

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang di gunakan dalam penelitian adalah strategi asosiatif adalah suatu metode dalam meneliti suatu objek yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (simetris, kausal, dan timbal balik). Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi adanya pengaruh kausal, yaitu pengaruh sebab akibat, antara variabel bebas, yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), dan variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y) pada Coffeography Jakarta Pusat.

Hubungan gejala bersifat sebab akibat (kausal) yang dimaksud, karena terdapatnya variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) Sugiyono (2017:37). Pendekatan deskriptif merupakan metode analisis deskriptif yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi Sugiyono (2017:147).

Metoda penelitian yang digunakan untuk mendukung strategi dalam penelitian ini adalah metoda survei sampel, yaitu teknik pengumpulan dan analisis data dengan mencari opini atau pendapat dari subyek yang diteliti (responden) dengan menggunakan kuesioner. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan korelasional, yaitu untuk mengetahui pengaruh ada atau tidaknya serta seberapa besar pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2017: 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah para pembeli yang mengorder makanan dan minuman di Coffeography, Jakarta Pusat. Sesuai informasi yang diberikan rata-rata perbulan berjumlah 1000 orang.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. (Sekaran & Bougie, 2013: 241). Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi. Jadi sampel merupakan sebagian populasi yang mewakili dari subyek dan obyek penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling. Menurut Sugiyono (2012), probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Kemudian digunakan teknik Simple Random Sampling, yaitu pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2012). Sedangkan menurut Frankel dan Wallen dalam Amiyani (2016;06) menyarankan besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang menjadi acuan oleh peneliti sebanyak 100 responden.

3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

1. Data Primer

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli menurut Kuncoro (2010). Data primer dapat berupa opini subjek (orang)

secara individu atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Metode pengumpulan data primer adalah metode kuesioner ditambah dengan gambaran sebuah survei ataupun observasi. Pembagian kuesioner dilakukan dengan menggunakan google form dan Questionare hard copy. Google form merupakan alat yang berguna untuk membantu pengiriman survey dan memberikan pertanyaan kepada tamu ataupun calon tamu secara online. Form tersebut juga dapat dihubungkan ke spreadsheet. Secara otomatis, tanggapan akan dikirimkan ke spreadsheet.

2. Data sekunder

Sugiyono (2012: 225) mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, jurnal dan lain sebagainya.

3.4 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), dan variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y) pada Coffeography Jakarta Pusat. Variabel-variabel yang diukur dijelaskan dalam beberapa indikator. Indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1. Tabel Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	No. Item
Kualitas Produk (X_1) (Shaharudin, Mansor, dan Elias, 2011)	Freshness	1
	Presentation	2,3
	Taste	4,5
	Innovative	6,7

Sumber: (Shaharudin, Mansor, dan Elias, 2011)

Variabel	Indikator	No. Item
Harga (X ₂) (Bob Sabran, 2012:79)	Keterjangkaun Harga	8,9
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	10,11
	Kesesuaian harga dengan manfaat	12
	Daya saing harga	13,14

Sumber: (Bob Sabran, 2012:79)

Variabel	Indikator	No. Item
Promosi (X ₃) (Budianto, 2015)	Daya tarik promosi	15
	Keragaman media	16
	Efektifitas promosi	17
	Pesan iklan	18,19

Sumber: (Apri Budianto, 2015)

Variabel	Indikator	No. Item
	Re-purchase (membeli kembali)	20

Kepuasan Konsumen (Y) (Kotler dalam jurnal Suwardi, 2011)	Menciptakan Word- of-Mouth	21,22
	Menciptakan Citra Merek	23
	Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama	24

Sumber: (Kotler dalam jurnal Suwardi, 2011)

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner diukur menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017: 94). Dalam skala *likert* terdapat skor atau bobot terhadap jawaban yang disediakan. Apabila menjawab sangat setuju (SS) memiliki skor 5, setuju (S) memiliki skor 4, netral (N) memiliki skor 3, tidak setuju (TS) memiliki skor 2, dan jika menjawab sangat tidak setuju (STS) memiliki skor 1.

Tabel 3.2. Bobot Alternatif Jawaban Responden

Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2017: 94)

3.5 Metoda Analisis Data

Untuk membahas masalah pokok penelitian, peneliti menggunakan uji statistik data. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel eksogen dan satu variabel endogen.

3.5.1 Metoda Pengelolaan Data

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan *SmartPLS* 3.0.

3.5.2 Metoda Analisis Data

Structural Equation Model (SEM) adalah salah satu bidang kajian statistik yang dapat menguji sebuah rangkaian hubungan yang relatif sulit terukur secara bersamaan. Menurut Santoso (2012) SEM adalah teknik analisis *multivariate* yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi), yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model, baik itu antar indikator dengan konstruksinya, ataupun hubungan antar konstruk.

3.5.3 Metoda Analisis Statistik

Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan (SEM-PLS) dengan menggunakan program *smartPLS* 3.0. Analisis pada PLS dilakukan dengan tiga tahap:

1. Analisa Outer Model.
2. Analisa Inner Model.
3. Pengujian Hipotesis.

3.5.3.1 Measurement Model (Outer Model)

Model ini menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana

setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada outer model:

a. *Convergent validity*. Nilai *convergent validity* adalah nilai *loadingfactor* pada variabel laten dengan indikator-indikator. Nilai *loadingfactor* > 0.7 dikatakan ideal dan masih dapat diterima.

b. *Discriminant Validity*. Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk yang lain.

c. *Composite Reliability*. Data yang memiliki *composite reliability* > 0.8 mempunyai reliabilitas yang tinggi.

d. *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE yang diharapkan > 0.5.

e. *Cronbach Alpha*. Nilai diharapkan > 0.6. untuk semua konstruk.

Uji yang dilakukan diatas merupakan uji pada outer model untuk indikator reflektif. untuk indikator formatif dilakukan pengujian yang berbeda. Uji untuk indikator formatif yaitu dengan *Significance of weights*. Nilai *weight* indikator formatif dengan konstuknya harus signifikan. (Hussein, 2015)

3.5.3.2 Analisis Inner Model

Analisis inner model dikenal juga sebagai analisis *structural* model, yang dilakukan untuk memastikan bahwa *structural* yang dibangun *robust* dan akurat. 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 coefisient (APC)*, *average R-square (ARS)* dan *average varians factor (AVIF)*. APC dan ARS diterima dengan syarat *p-value* < 0,05 dan AVIF lebih kecil dari 5.

b. Koefisien determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai R^2 0.75 baik, 0.50 moderat, sedangkan 0.25 lemah (Ghozali, 2014).

3.5.3.3 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan berbagai evaluasi, baik outer model maupun inner model maka selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel endogen dan variabel eksogen.

Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikasinya. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 10% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%.

Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu:

$P\text{-value} < 0,05$: H_0 di tolak maka H_a ditolak

$P\text{-value} \geq 0,05$: H_0 diterima maka H_a diterima

P-value : *probability value* (nilai probabilitas atau peluang) atau nilai yang menunjukkan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang salah sebesar 5% dan kemudian mengambil keputusan yang benar sebesar 95%. (Ghozali, 2014)

Keterangan :

1. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
 $H_0 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
 $H_a \neq 0$: Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
 $H_0 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
 $H_a \neq 0$: Terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Pengaruh Promosi (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

$H_0 = 0$: Tidak terdapat pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_a \neq 0$: Terdapat pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.