

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian didefinisikan sebagai suatu kerangka kerja atau cetak biru (*blueprint*) yang merinci secara detail prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi guna menjawab masalah penelitian dan menyediakan informasi yang dibutuhkan bagi pengambilan keputusan (Malhotra, 2005). Untuk melakukan sebuah penelitian, desain penelitian diperlukan. Berdasarkan Sekaran (2003), desain penelitian digolongkan menjadi beberapa jenis yaitu desain untuk studi eksploratif dan formulatif, lalu desain untuk studi deskriptif, dan yang terakhir adalah desain eksplanatif untuk studi menguji hipotesa kausal.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain eksplanatif jenis kausal untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi, terhadap kepuasan pelanggan yang akan berpengaruh terhadap loyalitas.

3.2. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Variabel, Indikator, dan Skala

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas produk (Haghighi dkk, 2012)	Minuman Teh Thailand enak, jadi saya menikmatinya (Ha dan Jang, 2010)	Likert, 5 poin, dimana nilai 1= sangat tidak setuju dan nilai 5=sangat setuju
	Porsi minuman di tempat minum Teh Thailand cukup dan memuaskan (Ha dan Jang, 2010)	
	Saya menyukai pilihan menu yang ada di tempat minum Teh Thailand (Ha & Jang, 2010)	
	Harga minuman Teh Thailand sesuai dengan kualitas (Nelloh dan Chandra, 2015)	
Harga (Haghighi dkk, 2012)	Harga minuman Teh Thailand masuk akal (Ryu dan Han, 2009)	Likert, 5 poin, dimana nilai 1= sangat tidak setuju dan nilai 5=sangat setuju
	Harga minuman Teh Thailand sebanding dengan rasa Teh Thailand itu sendiri (Nelloh dan Chandra, 2015)	

Tabel 3.1 Variabel, Indikator, dan Skala (Lanjutan)

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan (Haghighi dkk, 2012)	Tempat minum Teh Thailand menyajikan minuman sesuai dengan pesanan saya (Ha dan Jang, 2010)	Likert, 5 poin, dimana nilai 1= sangat tidak setuju dan nilai 5=sangat setuju
	Tempat minum Teh Thailand melayani dengan segera dan cepat (Ha dan Jang, 2010)	
	Tempat minum Teh Thailand memiliki pegawai yang dapat menjawab pertanyaan saya dengan baik (Ha dan Jang, 2010)	
Lokasi (Hwang dan Zhao, 2010)	Lokasi tempat minum Teh Thailand mudah untuk diakses (Kaura dkk, 2015)	Likert, 5 poin, dimana nilai 1= sangat tidak setuju dan nilai 5=sangat setuju
	Lokasi tempat minum Teh Thailand nyaman (Hwang dan Zhao, 2010)	
	Kondisi lingkungan tempat minum Teh Thailand nyaman (Muhtarom, Warso dan Hasiolan, 2015)	
Kepuasan pelanggan (Haghighi dkk, 2012)	Secara keseluruhan, saya puas dengan pengalaman minum Teh Thailand (Andaleeb dan Conway, 2006)	Likert, 5 poin, dimana nilai 1= sangat tidak setuju dan nilai 5=sangat setuju
	Secara keseluruhan, tempat minum Teh Thailand membuat saya berada dalam mood yang baik (Han dan Ryu, 2009)	
	Saya senang dengan pengalaman saya di tempat minum Teh Thailand (Ha dan Jang, 2010)	
	Saya mau datang kembali ke tempat minum Teh Thailand di masa yang akan datang (Han dan Ryu, 2009)	
	Saya mau merekomendasikan tempat minum Teh Thailand kepada teman dan yang lain (Han dan Ryu, 2009)	
Loyalitas (Haghighi dkk, 2012)	Saya rela menghabiskan lebih dari yang telah saya rencanakan di tempat minum Teh Thailand (Han dan Ryu, 2009)	Likert, 5 poin, dimana nilai 1= sangat tidak setuju dan nilai 5=sangat setuju

Sumber: Berbagai Sumber

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Berdasarkan Sugiyono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan menjadi subyek penelitian ini adalah para pelanggan yang gemar minum Teh Thailand dan loyal terhadap minuman tersebut. Loyal yang dimaksud adalah pembelian secara berulang kali dan telah merekomendasikannya kepada orang lain.

3.3.2. Sampel

Berdasarkan Sekaran (2011), sampel adalah sebagian dari populasi. Lalu, berdasarkan Sugiyono (2014) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah para pelanggan tempat minuman Teh Thailand yang berada di Jakarta dikarenakan keterbatasan penulis untuk meneliti dan juga Teh Thailand di Indonesia populer pertama kali di Jakarta. Jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 responden dimana hal itu dapat mewakili para pelanggan Teh Thailand yang ada di Jakarta dan dengan 100 responden, maka data tersebut sudah dapat dijalankan oleh *software* Smart PLS 3.2.7. Selain itu, ukuran sampel ditentukan berdasarkan kompleksitas model dan karakteristik model pengukuran dasar (Burns dkk, 2014). Berdasarkan Burns dkk (2014), ukuran sampel minimum 100 merupakan model yang mengandung lima atau lebih sedikit konstruksi, masing-masing memiliki lebih dari tiga item (variabel yang diamati) dan dengan komunalitas item tinggi (0,6 atau lebih tinggi).

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik non probabilitas dengan jenis *purposive sampling*. Metode penarikan sampel dengan teknik non probabilitas memiliki pengertian penarikan sampel yang subyektif dan jumlah elemen sampel tidak tersedia/tidak diketahui. *Purposive sampling* memiliki pengertian penarikan sampel berdasarkan kriteria tertentu yaitu berdasarkan usia dan juga tempat tinggal. Skala pengukuran yang akan digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert* yang merupakan salah satu jenis pengukuran di dalam skala interval yang memiliki pengertian pengukuran sikap, perilaku, dan hal-hal yang abstrak.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Menurut Malhotra (2004), kuesioner adalah teknik terstruktur untuk pengumpulan data yang terdiri dari rangkaian pertanyaan, tertulis atau verbal yang dijawab responden. Selanjutnya, berdasarkan Sekaran (2003) kuesioner merupakan mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika peneliti secara tepat mengetahui apa yang diminta dan bagaimana mengukur variabel minat

penelitian. Untuk penelitian ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *Google Form* yang akan disebar secara *online*. *Online survey* dilakukan karena memiliki beberapa keuntungan yaitu kecepatan dalam penyebaran data, tidak perlu membutuhkan banyak dana, memberikan kapasitas responden dengan kuantitas informasi yang lebih banyak dan juga data tidak bias (Berrens dkk, 2003).

3.4.1. Studi Lapangan

Penelitian ini akan dilaksanakan di Indonesia khususnya di daerah Jakarta saja dengan responden yang tinggal di seluruh area Jakarta dari Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Jakarta Utara, serta Jakarta Pusat.

3.4.2. Studi Pustaka

Penelitian ini menggunakan literatur kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi, kepuasan pelanggan, serta loyalitas yang diambil dari jurnal acuan Haghighi dkk (2012). Di dalam jurnal tersebut membahas tentang hubungan positif yang dimiliki kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi terhadap kepuasan pelanggan yang nantinya akan memengaruhi loyalitas secara positif pula. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Haghighi dkk (2012), hasil yang telah ditemukan adalah dari penelitian-penelitian sebelumnya, hampir semuanya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas begitu pula hasil yang ditemukan oleh Haghighi dkk (2012) dengan kualitas produk merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3.4.3. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder yang dapat diperoleh dengan angket/kuesioner, pedoman wawancara, observasi dan dokumentasi (Suryana, 2010). Data primer merupakan suatu data yang berasal dari pihak yang bersangkutan atau langsung diperoleh dari responden dan biasanya pengambilan data primer ini dilakukan dengan metode *purposive random sampling*. Sedangkan data sekunder memiliki pengertian pendekatan suatu penelitian menggunakan data-data yang telah ada, yang

selanjutnya akan dilakukan proses analisa dan interpretasi terhadap data-data tersebut sesuai dengan tujuan penelitian.

3.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian akan berada di seluruh kota Jakarta, Indonesia yaitu Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Jakarta Utara, serta Jakarta Pusat. Sedangkan untuk waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Mei-Juni 2018.

3.6. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kausal serta menggunakan analisis program *Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS)* karena PLS merupakan metode analisis yang kuat karena dapat diterapkan pada semua skala data, ukuran sampel tidak harus besar, serta tidak membutuhkan banyak asumsi (Jaya dan Sumertajaya, 2008). Hasil pengumpulan data akan diolah menggunakan Smart PLS 3.2.7.

3.6.1. Analisis Deskriptif Berdasarkan Data Demografis Pelanggan Teh Thailand

Data demografis pelanggan Teh Thailand didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Para responden diminta untuk mengisi data tersebut sebelum mengisi pertanyaan-pertanyaan selanjutnya yang terdapat dalam kuesioner. Data demografis ini terdiri dari jenis kelamin, usia, dan tempat tinggal yang kemudian akan diolah dalam Microsoft Excel.

3.6.2. Analisis Deskriptif untuk Indikator Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas

Pada bagian ini akan menganalisa nilai rata-rata dan juga standar deviasi masing-masing indikator dalam variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi, kepuasan pelanggan, dan loyalitas. Berdasarkan Duriyanto (2004), interval terhadap nilai rata-rata harus dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Nilai Rata-Rata} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

Tujuan dari analisis nilai rata-rata adalah untuk melihat indikator yang diuji dalam sebuah variabel lebih mengarah kepada setuju atau tidak setuju, dan standar deviasi bertujuan untuk menguji setiap indikator benar-benar dipahami oleh para responden. Apabila nilai standar deviasi semakin kecil, maka artinya para responden mengerti setiap indikator dalam variabel tersebut.

3.6.3. Alat Analisis *Structural Equation Model* – *Partial Least Square* (SEM-PLS)

Peneliti menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* dan *Partial Least Square (PLS)* dengan alat analisis Smart PLS 3.2.7 pada penelitian ini karena, SEM dapat mengolah model yang kompleks yang mencakup variabel laten, variabel formatif, mediasi, dan perbandingan dari hubungan yang lebih kompleks (Lowry dan Gaskin, 2014). Lalu, berdasarkan Ghazali (2006), beberapa alasan untuk memilih SEM berbasis komponen Smart PLS adalah memiliki kompleksitas model besar yang dapat menerima sampai 1000 indikator dan juga dapat bekerja dalam jumlah minimum ukuran sampel berkisar antara 30 sampai 100 kasus. Penelitian ini harus dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas pada setiap instrumennya untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang sudah terkumpul.

3.6.4. Uji Validitas

Berdasarkan Ghazali (2006), uji validitas dilakukan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner dan juga dilakukan untuk mengetahui kelayakan setiap indikator-indikator dalam setiap variabel. Penyebaran kuesioner dilakukan setelah peneliti melakukan *face validity* terhadap 30 responden pelanggan Teh Thailand untuk memastikan kuesioner yang akan penulis bagikan mudah dimengerti oleh para responden. Selanjutnya, setelah kuesioner penelitian disebarkan, maka PLS membutuhkan uji validitas dan reliabilitas. Pernyataan yang dinyatakan valid memiliki nilai AVE $\geq 0,5$ dan pada umumnya nilai yang dapat diterima yaitu di atas 0,6 (Ghozali, 2006). Lalu, untuk mengukur konstruk dan dinyatakan valid maka, indikator dengan nilai T-statistik harus di atas 1,96 (Ghozali, 2006). Model pengukuran dengan indikator reflektif dievaluasi dengan:

1. Validitas konvergen

Validitas kovergen menunjukkan setiap item pernyataan benar-benar mengukur variabel yang bersangkutan dan dianggap benar-benar mengukur variabel apabila nilai *loading factor* $\geq 0,5$ (Ghozali, 2006).

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat dilihat melalui nilai *cross loading* yang bernilai diatas 0,5 dan memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya (Ghozali, 2006) untuk menunjukan bahwa setiap item pernyataan dalam masing-masing variabel adalah milik variabel tersebut dan bukan milik variabel lain.

3. Koefisien Regresi

Koefisien regresi menunjukkan seberapa besar pengaruh dan arah positif atau negatif pengaruh antar variabel.

3.6.5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan mengukur korelasi jawaban antar kalimat pada kelompok indikator. Lalu, berdasarkan Hartono (2008), reliabilitas menunjukkan ketepatan, konsistensi, dan akurasi suatu alat ukur dalam pengukuran. Ada dua hal yang harus dievaluasi yaitu reliabilitas komposit dan indikator. Berdasarkan Hair dkk (2010), uji reliabilitas dapat dikatakan berhasil apabila *cronbach alpha* dan reliabilitas komposit lebih besar dari 0,7.

3.6.6. Model Evaluasi PLS

Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan menggunakan *software* Smart PLS 3.2.7 yang memungkinkan pengukuran indikator reflektif dan formatif (Ghozali, 2006). Lalu, terdapat jalur model analisis seluruh variabel laten pada PLS yang terdiri dari dua hubungan (Ghozali, 2006):

- A. *Inner Model*

Inner model menspesifikasi hubungan antar variabel laten.

- B. *Outer Model*

Outer Model menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikatornya.

3.6.7. Tahapan Analisis PLS

PLS terdiri dari dua model yaitu inner model yang menspesifikasi hubungan antar variabel laten dan outer model yang menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikatornya. Beberapa langkah dari analisis PLS (Ghozali, 2006) yaitu sebagai berikut: Hasil pengujian dapat dilihat pada pengujian *inner model* sebagai berikut:

1. Tahapan Pertama: Membaca Hasil

Indikator akan dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila memiliki nilai $> 0,7$ (Chin, 1998 dan Ghozali, 2006) dan masih sesuai dengan *inner model* kategori pengembangan apabila memiliki skor *loading factor* antara 0,5 - 0,6. Karena itu, apabila *loading factor* memiliki skor $< 0,5$ maka harus dikeluarkan dari analisis. Apabila ada indikator yang tidak memenuhi kriteria maka analisis dapat dilanjutkan ke langkah kedua, namun apabila semua indikator memenuhi kriteria maka analisis dapat dilanjutkan ke langkah ketiga.

2. Tahapan Kedua: Jalankan Kembali Modelnya

Pada model ini, apabila beberapa *loading factor* $< 0,5$ telah dikeluarkan, maka model ini dapat dijalankan dan eksekusi akan dilakukan secara terus menerus sampai semua indikator memiliki skor *loading factor* sebesar $\geq 0,5$.

3. Tahapan Ketiga: Membaca hasil *output*

- A. Membaca *outer model* atau hasil model pengukuran

Ada beberapa kriteria untuk mengevaluasi *outer model* yaitu:

- a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen berasal dari model pengukuran dengan indikator reflektif dapat diobservasi dengan korelasi antara indikator dengan nilai konstruksinya. Skor indikator yang dapat digunakan adalah 0,7 dan skor $\geq 0,5$ juga dapat digunakan untuk penelitian dalam pengembangan skala.

- b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan indikatornya dapat diobservasikan dari skor *cross loading* antara indikator dan konstruknya serta skor korelasi

indikator terhadap konstruk harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi antara indikator dengan konstruk lain.

c. Komposit Reliabilitas

Komposit reliabilitas hasilnya akan sesuai jika skor $\geq 0,7$ (Ghozali, 2006). Hasil komposit reliabilitas akan menunjukkan tiap indikator relevan dan konsisten dari penelitian sebelumnya, sekarang, dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

d. Cronbach Alpha

Nilai *cronbach alpha* harus minimum $\geq 0,7$ yang memiliki pengertian variabel dapat dinyatakan relevan dan konsisten dari penelitian sebelumnya, penelitian sekarang, dan penelitian selanjutnya.

e. Average Variance Extracted (AVE)

Hasil nilai AVE Nilai *average variance extracted (AVE)* dari setiap konstruk direkomendasikan harus lebih besar dari 0,5. Hasil nilai AVE menyatakan bahwa setiap variabel relevan dan konsisten dari penelitian sebelumnya, penelitian sekarang, dan penelitian selanjutnya.

B. Membaca hasil hubungan antar konstruk (*inner model*)

Inner model mengevaluasi hubungan antara konstruksi laten yang telah dihipotesiskan dalam penelitian. Berikut beberapa kriteria untuk menilai *inner model*:

a. Goodness of Fit

Goodness of fit bertujuan untuk memeriksa apakah variabel eksogen dapat menjelaskan variabel endogen diimplementasikan dengan mengamati nilai *R-square* minimum harus 0,10 atau 10% dan *Stone-Geisser Q-Square (Q2)* harus lebih dari 0 sehingga dapat diartikan bahwa variabel eksogen mempunyai relevansi prediktif yang dapat diterima. Berdasarkan Hair dkk (2014), rumus untuk menghitung Q2 adalah:

$$Q^2 = 1 - (1-R_1^2) (1-R_2^2) \dots (1-R_p^2)$$

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis sering diartikan sebagai pengujian model struktural yang bertujuan untuk mengamati apakah indikator memiliki hubungan dengan variabel dan model pengujian struktural untuk menjawab hipotesis yang telah diuraikan. Berdasarkan Hair dkk (2016), uji hipotesis dapat dilakukan dengan T-statistik $\geq 1,96$ dan tingkat signifikansi $\leq 0,05$.

