

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif yang menjelaskan hubungan sebab akibat yang akan ditelaah hubungna yaitu antara varibael independent dengan variabel dependen melalui pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2017:19) mengemukakan asosiatif adalah suatu rumusan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pelayanan *Customer Service*, Promosi, dan minat beli ulang terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini strategi penelitian yang digunakan untuk penelitian adalah metode kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang di isi oleh konsumen yang telah melakukan pembelian Skin pada game Valorant.

Metode kuantitatif dalam Sugiyono (2020:16) yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:66) populasi merupakan seluruh keseluruhan dalam unit yang diteliti. Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas ciri-ciri yang telah ditetapkan. populasi merupakan sekelompok orang kejadian atau segala sesuat yang mempunyai karakteristik tertentu. populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untukk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah tidak diketahui, karena setiap orang yang bermain game ini bisa memiliki 2 atau lebih dan hanya beberapa akunya saja yang telah melakukan pembelian Skin pada game Valorant.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel yaitu suatu komponen atas populasi serta sifat. Apabila populasinya luas, peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi, apa bila lantaran keterbatasan sumber daya, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. Setelah peneliti mendalami sampel, peneliti dapat menarik kesimpulan tentang populasi. Untuk itu sampel populasi harus benar-benar tepat. Sampel untuk penelitian ini terdiri dari 100 sampel. Sesuai dengan Metode yang dijelaskan Hair et al. (2006:35) yakni total sampel yang memuaskan yang dapat digunakan menurut MLE berkisar 100 sampel. Oleh sebab itu peneliti mengharapkan maksimal 100 sampel. Teknik pengambilan sampel yang dipakai pada riset ini metode nonprobability sampling (pemungutan sampel dengan cara tidak acak) dengan memakai teknik purposive sampling. Sugiyono (2016:81) purposive sampling adalah metode pengambilan sampel dengan karakteristik atau pertimbangan tertentu purposive sampling memiliki dua jenis penelitian sampel, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (judgement sampling) dan pengambilan sampel kuota (quota sampling). Namun penelitian ini hanya akan menjelaskan mengenai judgement seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian Skin pada game Valorant. Selain itu peneliti menggunakan kuisioner untuk penelitian ini dimana penyebaran kuisioner pada penelitian ini dilaksanakan secara online.

Pada riset ini, tolak ukur pengambilan sampel ditentukan oleh peneliti sebagai berikut.

1. Responden yang menggunakan Skin pada game Valorant
2. Responden yang telah melakukan pembelian Skin pada game Valorant
3. Responden yang mulai kurang dari 20 tahun hingga lebih
4. Responden yang harus mengisi Nama
5. Responden yang berjenis kelamin pria atau Wanita

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1.1 jenis Data

Data adalah sekumpulan informasi yang biasanya berbentuk bilangan yang dihasilkan dari pengukuran atau perhitungan berdasarkan sifatnya data dibagi menjadi dua yaitu data diskrit dan data kontinu, data diskrit adalah data yang diperoleh dari menghitung atau membilang dan dinyatakan dalam bentuk bilangan bulat Abdullah (2015:244). Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:78) Data merupakan ukuran suatau nilai. Data yang telah diproses disebut sebagai informasi dan syarat-syarat data yang baik antara lain data harus akurat, data harus relevan, dan data harus up to date.

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016:78), pembagian data menurut cara memperolehnya terdiri dari:

1. Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan penyebaran kuisisioner kepada responden tentang pelayanan *Customer Service*, Promosi, dan Minat Beli Ulang, terhadap Kepuasan Konsumen
2. Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen. dapat didefinisikan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh selain dari kuisisioner atau wawancara yang dilakukan peneliti. Sumber data skunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen, jurnal, buku dan internet.

3.3.1.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data sebagai bahan penelitian digunakan beberapa metode sebagai berikut:

a. Teknik Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tipe pertanyaan dalam angket dibagi menjadi dua, yaitu: terbuka dan tertutup. Teknik kuesioner dilakukan dengan memberikan lembar kuesioner terhadap responden. Dari kuesioner tersebut

akan didapatkan data yang digunakan untuk analisis. Menurut Puspitaningtyas (2016:82) menyatakan bahwa teknik kuisisioner atau angket, merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya - jawab dengan responden) instrument atau alat pengumpulan data, juga disebut angket atau kuisisioner, berisi daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis yang harus di jawab atau di respon oleh responden sesuai presepsinya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner berbasis google form untuk megumpulkan data. Kuisisioner akan disebar ke pemain game Valorant yang pernah melakukan pembelian Skin pada game Valorant.

3.3.1.3 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan instrumen yang diukur dengan kuesioner. Menurut Sugiyono (2019:199), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Beberapa pertanyaan/pernyataan yang berada pada kuesioner akan disebar secara tertulis ke seluruh responden dan nantinya akan dijawab berdasarkan yang dialami responden selama bermain menggunakan Skin. Penelitian ini menggunakan skala Likert untuk diukur menjadi indikator variabel. Menurut Sugiyono (2019:146) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Untuk menghindari jawaban bias maka skala likert pada pernyataan ragu-ragu ditiadakan, hal ini dapat menghindari jawaban responden yang cenderung lebih memilih netral. Berikut bobot skor skala likert seperti Tabel 3.1 dibawah ini

Table 3.1 Alternatif Jawaban Responden

NO	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Smart PLS V4*. Hal tersebut dilakukan agar mengolah data statistik dapat dilakukan dengan cepat dan tepat. Data-data tersebut berupa kuesioner akan diolah terlebih dahulu agar menjadi suatu informasi yang membantu untuk membuat kesimpulan dan untuk menganalisis statistik untuk pengujian hipotesis.

3.5.1 Model PLS

Dalam penelitian ini menggunakan model pls yaitu berdasarkan penjabaran Ghazali (2016) dilakukan dengan tiga tahapan model sebagai berikut:

1. Outer Model atau Pengukuran Model

Outer model artinya model pengukuran yang memiliki hubungan antara indikator menggunakan konstruk dispesifikasi. Hasilnya artinya residual variance berasal dari variabel dependen. Berikut ialah tahapan dari model pengukuran atau outer model yaitu:

a. Convergent Validity

i. Loading Factor

Uji convergent validity indikator refleksi menggunakan program smartpls 3.0 bisa diketahui asal nilai loading factor untuk setiap indikator konstraknya. Rule of thumb yang umumnya dipergunakan untuk menilai converget validity yaitu nilai loading factor harus melebihi 0,7. Tetapi demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai loading factor 0,5 hingga 0,6 masih mengkategorikan cukup.

ii. Average Variance Extracted (AVE)

Model pengukuran menggunakan reflektif indikator dinilai berdasarkan average variance extracted (ave) setiap konstruk menggunakan hubungan antara konstruk lainnya dalam model. Untuk masing-masing indikator mempunyai kriteria sebanyak $> 0,5$ agar dikatakan valid dan dikatakan memiliki nilai discriminant validity yang baik.

b. Composite Reliability

Composite reliability adalah bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator variabel. Variabel bisa dikatakan reliabel atau kredibel bila nilai composite reliability dari masing-masing variabel sebanyak $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat serta nilai 0,6 sampai 0,7 masih bisa diterima.

c. Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas menggunakan composite reliability bisa diperkuat dengan memakai nilai cronbach's alpha. Kriteria penilaian variabel bila nilai cronbach's Alpha pada masing-masing variabel sebesar $> 0,6$ hal ini dapat dinyatakan bahwa variabel mempunyai reliabel yang baik.

2. Inner Model atau Model Struktural

Bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Model struktural menandakan kekuatan perkiraan antar variabel laten atau konstruk. Adapun langkah buat mengevaluasi model struktural menggunakan cara melihat uji path coefficient, uji kecocokan model (goodness of fit).

a. Uji Path Coefficient

Dipergunakan untuk menunjukkan seberapa kuat pengaruh atau dampak variabel independen kepada variabel dependen. Sedangkan coefficient determination (r-square) dipergunakan buat mengukur seberapa banyak variabel dependen dipenuhi oleh variabel lainnya.

i. r-square untuk konstruk dependen (R^2)

Perubahan nilai R-Squares dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantif Ghozali (2016:78). Menjelaskan hasil R^2 sebanyak 0,67 ke atas untuk variabel laten dependen pada model struktural menandakan pengaruh

variabel independen yang mempengaruhi terhadap variabel dependen yang dipengaruhi termasuk pada kategori baik. Sedangkan bila hasilnya sebesar 0,33 hingga 0,67 maka termasuk kategori sedang dan jika hasilnya sebanyak 0,19 hingga 0,33 maka termasuk di kategori lemah. Perubahan nilai R-square dapat digunakan buat menilai pengaruh variabel laten

independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Nilai r-square 0,75, 0,50 dan 0,20 yang dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah. Hasil dari PLS R - square mempresetasikan jumlah varian dari konstruk yang dijelaskan oleh model.

b. Uji Kecocokan Model (Goodness Of Fit)

Goodness of Fit (GoF) merupakan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar tingkat kelayakan dan ketepatan suatu model secara keseluruhan yang berfungsi sebagai validasi dalam PLS-SEM. Goodness of fit adalah sebuah index yang telah diperkenalkan oleh tenenhaus dengan sebutan gof index. Index ini dilakukan buat menilai sebuah model pengukuran dan model struktural selain juga untuk memprediksi model secara keseluruhan memakai menyediakan pengukuran sederhana. Menghitung nilai index gof dapat diperoleh dari akar kuadrat nilai average communality index atau average rsquare merupakan sebagai berikut:

Nilai gof diperoleh dari nilai antara 0 hingga 1, dengan nilai communality yang disarankan sebanyak 0,50. Lalu untuk menafsirkan nilai gof dapat dilihat dari nilai 0,10 termasuk di tingkat (Gof kecil), nilai gof 0,36 berarti termasuk nilai (Gof besar).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Defenisi Operasional merupakan upaya yang dilakukan untuk mendeteksi variabel-variabel dengan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian dan untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian. Operasional variabel adalah suatu atribut seseorang atau obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68).

1. Variabel Bebas (Independent variabel)

Variable bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat) (2018:78). Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel bebas adalah Pelayanan *Customer service* (X1), Promosi (X2).

2. Variabel intervening (Intervening Variabel)

Menurut Sugiyono (2019:39) variabel intervening (penghubung) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel intervening ialah Minat Beli Ulang (Z).

3. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Menurut Sugiyono (2019:69) Dependent Variable sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Table 3.2 Operasional Variabel

Pelayanan *Customer Service* (X1)

Indikator	Sub Indikator	Kode Item
Terbuka Dengan Masukan Pelanggan	Melakukan survei pelanggan dapat dilakukan untuk mendapat ulasan, pendapat, kritik, saran, atau masukan.	1
Rutin Mengevaluasi Kinerja Usaha	Memberi ulasan berdasarkan pengalaman mereka saat menikmati pelayanan dari usaha Anda. Sehingga patut diapresiasi dengan memberikan evaluasi kinerja agar kritik yang sama tidak kembali diterima.	2
Meningkatkan Pelayanan Perusahaan	Kualitas layanan dapat ditingkatkan dengan memberikan karyawan layanan bisnis yang jelas dan melatih karyawan untuk bekerja secara profesional.	3

Table 3.3 Operasional Variabel

Promosi (X2)

Indikator	Sub Indikator	Kode Item
Pesan Promosi	Pesan promosi yang dilakukan dan disampaikan ke konsumen agar tidak melawatkan promosi	4
Media Promosi	Beberapa media yang digunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan promosi	5
Waktu Promosi	lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.	6

Table 3.4 Operasional Variabel

Minat Beli Ulang (Z)

Indikator	Sub Indikator	Kode Item
Minat Transaksional	kecenderungan seseorang untuk membeli produk.	7
Minat referensial	kecenderungan seseorang untuk mereferensikan kepada orang lain.	8
Minat preferensial	Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensial utama pada produk	9
Minat eksploratif	Menggambarkan perilaku seseorang yang selalu cari informasi mengenai produk yang dimintanya	10

Table 3.5 Operasional Variabel

Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator	Sub Indikator	Kode Item
Terpenuhinya harapan Konsumen	Merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dari produk	11
Sikap atau keinginan menggunakan produk	Bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk	12
Merekomendasikan produk kepada pihak lain	Selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang di peroleh dari suatu kualitas produk	13
Kualitas layanan	Pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.	14
Loyal	Konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.	15

3.5. pengujian Hipotesis

Menurut Hair et al. (2019), menyatakan bahwa pengujian hipotesis dalam suatu penelitian dengan menggunakan metode analisis PLS-SEM dapat dilakukan dengan melihat nilai t-statistik yang terdapat pada analisis jalur antar variabel (path analysis) melalui metode bootstrapping dalam pengujian tingkat signifikansinya. Untuk menguji hipotesis pada penelitian ini dapat dilakukan dengan

membandingkan nilai t-statistik dengan batas minimum 1,96 ($t\text{-value} > 1,96$, $\alpha = 5\%$). Ada dua kemungkinan hasil yang dapat terjadi pada hipotesis penelitian, dimana kedua kemungkinan tersebut adalah:

1. Hipotesis penelitian ditolak apabila nilai t-statistik pada model penelitian ini lebih kecil dari 1,96 ($t\text{-statistics} < 1,96$).
2. Hipotesis penelitian tidak ditolak apabila nilai t-statistik pada model penelitian ini lebih besar dari 1,96 ($t\text{-statistics} > 1,96$).

Lebih lanjut, jika tidak dilihat dari nilai t-statistik, dapat dilakukan dengan melihat nilai p-value yang terdapat pada analisis jalur antar variabel (path analysis) melalui metode bootstrapping dengan ukuran p-values $< \alpha$. Sehingga, dengan tingkat alfa sebesar 5% ($\alpha = 5\%$), maka hipotesis tidak ditolak jika p values $< 0,05$. Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian sebagai berikut:

H.1: Pelayanan *Customer Service* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli ulang

H.2: Promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli ulang

3.5.1. Uji Statistik t

Uji Statistic t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2016:171) Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika dihitung $>$ tabel atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan ($\text{Sig} < 0,05$), maka hipotesis diterima. Hal ini berarti, secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai thitung $<$ tabel atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan ($\text{Sig} > 0,05$), maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti, secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.