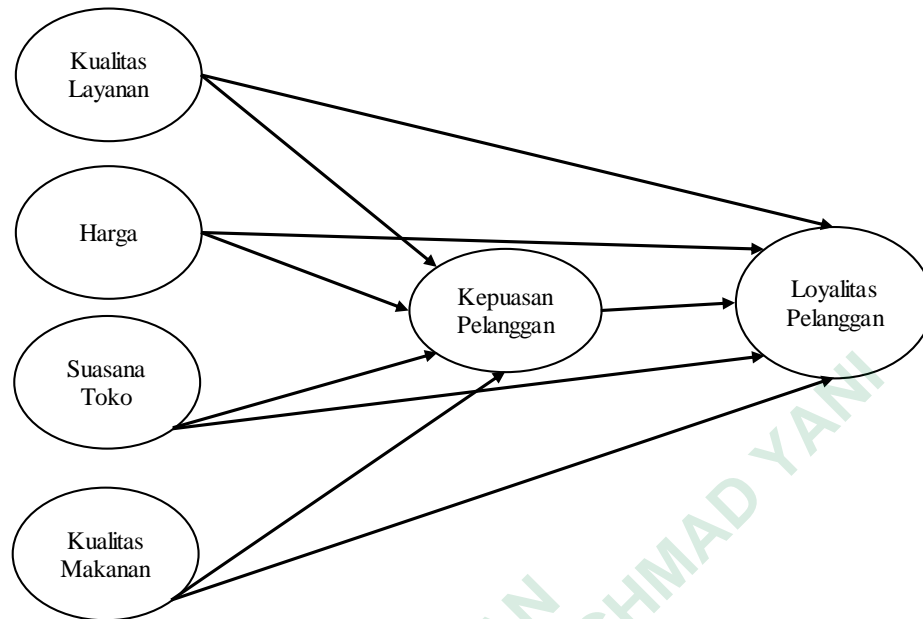
b. *Inner model*

Dalam penelitian ini model struktural yang digunakan adalah koefisien determinasi (*R-Square*).

3.8. Kerangka Berpikir dan Hipotesis

3.8.1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah sebuah konsep model yang mendeskripsikan interaksi teori dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2014). Kerangka berpikir menjelaskan hubungan antara variabel yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir memaparkan bahwa penelitian ini akan membuktikan pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan, harga, suasana toko dan kualitas makanan, kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara, dan loyalitas pelanggan sebagai *dependent variable* (gambar 3.1).

3.8.2 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014) hipotesis adalah dugaan sementara untuk permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan hipotesis sebagai berikut:

H0: Kualitas layanan, harga, suasana toko, dan kualitas makanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

H1: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H2: Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

H3: Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H4: Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

H5: Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

H6: Kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

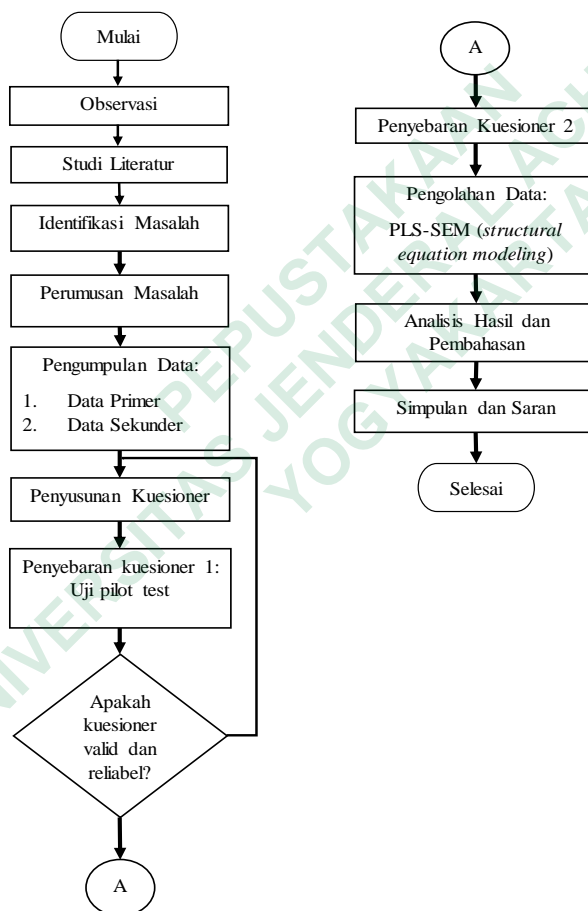
H7: Kualitas makanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

H8: Suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H9: Suasana toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

3.9. Tahapan Penelitian

Tahapan proses penelitian yang dilakukan pada penelitian ini ditunjukkan pada gambar 3.2, sebagai berikut:



Gambar 3. 2 Tahapan Penelitian

3.9.1 Observasi

Observasi dilakukan untuk mengetahui keadaan *real* di lapangan. Observasi dilakukan secara langsung di lapangan untuk mengamati dan melihat permasalahan yang terjadi.

3.9.2 Studi Literatur

Studi literatur digunakan untuk mencari data pendukung maupun mencari persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu. Studi literatur dengan membaca beberapa literatur melalui jurnal, artikel, maupun sumber lainnya dilakukan pada tahap ini.

3.9.3 Identifikasi Masalah

Melalui observasi dengan melakukan *literature review* untuk mengetahui permasalahan yang terjadi merupakan tahap dalam mengidentifikasi masalah.

3.9.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dilakukan untuk membatasi permasalahan yang diangkat dalam penelitian dengan tujuan untuk memperjelas penelitian dan berfokus pada penelitian.

3.9.5 Pengumpulan Data

Ada dua data yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumbernya disebut data primer. Informasi terkait dengan penelitian yang bersumber langsung dari pihak pertama adalah data primer (Naibaho, 2013). Penyebaran kuesioner kepada responden untuk mendapatkan data primer. Data primer berupa jawaban responden terkait dengan kuesioner yang sudah disebarkan.

2. Data Sekunder

Data yang secara tidak langsung diperoleh dari sumber lain, seperti studi literatur adalah data sekunder. Studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder berupa informasi wisatawan kota yogyakarta, pertumbuhan sektor ekonomi, dan juga

metode penelitian yang kemudian digunakan sebagai landasan perbandingan data primer.

3.9.6 Penyusunan Kuesioner

Penyusunan kuesioner dilakukan melalui *google form* dengan menetapkan kriteria responden sebelum dilakukan penyebaran kuesioner. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan mengadopsi kuesioner terdahulu atau mengadopsi item pertanyaan yang sudah ada dalam penelitian terdahulu. Tahapan dilanjutkan dengan menyesuaikan item pertanyaan dalam kuesioner dengan penelitian. Penyusunan kuesioner ini digunakan pada tahap *pretest* yang menguji kalimat dalam kuesioner dan penyebaran kuesioner baik tahap 1 maupun tahap 2. Kriteria responden yang digunakan pada tahap *pretest* masih secara umum, yaitu berusia lebih dari 17 tahun, pernah membeli bakpia dan pernah berkunjung ke Yogyakarta. Hasil *pretest* digunakan untuk menyusun ulang terkait dengan kriteria responden yang digunakan pada tahap 1 dan 2. Adapun syarat responden dalam penyebaran tahap 1 dan 2 adalah pelajar/mahasiswa, wisatawan, dan masyarakat umum yang pernah melakukan transaksi pembelian minimal dua kali dengan datang langsung ke gerai bakpia pathok 25 pada *outlet* pathok jaya. Syarat lain adalah berusia di atas 17 tahun. Informasi terkait kualitas layanan, harga, suasana toko, dan kualitas makanan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan merupakan pondasi penyusunan kuesioner.

3.9.7 Pengujian Kuesioner

Tahapan ini dilakukan untuk menguji kuesioner yang sudah disusun. Pengujian kuesioner dilakukan melalui tahap *pretest* dan pengujian *pilot study*. Pengujian kuesioner tahap *pretest* digunakan untuk menguji kalimat dalam item pertanyaan kuesioner. Pengujian kuesioner pada tahap lainnya berupa uji pilot tes dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.9.8 Penyebaran Kuesioner

Kuesioner yang sebelumnya sudah dibuat kemudian disebarluaskan kepada responden untuk memperoleh data penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui sosial media berupa *Whatsapp* dan *Instagram*. Penyebaran kuesioner juga dilakukan

secara langsung dilakukan dengan membagikan *barcode* yang mengarah pada *link* pengisian kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui dua tahap, tahap pertama digunakan untuk mengumpulkan data dalam skala kecil yang digunakan untuk *pilot study* dan tahap kedua digunakan untuk mengumpulkan data skala besar yang digunakan untuk pengolahan data.

3.9.9 Pengolahan Data

Setelah penyebaran kuesioner dan terkumpulnya data, data kemudian diolah menggunakan metode PLS-SEM (*structural equation modelling*) dengan *software Smart PLS-4*.

3.9.10 Analisis dan Pembahasan

Tahap ini menjabarkan dan menjelaskan terkait hasil analisis data yang dilakukan. Tahapan ini berisi tentang penjelasan hasil pengolahan data menggunakan *structural equation modelling*.

3.9.11 Kesimpulan dan Saran

Bagian ini menjawab tentang tujuan penelitian yang dilakukan, penarikan kesimpulan yang diperoleh, dan saran yang dapat diberikan baik untuk penelitian selanjutnya maupun kepada pelaku usaha bakpia.