

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, dimana peneliti menggunakan strategi tersebut guna mengetahui hubungan antar variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2018:51) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih mencari peranan, pengaruh dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas dan variabel terkait. Penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif dimana metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018:15) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono (2018:130). Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menjadi member di Born Fit Thamrin Jakarta Pusat dari Januari 2019 sampai dengan Desember 2019 sebanyak 129 pelanggan.

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:131) sampel dalam suatu penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila

populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada pada populasi itu. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota member Born Fit yang aktif sejak Januari 2019 sampai Desember 2019 yang berjumlah 129 orang. Teknik menghitung sampel penelitian ini menggunakan rumus (Yamane), dimana rumus Yamane menurut Sugiyono (2018:143)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: Ukuran sampel atau jumlah responden

N: Ukuran populasi

e: Presentase tingkat kesalahan

Populasi (N) dalam penelitian ini sebanyak 129 orang, dengan asumsi tingkat kesalahan (e) sebesar 5%, maka jumlah sampel (n) adalah:

$$n = \frac{129}{1 + 129(0,05)^2}$$

n = 97,54 responden, dibulatkan menjadi 98 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan didalam penelitian ini adalah responden telah menjadi member Born Fit Thamrin Jakarta Pusat setidaknya 1 (satu) bulan, sehingga telah merasakan pelayanan dan fasilitas yang di berikan Born Fit Thamrin Jakarta Pusat.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan tehnik kuesioner, dimana ketika pelanggan datang untuk berolahraga di minta kesediaannya untuk mengisi lembar

kuesioner tersebut dan di beri informasi bahwa data diri pelanggan dijamin kerahasiaannya. Bila pelanggan setuju dan mau untuk mengisi kuesioner tersebut barulah penulis memberikan lembar kuesioner untuk di isi oleh pelanggan.

3.3.1 Metoda Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan pada member Born Fit Thamrin Jakarta Pusat periode Januari 2019 sampai dengan Desember 2019 dan di dapatkan jumlah member yang aktif sebanyak 129 member, peneliti kemudian melakukan hitung sample penelitian dengan menggunakan rumus (Yamane) dan diketahui bahwa nilai N atau populasi sebanyak 129 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) sebesar 5%, dengan demikian dapat di ketahui $n = 97,54$ responden, dibulatkan menjadi 98 responden. Pertimbangan lain yang dilakukan dalam penelitian adalah peneliti memilih responden yang setidaknya sudah menjadi member selama 1 (satu) bulan, sehingga telah merasakan pelayanan dan fasilitas yang diberikan Born Fit Thamrin Jakarta Pusat.

a. Kuesioner (Angket)

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada sampel penelitian yang bersangkutan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet Sugiyono (2018:219). Dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat. Dalam kuesioner yang diberikan kepada responden merupakan instrument penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu kuesioner ini harus digunakan untuk mendapatkan data yang valid tentang variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Born Fit Thamrin Jakarta Pusat. Dalam penyebaran kuesioner juga disertakan petunjuk pengisian yang jelas sehingga dapat memudahkan responden dalam memberikan jawaban secara lengkap.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.1 Definisi Variabel, Indikator, Sub Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Definisi	Indikator	Sub Indikator	Kode
Kualitas Pelayanan Lupiyoadi (2013:216-217)	Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan member terhadap pelayanan yang disediakan oleh Born Fit Thanrin Jakarta Pusat.	Keandalan	Terpercaya	KP1
		Ketanggapan	Kemauan Membantu Pelanggan	KP2
		Keyakinan	Kesopanan Karyawan	KP3
			Kemampuan Para Pegawai	KP4
Berwujud	Penampilan Fasilitas Fisik	KP5		

Tabel 3.2 Definisi Variabel, Indikator, Sub Indikator Harga

Variabel	Definisi	Indikator	Sub Indikator	Kode
Harga Kotler (2012:314)	Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan member atas pelayanan yang mereka dapatkan dari Born Fit Thamrin Jakarta Pusat.	Keterjangkauan Harga	Menjangkau Harga	H1
		Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Memilih Harga	H2
			Kualitas	H3
		Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Manfaat	H4

Tabel 3.3 Definisi Variabel, Indikator, Sub Indikator Kepuasan Konsumen

Variabel	Definisi	Indikator	Sub Indikator	Kode
Kepuasan Konsumen Tjiptono (2014:101)	Evaluasi purna beli member terhadap layanan jasa yang diberikan oleh Born Fit sehingga memenuhi harapan member.	Kesesuaian Harapan	Konsumen	KK1
		Minat Berkunjung	Kesediaan Konsumen	KK2
		Kesediaan Merekomendasi	Merekomendasikan	KK3

Tabel 3.4 Definisi Variabel, Indikator, Sub Indikator Loyalias Pelanggan

Variabel	Definisi	Indikator	Sub Indikator	Kode
Loyalitas Pelanggan Kotler (2012:57)	Komitmen yang dipegang oleh member secara mendalam untuk memberi atau mendukung kembali jasa yang diberikan oleh Born Fit dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi meyebabkan pelanggan beralih.	Repeat Purchase	Nilai Kepuasan	LP1
		Retention	Ketahanan	LP2
		Referells	Merekomendasikan Produk	LP3

Seluruh jawaban dari responden yang telah didapat akan di ukur oleh peneliti menggunakan skala *likert*, dimana menurut Sugiyono (2018:93) skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi yang sangat positif sampai negatif. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala *likert*, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut:

- 1 = Sangat tidak setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Setiap jawaban memiliki *score* yang berbeda-beda, yaitu: untuk jawaban SS memiliki *score* 5, untuk jawaban S memiliki *score* 4, untuk jawaban N memiliki *score* 3, untuk jawaban TS memiliki *score* 2, untuk jawaban STS memiliki *score* terkecil yakni 1. Hal ini dilakukan guna mengetahui dan memiliki data mengenai penilaian yang diberikan oleh setiap responden untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulan.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Statistik Deskriptif

3.5.1.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang telah dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan yaitu berdasarkan karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, pekerjaan). Dimana deskripsi responden tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel pada bab selanjutnya.

3.5.1.2 Analisa Index Persepsi

Analisa Index Persepsi digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Analisis ini menggunakan analisis *indeks*. Ferdinand (2014:231) untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka akan didasarkan pada nilai skor rata-rata (*indeks*) yang dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method*. Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box Method*), maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga menghasilkan rentang untuk masing-masing sebagian sebesar 26, dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks berikut Ferdinand (2014:232):

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, maka perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = [(\%F1*1)+(\%F2*2)+(\%F3*3)+(\%F4*4)+(\%F5*5)]/5 \dots (3.3)$$

Keterangan:

- F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.
- F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.
- F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.
- F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.
- F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

3.5.2. Analisis Jalur

Dalam penelitian ini digunakan analisis jalur (*path analysis*) yang merupakan salah satu teknik analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Ghozali (2014:117) menjelaskan bahwa analisis jalur merupakan pengembangan lebih lanjut dari analisis regresi berganda dan bivariat. Analisis jalur memiliki kedekatan dengan regresi berganda adalah bentuk khusus analisis jalur. Teknik ini dikenal sebagai model sebab-akibat (*causing modeling*). Dalam analisis jalur, korelasi antara variabel dihubungkan dengan parameter dari model yang dinyatakan dengan diagram jalur (*path diagram*). Analisis jalur ingin menguji persamaan regresi yang melibatkan beberapa variabel exogen dan endogen sehingga memungkinkan pengujian terhadap variabel mediating atau intervening antara variabel-variabel. Disamping itu analisis jalur bisa mengukur hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel dalam model. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Dan model analisis jalur tersebut dapat digunakan apabila secara teori penelitian yakin bahwa variabel yang dianalisis memiliki pola hubungan sebab akibat (*causal effect*).

Dalam analisis jalur terdapat beberapa konsep dan istilah dasar yaitu:

1. Model Jalur

Model jalur adalah suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara dan tergantung. Pola hubungan ditunjukkan dengan menggunakan anak panah. Anak panah-anak panah tunggal menunjukkan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel eksogen atau perantara dengan variabel tergantung atau lebih. Anak panah juga menghubungkan kesalahan (variabel residu) dengan semua variabel endogen masing-masing. Anak panah ganda menunjukkan korelasi antar pasangan variabel-variabel eksogen.

2. Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen Sugiyono (2018:36). Variabel eksogen dalam suatu model jalur adalah semua variabel yang tidak ada penyebab-

penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak panah-anak panah yang menunjukkan arahnya, selain pada bagian kesalahan pengukuran.

3. Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah Sugiyono (2018:37). Variabel endogen dalam suatu model jalur adalah variabel yang mempunyai anak panah-anak panah menuju kearah variabel tersebut. Variabel yang termasuk didalamnya mencakup semua variabel perantara dan tergantung. Variabel perantara endogenus mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya dan dari arah variabel tersebut dalam suatu model diagram jalur. Adapaun variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju kearahnya.

4. Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur Sugiyono (2018:59). Variabel ini sebagai penyela atau antara variabel eksogen dan endogen, sehingga variabel eksogen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen. Adapun syarat efek mediasi yang dipenuhi oleh koefisien jalur yang signifikan, dalam pengambilan kesimpulan mengenai mediasi adalah sebagai berikut Sholihin dan Ratmono (2013):

- a. Jika koefisien jalur dari hasil estimasi signifikan dan tidak berubah maka hipotesis mediasi tidak didukung.
- b. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun tetapi signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*).
- c. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*).

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dikerjakan dengan bantuan komputer dan menggunakan *software WarpPls* 6.0. Data disajikan dalam bentuk tabel dan diagram. Tujuannya adalah agar output data dapat

disajikan dengan ringkas. Alat analisis data yang digunakan adalah PLS yaitu (*Partial Least Square*). PLS merupakan analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural.

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan realibilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi). Adapun tahapan dari analisis PLS pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Analisis *outer* model
- b. Analisis *inner* model
- c. Pengujian hipotesis

3.5.2.1. Analisis *Outer* Model

Model pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya atau biasa di sebut dengan *outer* model. Variabel laten dapat diukur dengan indikator – indikator bersifat reflektif dan formatif. Perancangan model pengukuran menentukan sifat indikator dari masing – masing variabel laten, apakah reflektif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel. *Outer* model yang menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya (*measurement model*), Ghozali (2014:39).

Berikut uji pada *outer* model atau evaluasi model pengukuran reflektif menurut Ghozali (2014:54) yaitu:

- a. *Loading* Faktor

Nilai *loading* faktor adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator – indikatornya. Nilai *loading* faktor harus diatas 0,70.

- b. *Composite Realibility*

Composite realibility mengukur *internal consistency* dan nilainya harus diatas 0,60.

c. *Validitas Discriminan*

Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.

d. *Cross Loading*

Merupakan ukuran lain dari *validitas diskriminan*. Diharapkan setiap blok indikator memiliki loading lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk laten variabel lainnya.

Uji outer model untuk evaluasi model pengukuran formatif Ghozali (2014:72), yaitu:

a. Signifikansi Nilai *Weight*

Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikan ini dinilai dengan prosedur bootstrapping.

b. Multikolonieritas

Variabel manifest dalam blok harus diuji apakah terdapat multikol. Nilai variance inflation faktor (VIF) dapat digunakan untuk menguji hal ini. Nilai VIF diatas 10 mengindikasikan terdapat multikol.

3.5.2.2. Analisis *Inner Model*

Ghozali (2014:41) menyatakan bahwa analisa *inner model* dikenal juga sebagai analisa *structural model* yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory*. Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi:

a. Uji kecocokan model (model fit)

Uji model fit ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model terdapat tiga indeks pengujian, yaitu *average path coefficient (APC)*, *average R-square (ARS)* dan *average varians factors (AVIV)*, APC dan ARS diterima dengan syarat p- value < 0,50 dan AVIV lebih kecil dari 5.

b. Koefisien determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67, 0,33, 0,19 mengindikasikan bahwa model baik, moderat dan lemah Ghazali (2014:41).

c. *Q square*

Model juga dievaluasi dengan melihat *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien detreminasi total pada analisis jalur (*path analysis*). Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki prediktif relevansi, sebaliknya jika nilai $Q^2 \leq 0$ menunjukkan model kurang memiliki prediktif relevansi. Perhitungan Q^2 total dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots \dots \dots (3.4) \text{ Chin (1998)}$$

3.5.2.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguraikan arah pengaruh antar variabel independen dan variabel dependennya. Pengujian ini dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) atau model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat *path coefficient* dan tingkat signifikansinya yang selanjutnya dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan. *Path coefficient* yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai masing-masing koefisien jalur.

Hipotesis dapat diterima atau ditolak, secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya, tingkat signifikan yang dipakai di dalam penelitian ini sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. *P value* atau probabilitas value (nilai probabilitas/nilai peluang) yaitu, nilai yang menunjukkan peluang untuk sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang benar 95% dan kemungkinan keputusan yang salah sebesar 5%.

H_0 ditolak, $p\text{-value} < 0,05$

H_0 diterima, $p\text{-value} \geq 0,05$

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian sebagai berikut:

1. H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
 H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
 H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. H_0 : Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
 H_a : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. H_0 : Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
 H_a : Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
5. H_0 : Kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
 H_a : Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.