

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), filsafat positivisme adalah dasar metode penelitian ini. Selain itu, populasi yang diambil adalah populasi tertentu. Data dikumpulkan melalui instrumen penelitian dan dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang sudah ada. Karena dilakukan dalam lingkungan alami, metode ini sering disebut sebagai penelitian naturalistik. Penelitian kuantitatif menggunakan sampel acak, sehingga temuan dapat diterapkan pada populasi mana pun. Penelitian kuantitatif deskriptif dapat didefinisikan sebagai penelitian yang memberikan gambaran atau deskripsi fenomena yang sedang terjadi secara sistematis, aktual, dan akurat. Oleh karena itu, metode deskriptif digunakan untuk membuat gambaran atau deskripsi fenomena yang sedang terjadi secara real yang didukung dengan data yang berupa angka yang dihasilkan dari fenomena tersebut.

Untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisisioner kepada pelanggan MERICA saat mereka membeli produknya. Konsumen MERICA yang telah membeli dan menikmati produknya terdiri dari lima puluh hingga seratus orang yang diambil sebagai sampel secara acak. Peneliti menggunakan perhitungan SEM PLS untuk mencapai tujuan skala. Structural Equation Model (SEM) adalah salah satu jenis penelitian statistik yang digunakan untuk menguji suatu rangkaian hubungan yang relatif sulit jika diukur secara bersamaan. Di sisi lain, Partial Least Square (PLS) adalah model SEM yang didasarkan pada komponen atau varian.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di wilayah Jakarta, khususnya pada bazaar yang MERICA hadiri dan juga via social media pada saat konsumen membeli produk MERICA. Pengambilan data mulai dilakukan pada tanggal 1 april 2024 hingga 10 april 2024

3.3 Sampel Penelitian

1. Sampel Penelitian

Konsumen MERICA yang telah membeli dan mencicipi produk yang dijual oleh MERICA adalah subjek penelitian ini. Untuk mendapatkan sampel yang lebih mutlak, penelitian ini menggunakan metode simple random sampling, juga dikenal sebagai sampling acak. Peneliti menggunakan metode Krejcie & Morgan untuk menentukan jumlah sampel penelitian. Metode ini dipilih karena peneliti menentukan acuan sampel berdasarkan jumlah populasi yang ada.

<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

Note.—*N* is population size. *S* is sample size.

Source: Krejcie & Morgan, 1970

Gambar 3.1 Tabel Krejcie dan Morgan

Keterangan:

N: Populasi

S: Sampel

Pada penelitian ini, peneliti menentukan jumlah populasi sebesar 100 orang, sehingga sampel responden yang perlu didapat adalah 80 orang.

2. Akses Penelitian

Akses pada penelitian ini adalah bazaar dan juga via social media. Peneliti akan memberikan questioner pada setiap konsumen MERICA di acara bazaar maupun pembelian produk MERICA via online. Dengan harapan setiap peneliti memberikan kuesioner, konsumen merica mengisinya.

3. Sumber Data Penelitian

Data primer, yang diperoleh dari hasil kuesioner, digunakan untuk penelitian ini. Tujuan dari kuesioner yang diberikan kepada pelanggan di bazaar dan mereka yang memesan produk MERICA melalui media sosial adalah untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang kualitas layanan, kualitas makanan, dan perbandingan harga.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner, di mana responden diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan oleh peneliti. Jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui prediksi responden, teknik kuesioner ini dapat dianggap sederhana. Menurut Sugiyono (2016), prinsip-prinsip penulisan angket termasuk:

- a) isi dan tujuan angket
- b) bahasa yang digunakan
- c) jenis dan bentuk pertanyaan
- d) pertanyaan yang tidak mendua
- e) pertanyaan yang tidak menanyakan pertanyaan yang sudah lupa
- f) pertanyaan yang tidak menggiring
- g) panjang pertanyaan
- h) urutan pertanyaan
- i) prinsip pengukuran
- j) bentuk fisik angket

Pada kuesioner penelitian ini, peneliti menanyakan bagaimana *service quality*, *food quality* dan *price value ratio* pada MERICA, serta menanyakan secara garis besar apakah konsumen MERICA puas pada saat pembelian.

3.5 Instrumen penelitian

Customer satisfaction adalah Tingkat kepuasan konsumen dimana dinilai melalui beberapa aspek seperti *service quality*, *food quality* dan *price value ratio*. Untuk mengukur Tingkat customer satisfaction, diperlukannya riset dengan melakukan wawancara atau mengisi questioner yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk atau jasa tersebut. (Mittal & Frennea, 2010) mengatakan bahwa customer satisfaction adalah hasil evaluasi pasca konsumsi produk yang dilakukan oleh konsumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir pernyataan	Kode
<i>Customer Satisfaction</i>	Service Quality (Ngo 2015)	Penampilan karyawan	Penampilan karyawan MERICA menarik	SQ1
		Penampilan booth	Penampilan Booth MERICA menarik perhatian konsumen	SQ2
		Kemampuan karyawan saat menjelaskan produk	Karyawan MERICA mampu menjelaskan produk dengan baik	SQ3
		Kemampuan karyawan dalam memberi bantuan atau solusi	Karyawan MERICA mampu memberi bantuan atau Solusi saat pelanggan membutuhkan	SQ4

		Pengetahuan karyawan saat menjelaskan produk ke konsumen	Karyawan MERICA memiliki pengetahuan yang baik saat menjelaskan produk ke konsumen	SQ5
		Kemampuan karyawan dalam merespon apa yang dibutuhkan konsumen	Karyawan MERICA mampu merespon apa yang dibutuhkan konsumen	SQ6
		Ke-empatian karyawan MERICA terhadap konsumen	Karyawan MERICA menawarkan bantuan atau dukungan kepada konsumen	SQ7
	Food Quality (Naini et al. 2022)	Kesesuaian foto dengan realita	Produk MERICA memiliki kesesuaian antara foto dengan realita	FQ1
		Daya tahan makanan	Produk MERICA memiliki daya tahan makanan hingga malam atau kebesokan harinya	FQ2
		Kualitas rasa pada makanan	Produk MERICA memiliki kualitas rasa	FQ3

			pada makanan yang baik	
		Estetika penyajian makanan	Produk MERICA sangat estetik dalam penyajian makanan	FQ4
		Kesegaran pada produk MERICA	Produk MERICA memiliki kesegaran yang baik	FQ5
		Konsistensi rasa pada produk MERICA	Produk MERICA memiliki rasa yang konsisten	FQ6
Price Value Ratio		Kesesuaian harga dengan produk	Produk MERICA memiliki kesesuaian harga dengan persepsi produk	PVR1
		Harga sepadan dengan produknya	Harga yang dibayar untuk produk MERICA sepadan dengan nilainya	PVR2
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kualitas produk MERICA sesuai dengan biaya yang dikeluarkan	PVR3
Customer satisfscion	Service yang diberikan MERICA	Service yang diberikan MERICA secara garis besar memuaskan	CS1	

		secara garis besar		
		Kualitas makanan MERICA secara garis besar	Kualitas makanan yang disajikan MERICA secara garis besar memuaskan	CS2
		Harga MERICA secara garis besar	Harga yang diberikan MERICA secara garis besar memuaskan	CS3

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

3.6 Validitasi Dan Reliabilitas Instrumen

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Program SmartPLS digunakan untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas. Prosedur pengujian validitas konvergen menghubungkan skor komponen, atau skor item, dengan skor pembuatan, sehingga menghasilkan nilai faktor pengisian. Jika nilai faktor penambahan melebihi 0,70, nilai konstruk dapat dianggap tinggi. Namun, pada penelitian tahap awal pengembangan, faktor penambahan dianggap cukup dengan nilai 0,5 hingga 0,6.

Untuk menghasilkan hasil yang lebih akurat dan dapat diandalkan serta konsisten setelah beberapa pengukuran Koefisien alfa (atau cronbachs alpha) dan reliabilitas komposit diperlukan untuk mengukur reabilitas variabel penelitian. Jika nilai koefisien alfa lebih dari 0,6, maka variabel tersebut dianggap reliabel.

3.7 Analisis Data

Untuk melakukan proses analisis, penelitian ini menggunakan metode SemPLS. Karena metode ini tidak didasarkan pada asumsi, SmartPLS adalah aplikasi yang digunakan (Wold, 1985). PLS juga dapat menunjukkan hubungan antara variabel laten. Selain itu, ketidaksesuaian model tidak berdampak pada estimasi parameter karena PLS menggunakan data dan prosedur estimasi yang terbatas. Menurut Latan dan Ghazali (2012), PLS memiliki kemampuan untuk menganalisis dan membentuk konstruksi berdasarkan metrik formatif dan reflektif. Jadi, PLS tidak boleh menggunakan SEM berdasarkan kovarian karena akan menghasilkan model yang tidak dapat diidentifikasi. Analisis PLS digunakan karena alasan berikut, menurut (Hair, Ringle, and Sarstedt 2011):

1. Algoritma PLS menggunakan hubungan formatif, bukan hanya hubungan antara indikator dan konstruk laten reflektifnya.
2. Analisis PLS dapat menaksir model jalan.
3. Analisis PLS dapat menganalisis model yang sangat kompleks seperti banyak variabel laten dan manifest tanpa mengalami masalah dengan estimasi data.
4. Data yang sangat miring atau tidak tersebar secara keseluruhan dapat didistribusikan dengan menggunakan analisis PLS.