

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan untuk meneliti sampel menggunakan angka yang dihasilkan dari pengolahan data secara nyata dan secara statistik dapat diukur untuk melakukan pembuktian terhadap kebenaran suatu hipotesis (Sugiyono, 2013). Menggunakan data dari jawaban para responden melalui survei secara *online* dengan kuesioner Google formulir dan disebut dengan data primer.

B. Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jadwal sebagai berikut:

Tabel 2 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan						
		2	3	4	5	6	7	8
1.	Pengajuan Judul							
2.	Penyusunan Proposal							
3.	Seminar Proposal							
4.	Pengumpulan Data							
5.	Analisis Data							
6.	Penyusunan laporan							
7.	Sidang Skripsi							

Sumber: Diolah peneliti (2024)

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional disusun untuk memberikan penjelasan yang jelas, pemahaman yang sama, dan definisi yang konkret terkait variabel-variabel yang digunakan peneliti. Hal ini dilakukan agar pelaksanaan penelitian tidak terdapat perbedaan serta salah pengertian pada penelitian (Sugiyono, 2019).

Tabel 3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
<i>Customer Relationship Management</i> Proses dalam membangun serta memelihara hubungan dengan pelanggan untuk tujuan yang saling menguntungkan dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2006) Sumber Indikator (Chi, 2021)	Menyediakan saluran yang memungkinkan komunikasi dua arah dengan pelanggan	Mixue menyediakan layanan komunikasi dengan pelanggan	Likert 1-5
	Dapat memberikan informasi dengan cepat dan akurat	Mixue memberikan informasi yang cepat dan akurat untuk pelanggannya	
	Dapat membuat keputusan dengan cepat	Mixue dapat membuat keputusan yang cepat terkait isu dan pertanyaan kepada pelanggan	
	Memiliki <i>hardware</i> untuk melayani pelanggan	Mixue memiliki perangkat kasir yang memudahkan pelanggan	
	Berfokus pada permintaan pelanggan	Mixue fokus untuk memenuhi permintaan pelanggan	
<i>Customer Satisfaction</i>	Merasa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan kualitas	Harga produk Mixue sebanding dengan kualitasnya	Likert 1-5

<p>Ukuran keseluruhan dari pengalaman pelanggan dalam membeli dan menggunakan suatu produk atau layanan dari waktu ke waktu. (Jang & Lee, 2020)</p> <p>Sumber Indikator (Chien & Chi, 2019) (Nguyen, 2020) (Park & Kim, 2022)</p>	Memiliki pengalaman baik	Saya merasa senang berbelanja di gerai Mixue	
	Pelayanan baik meningkatkan konsumen potensial	Pelayanan dari gerai Mixue dapat meningkatkan kepuasan pelanggan	
	Pelayanan baik mempertahankan konsumen yang sudah ada.	Pelayanan dari gerai Mixue dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada	
	Kualitas produk	Kualitas keseluruhan produk Mixue memenuhi harapan saya	
	Layanan yang diberikan	Layanan yang diberikan Mixue dapat memenuhi harapan saya	
	Kepuasan secara keseluruhan	Secara keseluruhan, saya puas dengan produk dan layanan Mixue	
<p><i>Customer Loyalty</i></p> <p>Perilaku yang loyal yang dapat dilihat pada perilaku pembelian yang teratur dengan waktu yang lama (Griffin, 2005)</p> <p>Sumber Indikator (Park & Kim, 2022)</p>	Kembali untuk membeli produk	Saya akan kembali ke Mixue untuk membeli produk	Likert 1-5
	Merekomendasikan produk	Saya akan merekomendasikan Mixue kepada kerabat	
	Merasa bahwa terjalin hubungan pribadi	Saya merasa senang dengan kehadiran Mixue di sekitar tempat saya tinggal	
	Pilihan pertama dalam membeli produk serupa	Saya akan memilih Mixue sebagai pilihan utama ketika membeli produk ice cream & tea	
	Mengatakan hal positif terhadap produk	Saya akan menyatakan hal-hal positif tentang Mixue	

Sumber: Diolah peneliti (2024)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada wilayah dengan memiliki ciri yang sama. Populasi mewujudkan seluruh objek atau subjek dilihat dari ciri-ciri khusus yang akan diamati dan diambil suatu keputusan Sugiyono (2019). Studi ini tidak melibatkan keseluruhan populasi sebagai responden. Menimbang banyaknya konsumen Mixue di wilayah Yogyakarta yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti, maka diperlukan adanya batas. Sehingga hanya akan diambil sebagian dari seluruh populasi yang akan dijadikan responden.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari banyaknya jumlah populasi serta karakteristik yang dimiliki dalam populasi tertentu Sugiyono (2013). Penelitian ini memiliki populasi yang belum diketahui jumlahnya atau tak terhingga, sehingga peneliti mengambil sampel dengan metode *non probability sampling*. *Non-probability sampling* ialah teknik dalam mengambil sampel dimana tidak memberi peluang yang sama untuk setiap anggota pada sebuah populasi guna dipilih sebagai sampel Sugiyono (2013). *Non-probability sampling* ialah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga sampel yang akan dipilih harus sesuai kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria sampel penelitian yang digunakan yaitu :

- a) Tinggal/berdomisili di Yogyakarta
- b) Pernah melakukan pembelian minimal 3 (tiga) kali produk Mixue
- c) Berusia minimal 17 tahun

Dengan kriteria di atas penelitian ini memiliki populasi yang luas dan belum diketahui jumlah sampel yang akan digunakan. Maka, dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Hair et al. (2014) di mana populasi pada penelitian ini belum diketahui dan rumus ini dapat digunakan untuk memperkirakan atau menghitung jumlah dari sampel yang dicapai. Sehingga pada penelitian ini digunakan rumus Hair et al. (2014) yang menyatakan bahwa jumlah sampel yang ditentukan sejumlah 50 sampel dan lebih baik jika menggunakan sampel sampai dengan sejumlah 100 sampel. Pada penelitian ini akan menggunakan sampel sejumlah 100 sampel dari keseluruhan populasi yang belum diketahui.

E. Teknik Pengumpulan Data

Studi ini menggunakan data primer yang dikumpulkan secara daring (*online*) melalui kuesioner yang dibuat menggunakan *google form*. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden yang sesuai dengan karakteristik sampel yang sudah ditetapkan sebelumnya. Pengukuran dilakukan secara kuantitatif menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan alat ukur instrumen penelitian yang memiliki tingkat jawaban dari yang paling positif hingga paling negatif

dengan memberikan bobot paling tinggi dari skala yang digunakan untuk jawaban paling positif dan jawaban paling negatif diberikan bobot paling kecil. Skala *likert* berfungsi untuk menilai persepsi secara individu maupun secara kelompok yang menggambarkan pendapat dan sikapnya dan dituliskan dalam angka (Sugiyono, 2019).

Tabel 4 Kerangka Skala Likert

No	Kerangka	Bobot
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018)

F. Teknik Analisis Data

Studi ini memiliki banyak indikator dan variabel laten yang digunakan untuk mengukur berbagai variabel pada penelitian ini. Terdapat hubungan antar variabel yang di mana membutuhkan pengujian mediasi sehingga cocok untuk di analisis menggunakan SEM-PLS.

Alat bantu pada penelitian ini menggunakan Microsoft Excel dan *SmartPLS*. Microsoft Excel digunakan untuk mendukung pemrosesan data yang telah didapatkan dan pengorganisasian data survei dan pengujian, sedangkan *SmartPLS* digunakan sebagai alat analisis dengan menggunakan teknik SEM-PLS.

1. Uji Model Structural (*Outer Model*)

Uji Model Structural atau *Outer Model* digunakan untuk memastikan variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki validitas dan realibilitas yang mencukupi serta dapat dipastikan bahwa pengukuran yang dilakukan konsisten pada seluruh sampel yang digunakan saat penelitian (Hamid & Anwar, 2019). Dalam pengukuran reflektif, adanya tiga ketentuan dalam teknik analisa data yang digunakan dalam menilai *outer model* yaitu *convergent validity*, *discriminan validity*, serta *composite reliability* dalam *SmartPLS*.

a) Validitas Konvergen

Validitas konvergen dilakukan untuk penilaian suatu alat ukur dalam kuesioner yang dapat mengukur variabel tertentu dengan akurat dan konsisten. Dan dapat dinilai melalui dua kriteria yaitu nilai *loading factor* serta nilai *average variance extracted* (AVE) (Hamid & Anwar, 2019). dan dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut dikategorikan valid jika memenuhi syarat nilai dari *loading factor* > 0.60 . Serta nilai *average variance extracted* (AVE) ≥ 0.50 .

b) Validitas Diskriminan

Uji ini merupakan sebuah teknik yang dapat dilakukan untuk mengetahui sebuah alat ukur dalam penelitian yang dapat memberikan perbedaan variabel yang diukur dengan variabel lain yang semestinya berbeda serta untuk memastikan bahwa suatu

instrumen penelitian memiliki validitas yang dapat digunakan untuk mengukur suatu variabel dengan akurat dan tidak tercampur terhadap variabel lain (Sugiyono, 2019). Uji ini dapat dianalisis menggunakan evaluasi dua kriteria nilai yaitu *cross loading* dan nilai korelasi antar konstruk laten. Dan dikategorikan valid jika memenuhi syarat nilai *cross loading* >0.70 (Ghozali & Latan, 2015) Dan jika ditemukan variabel yang memiliki nilai <0.70 maka selanjutnya dilakukan uji validitas diskriminan menggunakan perbandingan antara nilai akar kuadrat *average variance extracted* (AVE) dengan korelasi antar konstruk laten. Apabila nilai akar kuadrat *average variance extracted* (AVE) $>$ nilai korelasi antar variabel laten, maka dapat dikategorikan valid.

c) Uji Reliabilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk memberikan bukti mengenai akurasi, konsistensi, dan ketepatan dari instrument yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk (Ghozali & Latan, 2015). Dalam mengukur realibilitas dalam penelitian dengan indikator konstruk *reflektif* dengan menggunakan penilaian dari *cronbach's alpha*. Jika semua nilai yang dihasilkan dari semua indikator konstruk menunjukkan nilai *cronbach's alpha* > 0.70 dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap indikator konstruk tersebut reliabel atau memenuhi uji reliabilitas. Namun ketika nilai dari *cronbach's alpha* yang dihasilkan *under estimates* maka disarankan untuk

menggunakan hasil nilai dari *composite reliability* dengan ketentuan atau syarat yang sama yaitu > 0.70 .

Selain itu, akan dilakukan uji *goodness of fit* yang bertujuan untuk mengevaluasi model yang digunakan dalam penelitian ini merupakan uji yang valid dan andal, dalam uji *goodness of fit* jika suatu saat nilai < 0.10 . Maka model dikatakan tidak fit dan harus ganti model.

d) Uji Model Structural (*Inner Model*)

Inner Model merupakan model struktural, yang didasarkan pada nilai koefisien jalur, dengan merujuk pada seberapa besarnya pengaruh antar variabel laten menggunakan perhitungan *bootstrapping*. Penilaiannya dengan merujuk pada kriteria nilai signifikansi dan nilai R-Square.

e) Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan prosedur statistik yang digunakan dalam mengevaluasi kebenaran suatu hipotesis atau asumsi terkait dengan suatu populasi atau fenomena. Tujuan dari uji hipotesis untuk memberikan keputusan berdasarkan analisis *statistic* yang ada, apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Syarat yang diperhatikan pada uji ini yaitu jika *P-Value* < 0.05 , maka hipotesis diterima, jika *T-statistic* > 1.96 , maka hipotesis dikatakan signifikan.