

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Dari permasalahan yang ada, saya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif. Pendekatan kuantitatif adalah suatu penelitian yang hasilnya disajikan menggunakan angka-angka dalam bentuk deskripsi. Saya memilih untuk menggunakan pendekatan ini karena penelitian kuantitatif merupakan kegiatan penelitian yang bersifat terencana, sistematis, dan terstruktur mulai dari pembuatan desain penelitian, baik itu tentang subjek penelitian, tujuan penelitian, sampel data, objek penelitian, sumber data, maupun metodologinya. Variabel penelitian dapat diukur dengan berbagai bentuk skala pengukuran, yaitu skala ordinal, internal, rasio, maupun nominal.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kesadaran merek dan kredibilitas merek terhadap reputasi hotel RedDoorz. Sehingga dari penelitian ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh reputasi merek terhadap niat pembelian konsumen ulang hotel RedDoorz. Pengujian hasil penelitian akan menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* dan *Partial Least Square (PLS)*.

3.2. Variabel dan Operasional Variabel (OV)

Tabel 3.1 Definisi dan Indikator Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kesadaran Merek (Diadopsi dari Foroudi (2019); Ramzan dan Ahmad (2018);	kesadaran merek adalah langkah penting dalam membangun asosiasi yang melekat tentang merek pada ingatan seseorang.	1. Saya bisa mengenali merek RedDoorz diantara merek hotel lain. 2. Saya dapat mengingat dengan cepat simbol atau	Skala likert 4 poin 1: Sangat Tidak Setuju (STS) 2: Tidak

<p>Boonsiritomach dan Sud-On (2020))</p>		<p>logo RedDoorz.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. RedDoorz memiliki pelayanan yang berbeda dari hotel lain. 4. Merek dan layanan yang diberikan RedDoorz mudah diingat. 5. Layanan yang diberikan oleh RedDoorz cocok dengan kebutuhan saya. 	<p>Setuju (TS) 3: Setuju (S) 4: Sangat Setuju (SS)</p>
<p>Kredibilitas Merek (Diadopsi dari Foroudi (2019); Baek (2007); Wang dan Scheinbaum (2018))</p>	<p>Kredibilitas merek adalah segala informasi terkait produk atau jasa yang disampaikan merek untuk membuat konsumen percaya bahwa merek tersebut mampu memberikan pelayanan yang telah dijanjikan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. RedDoorz memberikan layanan yang telah dijanjikan kepada tamu. 2. RedDoorz berkomitmen untuk selalu konsisten dengan layanannya. 3. Standar pelayanan RedDoorz dapat dipercaya. 4. RedDoorz adalah merek kompeten dan selalu tahu apa yang dilakukan. 	<p>Skala likert 4 poin</p>

<p>Reputasi Merek</p> <p>(Diadopsi dari Foroudi (2019); Bang dkk., (2014))</p>	<p>Reputasi merek adalah persepsi kualitas yang terkait dengan nama merek. Reputasi perusahaan yang baik akan membuat produk dan layanan menjadi lebih terpercaya bagi pembeli dan dapat menarik perhatian investor</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. RedDoorz memiliki reputasi yang baik di mata saya. 2. Saya percaya dengan merek RedDoorz. 3. RedDoorz memberikan pelayanan yang bisa diandalkan. 4. RedDoorz selalu berinovasi untuk bisa memenuhi kebutuhan tamu. 	<p>Skala likert 4 poin</p>
<p>Kinerja Merek</p> <p>(Diadopsi dari Foroudi (2019))</p>	<p>Kinerja merek adalah pengukuran dan evaluasi keberhasilan merek dalam mencapai tujuannya dan memenuhi harapan konsumennya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menganggap diri saya setia/loyal pada hotel RedDoorz 2. Saya menganggap merek hotel milik RedDoorz sebagai pilihan pertama saya dibandingkan dengan hotel lain. 3. Dibandingkan dengan hotel lain yang memiliki fitur serupa, saya bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk merek hotel milik 	<p>Skala likert 4 poin</p>

		<p>RedDoorz</p> <p>4. Saya memiliki niat untuk mengunjungi merek hotel milik RedDoorz lagi.</p> <p>5. Saya akan merekomendasikan RedDoorz ke kerabat.</p> <p>6. Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang hotel RedDoorz kepada orang lain.</p>	
--	--	--	--

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2011) menjelaskan populasi sebagai wilayah yang ditetapkan untuk diteliti, wilayah tersebut terdiri atas objek/subjek tertentu sesuai kuantitas dan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Maka populasi pada penelitian ini adalah konsumen hotel RedDoorz.

3.3.2. Sampel

Sugiyono (2015:149), mengatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Karena penelitian ini menggunakan metode analisis SEM-PLS, maka jumlah sampel minimum yang diperlukan dihitung menggunakan rasio 10:1, yaitu 10 kali lipat dari jumlah indikator terbanyak sebuah variabel yang ditentukan untuk penelitian ini (Hair dkk, 2011). Variabel dengan indikator terbanyak adalah variabel kesadaran merek (*brand credibility*) dengan 5 indikator, maka jumlah sampel minimum pada penelitian ini adalah $10 \times 5 = 50$ sampel. Dengan jumlah sampel minimal tersebut, peneliti menetapkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner yang dibuat dengan google forms. Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara online dan langsung. Partisipan dalam penelitian ini akan ditentukan dengan cara *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sampel dimana setiap populasi memiliki kesempatan untuk menjadi sampel. Maka pada penelitian ini setiap tamu RedDoorz berhak dipilih menjadi sampel demi kepentingan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan skala likert 4 poin untuk menghindari jawaban netral. Skala yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

3.5. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di beberapa hotel RedDoorz di Indonesia, khususnya di Provinsi Banten dan Provinsi Jakarta. Diperkirakan jumlah hotel RedDoorz yang akan dikunjungi ada 5 hotel yang sudah tergabung sebagai mitra jaringan hotel RedDoorz.

3.6. Metode Analisis Data

Data pada penelitian ini akan dianalisis menggunakan metode deskriptif serta menggunakan bidang kajian SEM-PLS dengan aplikasi SmartPLS untuk menguji data.

3.6.1. Analisis Deskriptif Data Demografis

Dalam pencarian data, kuesioner akan dibagikan ke tamu hotel RedDoorz. Sebelum ke pertanyaan inti, responden akan mengisi pertanyaan seputar demografis. Hal ini ditujukan untuk mengetahui sedikit tentang latar belakang pelanggan RedDoorz sehingga penulis bisa mendapatkan informasi tambahan mengenai rata-rata umur dan jenis kelamin pelanggan yang berkunjung ke RedDoorz. Pertanyaannya adalah sebagai berikut.

1. Gender responden
2. Usia responden
3. Domisili Responden
4. Pengeluaran rata-rata

3.6.2. Analisis Deskriptif Pengetahuan Responden Tentang Hotel RedDoorz

Selanjutnya responden akan ditanya mengenai pengetahuan seputar hotel RedDoorz. Bagian ini akan menyimpulkan seberapa kenal mereka dengan merek RedDoorz, mengingat merek RedDoorz memiliki lebih dari 1 merek hotel, serta dari mana mereka mengenal hotel RedDoorz. Untuk mengetahui hal itu, pertanyaan yang diajukan adalah sebagai berikut.

1. Dibawah ini, merek hotel RedDoorz mana yang anda ketahui?
2. Dibawah ini, merek hotel RedDoorz mana yang pernah anda kunjungi?
3. Dari mana anda mengenal hotel RedDoorz?

3.6.3. Analisis Deskriptif Pengaruh Kesadaran Merek dan Kredibilitas Merek Terhadap Reputasi Merek

Pada bagian ini penelitian akan membahas tentang apakah kesadaran merek dan kredibilitas merek dapat mempengaruhi reputasi merek hotel RedDoorz, serta seberapa besar pengaruh tersebut. Bagian ini juga akan menyimpulkan variabel mana yang paling berpengaruh terhadap reputasi merek.

3.6.4. Analisis Deskriptif Pengaruh Reputasi Merek Terhadap Kinerja Merek

Bagian ini akan membahas mengenai apakah reputasi merek bisa membuat konsumen melakukan transaksi ulang, rekomendasi produk, dan loyal dengan hotel RedDoorz. Dengan demikian dapat diketahui jika strategi yang diterapkan oleh RedDoorz sekarang ini sudah sesuai dengan perusahaan apa masih memerlukan peninjauan ulang.

3.6.5. Structural Equation Model (SEM) - Partial Least Square (PLS)

Structural Equation Model atau yang biasa disebut SEM adalah salah satu jenis metode analisis statistik yang bersifat multivariat dan merupakan pengembangan dari model regresi dan analisis jalur (Muhson, 2022). SEM dikelompokkan dalam 2 pendekatan, yaitu *Covariance Based SEM (CBSEM)* dan *Variance Based SEM* atau

nama lainnya adalah *Partial Least Square (PLS)*. Aplikasi yang sering digunakan untuk melakukan analisis CBSEM adalah AMOS dan LISREL, sedangkan untuk melakukan analisis PLS biasa menggunakan aplikasi SmartPLS (Hussein, 2015). Penggunaan CBSEM dinilai sangat sulit karena banyaknya persyaratan yang perlu dipenuhi. Untuk mempermudah hal itu, digunakanlah alternatif lain yaitu model analisis PLS yang tidak memerlukan banyak persyaratan. Maka pada penelitian ini model analisis yang akan digunakan adalah PLS dengan bantuan aplikasi SmartPLS.

3.6.6. Analisa Outer Model

Analisa yang pertama yaitu outer model bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan untuk pengukuran valid dan reliabel. Sugiyono (2010), menyatakan bahwa Instrumen yang valid dan reliabel dibutuhkan untuk memperoleh hasil penelitian yang sah dan dapat diandalkan. Jika instrumen yang diukur valid atau sah, berarti instrumen tersebut layak untuk mengukur hal yang perlu diukur dalam penelitian. Jika instrumen bersifat reliabel, maka instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur objek yang sama secara berulang dan tetap menghasilkan data yang sama.

Beberapa indikator yang dapat digunakan dalam pengujian outer model adalah sebagai berikut:

1. Validitas Konvergen
2. Validitas Diskriminan
3. Unidimensi

Untuk mendapatkan hasil outer model yang valid dan reliabel, beberapa persyaratan yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

1. Indikator faktor loading $> 0,7$
2. AVE konstruk reflektif $> 0,7$
3. Akar kuadrat AVE $>$ korelasi antarkonstruk
4. Nilai cronbach alpha $> 0,7$
5. Reliabilitas komposit $> 0,7$

3.6.7. Analisa Inner Model

Analisa berikutnya adalah analisa inner model yang dilakukan untuk melihat apakah model struktural yang didapat akurat atau tidak. Inner model dapat memprediksi hubungan sebab akibat (kausalitas) antar variabel yang tidak dapat diukur atau disebut

variabel laten. Beberapa indikator yang dapat digunakan dalam pengujian inner model adalah sebagai berikut:

1. Koefisien determinasi (R^2)
2. Relevansi prediktif (Q^2)
3. Goodness of Fit Model (GoF)

Untuk mendapatkan hasil inner model, beberapa persyaratan yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

1. Kriteria nilai $R^2 = 0$ sampai 1, dengan 0,67(kuat); 0,33(sedang); 0,19(lemah), diperoleh dari smartpls algorithm.
2. Kriteria nilai $F^2 = 0$ sampai 1, dengan 0,02(lemah); 0,15(sedang); 0,35(kuat), diperoleh dari smartpls algorithm.
3. Kriteria nilai GoF = 0 sampai 1, dengan 0,1(lemah); 0,25(sedang); 0,36(kuat)
4. Kriteria nilai $Q^2 = 0 < Q^2 < 1$, semakin mendekati 1 semakin baik

3.6.8. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ditujukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antar variabel dengan cara melihat nilai probabilitas dan hasil dari uji T. Dari hasil uji hipotesis dapat disimpulkan jika hipotesis yang telah dibuat dapat diterima atau ditolak. Uji hipotesis dapat diterima jika memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Nilai probabilitas $p < 0,05$
2. Nilai hasil uji T statistik $> T$ tabel atau T statistik $> 1,96$