

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Data numerik yang dikumpulkan dengan menggunakan metode kuantitatif untuk penelitian ini akan digunakan untuk melakukan analisis statistik. Data akan dianalisis melalui survei dan penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan terstruktur (Sugiyono, 2019). Dengan dua variabel independen, yaitu kualitas pengalaman dan nilai yang dirasakan, serta dua variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian *explanatory* akan digunakan, dimana menguji ulang hipotesis dari sumber sebelumnya yang nantinya digunakan pada objek yang berbeda. Unit analisis dalam penelitian ini yaitu level individu para konsumen *café*. Penelitian ini mengadopsi pendekatan *cross-sectional* dalam dimensi waktunya, dimana data dikumpulkan pada satu titik waktu tertentu dari berbagai individu atau responden.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Data dikumpulkan dari pelanggan kafe *outdoor* di Yogyakarta untuk melakukan studi ini, yang bertujuan untuk mengetahui dampak kualitas pelanggan dan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Berikut adalah jadwal penelitian dalam tabel :

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug
1	Bab I							
2	Bab II							
3	Bab III							
4	Seminar Proposal							
5	Revisi Pasca Seminar Proposal							
6	Penelitian							
7	Bab IV dan V							
8	Sidang Skripsi							

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian yaitu, karakteristik atau atribut dari individu, objek, atau aktivitas yang bervariasi dan dipilih oleh peneliti guna diteliti setelah itu diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2019:55).

Berikut adalah tabel yang menjelaskan definisi tiap variabel yang digunakan :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Kualitas Pengalaman (X ₁)	González-Rodríguez et al (2020) dan Roy (2018) mendefinisikan kualitas pengalaman sebagai aspek kognitif atau afektif dari pengalaman yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Interaction Quality</i> 2. <i>Physical Environment Quality</i> 3. <i>Outcome Quality</i> 	Skala Likert

	mencakup respons subjektif, emosional dan personal yang mengarah pada kepuasan dan proses pengambilan keputusan secara keseluruhan, dan melakukan keputusan pembelian saat melakukan kunjungan.	4. <i>Access Quality</i> (Wu <i>et al.</i> , 2014)	
Nilai yang Dirasakan (X ₂)	Menurut Kotler & Keller (2018), nilai yang dirasakan pelanggan didasarkan pada perbedaan antara apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan untuk berbagai kemungkinan pilihan pelanggan.	1. <i>Price</i> 2. <i>Benefit</i> 3. <i>Sacrifice</i> (Suhartanto <i>et al.</i> , 2013)	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan Pelanggan (Y ₂)	Menurut Kotler & Keller, (2009), kepuasan (<i>satisfaction</i>) adalah ketika seseorang membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan suatu produk dengan harapannya, dia mengalami kepuasan atau kekecewaan. Dengan kata lain, jika kinerja suatu produk buruk, pelanggan tidak akan merasa puas; namun, jika kinerja memenuhi atau melampaui harapan, pelanggan akan sangat senang atau puas.	1. <i>Happiness</i> 2. <i>Contentedness</i> 3. <i>Overall Satisfaction</i> (Hapsari <i>et al.</i> , 2017)	Skala <i>Likert</i>
Loyalitas Pelanggan (Y ₃)	Zeithaml <i>et al.</i> , (1996) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah bentuk perilaku khusus yang ditunjukkan oleh pelanggan terhadap suatu organisasi, hal ini juga dapat dipandang sebagai prediksi masa depan mengenai niat	1. <i>Revisit Intention</i> 2. <i>Positive Word of Mouth</i> 3. <i>Recommendation</i> (C. M. Chen <i>et al.</i> , 2013)	Skala <i>Likert</i>

	pelanggan untuk terus melakukan bisnis di perusahaan tersebut.		
--	--	--	--

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah umum yang mencakup subjek atau objek dengan ciri-ciri tertentu yang ditentukan oleh penelitian yang akan diteliti, sehingga memungkinkan peneliti mencapai kesimpulannya pada akhir penelitian (Sugiyono, 2019:130). Penelitian ini akan menggunakan populasi dari pengunjung *outdoor café* yang ada di Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang dipilih untuk dijadikan representasi dalam penelitian (Sugiyono, 2019:131). *Non-probability sampling* digunakan dalam penelitian ini dengan alasan jumlah anggotanya populasinya tidak diketahui, dan untuk memutuskan sampelnya digunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* yakni metode pemilihan sampel sumber data yang dipakai sesuai pertimbangan dan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019:138). Masyarakat umum dengan kurun usia 18 tahun ke atas yang menjadi konsumen produk maupun layanan dari *outdoor café* di Yogyakarta, yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali menjadi kriteria responden pada penelitian ini. Karena jumlah dari populasi dalam penelitian ini ialah populasi yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti, maka penelitian ini menggunakan teori dari Hair *et al.* (2017) untuk menentukan jumlah dari sampel. Menurut

Hair *et al.* (2017) ukuran sampel yang disarankan setidaknya 100 atau lebih, dan sampel yang representatif dapat dilakukan dengan mengalikan jumlah dari indikator dengan rentang 5 hingga 10. Dalam penelitian ini, terdapat 13 indikator yang digunakan. Jadi, penelitian ini menggunakan sampel minimum sebanyak $13 \times 10 = 130$ sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, artinya sumber datanya berasal langsung dari pengumpulan data berbasis kuesioner. Kuesioner yaitu teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk tertulis untuk diisi (Sugiyono, 2019:219). Peneliti mengumpulkan data dengan *computer-delivery survey* dimana kuesioner tertutup akan diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria melalui *google form*.

Nantinya disediakan alternatif dari jawaban yang disediakan peneliti berupa kuesioner penelitian dengan skala dalam pengukuran yang digunakan penelitian ini yakni skala *likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, keyakinan, dan persepsi masyarakat tentang fenomena sosial baik pada tingkat individu maupun kolektif (Sugiyono, 2019:152). Mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, jawaban disediakan menggunakan interval dari 1-5.

Tabel 3. 3 Bobot Skala *Likert*

Keterangan	Skor/Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
N (Netral)	3

TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2019)

Untuk menentukan kriteria jawaban responden dengan melihat nilai rata-rata dari setiap item indikator. Kriteria ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus = (skor tertinggi - skor terendah) : kelas yang digunakan pada skala likert (Sugiyono, 2019).

Tabel 3. 4 Kriteria Nilai/Skor Rata-rata

Nilai Interval	Keterangan
1,00 – 1,80	Sangat rendah
1,81 – 2,60	Rendah
2,61 – 3,40	Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi
4,21 – 5,00	Sangat tinggi

Sumber: Sugiyono (2019)

F. Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) yang dilakukan menggunakan bantuan *software* SmartPLS 3.0, dan menggunakan pemodelan *first order* konstruk, dimana konstruk dapat diukur secara langsung menggunakan indikator-indikator atau pertanyaan (Hair *et al.*, 2019). Analisis data yaitu proses yang dilakukan setelah data dari terkumpulnya data seluruh responden, meliputi mengelompokkan, mengorganisir, menyajikan, dan mengolah data (Sugiyono, 2019:226). Teknis analisis data terdiri dari :

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu metode dalam penelitian di mana data dikumpulkan secara akurat dan kemudian diurutkan, dikelola dan dianalisis untuk memberikan gambaran tentang masalah yang sedang dibahas. Nilai frekuensi, maksimum, minimum, nilai tengah, dan *mean* dari setiap indikator digunakan sebagai data statistik deskriptif dalam penelitian ini. Dalam analisis deskriptif, data dapat disajikan dengan tabel frekuensi atau tabel biasa; grafik atau diagram, seperti diagram batang, garis, atau lingkaran; ukuran pemusatan; dan ukuran penyebaran data (Sugiyono, 2019).

2. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Untuk memastikan bahwa hasil kuesioner valid dan sesuai, uji validitas dilakukan pada setiap pertanyaan yang saling terkait dengan setiap variabel dalam penelitian. Pernyataan yang dibuat dalam kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan tersebut memiliki tujuan untuk mengukur apa yang diukur dalam kuesioner.

1) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen digunakan ketika mengevaluasi hasil uji validasi pada setiap variabel laten dengan indikator-indikatornya. Menurut Hair *et al.* (2019), validitas konvergen mengacu pada tingkat di mana konstruk berkorelasi positif

dengan ukuran konstruk lain yang diukur dengan instrumen yang berbeda. Kriteria berikut digunakan untuk menilai validitas konvergen dalam PLS-SEM: nilai *outer loading* lebih besar dari 0,7 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) lebih besar dari 0,5. Dapat dikatakan bahwa konstruk mempunyai validitas konvergen yang cukup jika persyaratan tersebut terpenuhi.

2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan menunjukkan terdapat perbedaan antara dua variabel. Menurut Hair *et al.* (2019), Validitas diskriminan, juga dikenal sebagai validitas diskriminan, mengacu pada sejauh mana suatu komponen benar-benar dapat dibedakan dari komponen lainnya. Untuk menilai validitas diskriminan PLS-SEM, nilai *cross-loading* setiap indikator pada konstruk yang berbeda harus lebih besar dari nilai *cross-loading* pada konstruk lainnya. Jika sebuah komponen memenuhi persyaratan ini, maka validitas diskriminannya sudah memadai.

b) Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah instrumen memberikan pengukuran yang dapat diandalkan dan konsisten dalam pengujian ini menggunakan uji reliabilitas. Untuk menilai ketergantungan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, uji

reliabilitasnya dilihat dari nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Menurut Hair *et al.* (2019), untuk mengevaluasi reliabilitas dalam PLS-SEM, dapat digunakan dua kriteria dimana *Composite Reliability* $> 0,7$ dan *Cronbach's Alpha* $> 0,7$. Jika kedua kriteria ini terpenuhi, konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang memadai.

c) *R-Square*

Untuk mengetahui seberapa baik faktor eksogen dapat menggambarkan besar kecilnya variabel endogen digunakan *R-Square*. Model kuat mempunyai nilai *R-Square* sebesar 0,75, model sedang sebesar 0,50, dan model lemah sebesar 0,25 (Hair *et al.*, 2019).

d) Uji Model Fit

Terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk menguji sebuah model dapat dikatakan baik dalam SEM PLS, salah satunya (SRMR) (Hair *et al.*, 2019). Kesesuaian model diukur dengan menggunakan *Standard Root Mean Square Residual (SRMR)*, dan suatu model dikatakan fit (dapat diterima) jika nilai SRMR-nya kurang dari 0,08. Model yang berada di antara 0,08 dan 0,10 masih dapat digunakan. (Hair *et al.*, 2019).

e) Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pengujian ini menggunakan cara analisis jalur (*path analysis*). Untuk melihat hasil dari uji hipotesis perlu melihat dua parameter utama, yaitu nilai *path coefisient* dan nilai *p-value*, kemudian dibandingkan dengan hipotesis lainnya pada penelitian (Sholihin & Ratmono, 2021). Hipotesis diterima jika nilai *p-value* $< 0,05$, sebaliknya jika *p-value* $> 0,05$ maka hipotesis tidak diterima.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YAN
PERPUSTAKAAN
YOGYAKARTA