

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antar dua variabel atau lebih sugiyono (2012:51). Untuk analisis digunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Restoran Dapur Solo Sunter.

3.2 Populasi dan Sample

3.2.1 Populasi Penelitian

Bungin (2013:109) berpendapat bahwa populasi digunakan untuk menyebutkan serumpun atau populasi penelitian keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, sehingga objek bisa dijadikan sumber penelitian. Sedangkan menurut sugiyono (2018:130) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi penelitian ini adalah pelanggan yang membeli di Restoran Dapur Solo Sunter.

3.2.2. Sampel penelitian

Sampel dalam penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018 : 131). Pada penelitian ini sampel yang diambil dan dipilih dari populasi Pemilihan *Purposive sampling* dikarenakan penulis mungkin saja telah memahami informasi yang dibutuhkan dan diperoleh dari satu instansi sasaran tertentu yang dapat memberikan informasi yang dikehendaki karena memang memiliki informasi tersebut dan instansi tersebut telah memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Ferdinand, 2014).

Pada penelitian ini sampel diambil selama bulan April 2019 sampai Juni 2019, Ghozali (2014:51) menyatakan bahwa jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian menggunakan PLS dengan jumlah 30 – 100 responden, dengan dasar inilah penulis menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden, adapun kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pelanggan yang melakukan pembelian di Restoran Dapur Solo Sunter setidaknya sebanyak 2 kali .
2. Pelanggan yang melakukan pembelian selama bulan April - Juli.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data merupakan kumpulan nilai dari fakta keberadaan sesuatu atau keadaan yang dapat diamati, diukur, dihitung dan untuk mendapatkan hasil yang bermanfaat diperlukan perlu adanya analisis, klasifikasi, seleksi, pilah – pilah sehingga data yang didapat menjadi bermakna. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari percobaan atau kegiatan lapangan yang dilakukan Timotius (2017:5).

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Data Primer

Sugiyono (2018 : 8), mendefinisikan data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut sugiyono (2018 : 213) yang menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberika data kepada pengumpul data. Data primer disajikan berupakan kuisoner yang diberikan kepada responden.

Metoda pengumpulan data merupakan bagian instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya penelitian Bungin (2013:133), pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuisisioner (Angket). Kuisisioner merupakan metoda pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi

seseorang atau sekelompok orang tentang suatu kejadian tertentu Sugiyono (2012:93).

Tabel 3.1. Skor Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Sugiyono: 2012)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan yang diajukan, maka variabel yang diukur dan dijabarkan ke dalam beberapa indikator mempunyai sub indikator, dan sub indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur dalam menyusun item pada instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner penelitian, variabel yang dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (KP) adalah Kualitas Nasi Langi yang disediakan Restaurant Dapur Solo Sunter. Untuk mengukur Indikator kualitas produk yang telah diterapkan pada penelitian ini diantaranya seperti daya tahan ,keandalan ukuran rasa, tampilan dimana tampilan disajikan berdasarkan kebutuhan pelanggan selanjutnya kesesuaian produk yang disajikan sesuai keinginan pelanggan Restaurant Dapur Solo Sunter.
2. Kualitas Pelayanan (SQ) adalah tingkat pelayanan yang diberikan Restaurant Dapur Solo Sunter kepada pelanggan yang membeli Nasi Langi. Indikator yang diterapkan pada penelitian ini diantaranya kehandalan dari pelayanan, daya tanggap ketepatan waktu pelayanan dan kecepatan dalam merespon pesanan, lalu jaminan pelayan harus berkomunikasi baik dengan pelanggan, rasa empati dari setiap pelayan merupakan hal yang paling sensitif karena menyangkut dengan kepedulian terhadap pelanggan, selanjtnya berwujud dapat dilihat seperti penampilan pelayan dan fasilitas yang menimbulkan rasa nyaman bagi para pelanggan Restaurant Dapur Solo Sunter.

3. Kepuasan pelanggan (PR) adalah rasa senang ,perasaan puas tanggapan pelanggan pembelian Nasi Langi pada Restoran Dapur Solo Sunter. Pada penelitian ini mengulas tentang kepuasan pelanggan yang mempunyai indikator dimana pelanggan mengukur tingkat kepuasan dari Nasi Langi, menilai harga, menilai fasilitas, membeli produk yang ditawarkan, bahkan merekomendasikan produk yang sudah dirasakan pelanggan di Restoran Dapur Solo Sunter.
4. Loyalitas (LY) merupakan perilaku pelanggan dimasa yang akan datang. Pada penelitian ini loyalitas menggambarkan kesetiaan pelanggan Restoran Dapur Solo Sunter dalam mengkonsumsi Nasi Langi untuk jangka panjang dan merekomendasikan kepada orang lain, serta melakukan pembelian ulang, dan memiliki kekebalan terhadap produk kompetitor.

Penelitian ini menggunakan empat variabel laten yaitu kualitas produk(KP), kualitas layanan (SQ), kepuasan pelanggan (PR), dan loyalitas pelanggan (LY). Variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator memiliki sub indikator. Variabel laten (variabel bentukan) merupakan variabel yang dihipotesiskan dapat dikembangkan dan secara operasional harus didefinisikan dari beberapa variabel manifest, semua variabel yang telah dihipotesiskan perlu dirumuskan sub indikatornya sehingga atas dasar itu instrument pengumpulan data yang sesuai dapat dikembangkan. Sub indikator yang digunakan dalam menjelaskan variabel yang sedang diuji, peneliti ingin mendapatkan data yang dihasilkan dari beberapa data lain (Ferdinand, 2014). Sub indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur dalam menyusun sebuah instrument yang berupa pernyataan yang tertera dalam kuesioner penelitian dapat dilihat sebagai berikut :

Table 3.2.

Indikator dan Sub Indikator Variabel Kualitas Produk (KP) Pada Penelitian.

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO ITEM	KODE
Kualitas Produk	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	ukuran masa produk	1	KP1

Table 3.2.

Indikator dan Sub Indikator Variabel Kualitas Produk (KP) Pada Penelitian
(lanjutan)

Kotler & Keller (2016)	Keandalan (<i>Reliability</i>)	ukuran probabilitas	2	KP2
	Tampilan (<i>style</i>)	tampilan berdasarkan kebutuhan pelanggan	3	KP3
	keseuaian (<i>customization</i>)	1.menciptakan kekhasan Produk	4	KP4
		2.produk yang disesuaikan	5	KP5

Tabel 3.3.

Indikator dan Sub Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (SQ) Pada Penelitian.

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INIDKATOR	NO ITEM	KODE
Kualitas Pelayanan Kotler & keller (2016)	Kehandalan (<i>reability</i>)	1.ketepatan waktu pelayanan	6	SQ1
		2.kecepatan layanan	7	SQ2
	daya tanggap (<i>reponsiveness</i>)	1.bersedia membantu	8	SQ3
		2.sigap merespon permintaan	9	SQ4
		3.Komunikasi	10	SQ5
	jaminan (<i>assurance</i>)	1.sopan	11	SQ6
		2.Santun	12	SQ7
		3.perhatian kepada konsumen	13	SQ8
	empati (<i>empathy</i>)	memahami kebutuhan konsumen	14	SQ9
	Berwujud (<i>Tangibles</i>)	1.Peralatan terkini	15	SQ10
		2.Fasilitas fisik	16	SQ11
		3.Penampilan pelayan	17	SQ12

Tabel 3.4.

Indikator dan Sub Indikator Variabel Kepuasan (PR) Pada Penelitian

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO ITEM	KODE
kepuasan pelanggan	kepuasan pelanggan keseluruhan	1.Mengukur tingkat kepuasan terhadap produk	18	PR1
		2.Menilai dan membandingkan produk	19	PR2

Tabel 3.4.

Indikator dan Sub Indikator Variabel Kepuasan (PR) Pada Penelitian (lanjutan)

Tjiptono & Diana (2015)		3.menilai harga	20	PR3	
		4.menilai kecepatan Pelayanan	21	PR4	
		5. menilai fasilitas	22	PR5	
		6.menilai keramahan staf	23	PR6	
	Nilai beli ulang	membeli produk yang sama lagi	24	PR7	
	kesediaan untuk merekomendasikan	kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan prdouk kepada teman	25	PR8	
	Ketidakpuasan pelanggan		1. Komplain	26	PR9
			2. retur atau pengembalian Produk	27	PR10

Tabel 3.5.

Indikator dan Sub Indikator Variabel Loyalitas (LY) Pada Penelitian.

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO ITEM	KODE
Loyalita Pelanggan	melakukan pembelian ulang secara teratur	pembelian berulang	28	LY1
Griffin (2016)	membeli antarlini produk atau jasa	pembelian antarlini	29	LY2
	merekomendasikan kepada orang lain	merekomendasikan produk	30	LY3
	menunjukkan kekebalan	kekebalan produk competitor	31	LY4

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1. Statistik Deskriptif

A. Deskripsi Responden

Deskripsi Responden digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang telah dibagi sesuai jumlah karakteristik yang telah ditentukan yaitu berdasarkan karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, pekerjaan) dan karakteristik responden (jenis produk yang dibeli), dimana deskripsi responden reponden tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran pada bab selanjutnya.

B. Deskripsi jawaban responden

Deskripsi variabel digunakan untuk menganalisis jawaban respoden terhadap variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Untuk mendapatkan hasil jawaban responden yang cenderung terhadap masing-masing variabel, maka dapat didasarkan pada nilai skor rata-rata atau indeks yang dikategorikan kedalam rentang skor berdasarkan perhitungan lima kategori (Umar, 2013).

Daftar interprestasi indeks dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

Indeks	Kategori
20 – 35	Sangta rendah
35 – 51	Rendah
52 – 67	Sedang
68– 83	Tinggi
84– 100	Sangat Tinggi

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik statistik data, digunakan statistik ringan seperti mean, modus, median, data angka tertinggi, data angka rendah, rentangan (Suwartono, 2014). Pada penelitian ini terdapat tiga variabel eksogen dan satu variabel endogen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Deskripsi variabel penelitian berguna untuk mendukung analisis data, Analisis ini menggunakan analisis indeks. Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 20 – 100, dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan daftar interprestasi indeks yang akan

dibuat dalam lima kategori (Umar, 2013), maka rentang 80 dibagi menjadi lima bagian, sehingga menghasilkan rentang untuk masing-masing bagian sebesar 16. 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 :

$$\text{Nilai indeks} = [(\%F1*1)+(\%F2*1)+(\%F3*1)+(\%F4*1)+(\%F5*1)] / 5$$

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

Batas atas rentang skor : $(\%F*5) / 5 = (100*5)/5 = 100$

Batas bawah rentang skor : $(\%F*1) / 5 = (100*1)/5 = 20$

3.5.2. Analisis Jalur (PLS)

Dalam penelitian ini peneliti mengolah data dengan menggunakan *path analysis* (analisis jalur) dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan program WarpPLS 6.0, Menurut Pardede & Manurung (2014:38) analisis jalur merupakan suatu model yang menghubungkan antara variabel eksogen atau perantara dengan satu variabel atau lebih untuk menunjukkan sebab akibat dan juga

menghubungkan kesalahan dengan semua variabel endogen. PLS merupakan metode analisis yang tidak didasarkan dengan banyaknya asumsi, data tidak harus berdistribusi normal *multivariate*, sampel tidak harus besar, PLS digunakan untuk mengkonfirmasi teori tetapi juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Pendekatan PLS berdasarkan variance dan asumsi PLS adalah spesifikasi prediktor (Ghozali, 2014). Sholihin & Ratmono (2013) mengemukakan kategori dari estimasi parameter yang didapat dengan PLS sebagai berikut.

1. *Weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten.
2. Mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan blok indikatornya (loading).
3. Berkaitan dengan *means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten

Analisis jalur secara matematis menjadi model tanpa konstanta untuk membandingkan variabel eksogen, variabel endogen dan variabel mediasi dari berbagai jalur (Ghozali, 2014). Berikut dapat dilihat definisi dari variabel yang diuji dalam penelitian ini :

1. Variabel Eksogen
Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen Sugiyono (2012:59). Variabel eksogen pada penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (KP), kualitas produk (SQ), kepuasan (PR).
2. Variabel Endogen
Variabel endogen merupakan variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah Sugiyono (2012:59). Variabel endogen pada penelitian ini meliputi loyalitas (LY).
3. Variabel Laten
Variabel laten dapat didefinisikan sebagai variabel penyebab yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Pengamat variabel tersebut diamati melalui variabel manifestnya. Variabel manifest adalah variabel indikator

terukur yang dapat diobservasi secara langsung untuk mengukur variabel laten Singgih (2011:7).

4. 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, 2012). Variabel ini sebagai penyela/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 & Ratmono (2013:82) :

- 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*)

Model spesifikasi dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur semua variabel laten dalam PLS terdiri dari tiga bagian :

1. Analisa *Outer model*

Outer model mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel laten (Ghozali, 2014), variabel laten diukur dengan indikator-indikator yang bersifat reflektif, dengan asumsi bahwa konstruk dan variabel laten mempengaruhi indikator (arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifest), variabel laten juga dapat dibentuk oleh indikator-indikator yang bersifat formatif yang mengasumsikan bahwa indikator-indikator mempengaruhi konstruk (arah hubungan kausalitas dari indikator ke konstruk). Didalam analisa outer model akan diuji reabilitas dan validitas untuk indikator reflektif maupun indikator formatif.

A. Indikator Reflektif

Pada proses pengembangan indikator dengan mencari variabel yang sifatnya mencerminkan sebuah variabel konstruk (Ferdinand, 2014). Sedangkan menurut (Ghozali, 2014) Reflektif pada sebuah penelitian menggunakan variabel laten yang diukur dengan indikator-indikator yang bersifat reflektif, dengan asumsi bahwa konstruk dan variabel laten mempengaruhi indikator (arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifest), model reflektif harus memiliki internal konsistensi oleh karena semua ukuran indikator di asumsikan semuanya valid indikator yang mengukur semua konstruk, sehingga dua ukuran indikator yang sama reliabilitasnya dapat saling dipertukarkan, walaupun reliabilitasnya suatu konstruk akan rendah jika hanya ada sedikit indikator tetapi validitas konstruk tidak akan berubah jika satu indikator dihilangkan dan model reflektif adalah merupakan sebuah model yang mengatur suatu konstruk berhubungan dengan sikap (*attitude*) dan niat membeli (*purchase intention*). Sebagai contoh pada penelitian ini variabel kepuasan atas suatu produk memberikan harapan pelanggan bahwa kebutuhan telah terpenuhi oleh produk yang ditawarkan. Kepuasan tercermin pada perilaku dari pelanggan yang tidak mengajukan keluhan atas produk yang dipakai dan pujian setelah menggunakan produk. Kriteria model indikator reflektif adalah :

- a) Arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator
- b) Antar ukuran indikator diharapkan saling berkorelasi
- c) Menghilangkan satu indikator dari model pengukuran tidak akan merubah makna atau arti konstruk
- d) Menghitung adanya kesalahan pengukuran (*error*) pada tingkat indikator
- e) Konstruk memiliki arti “surplus”
- f) Skala skor tidak menggambarkan konstruk

Indikator yang bersifat reflektif dalam pengukuran datanya digunakan uji reabilitas dan uji validitas. Reabilitas berasal dari kata *Reability* yang artinya sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya dan bisa tercapai jikalau hasil pengukuran pada penelitian konsisten, jika instrument digunakan secara berulang maka data yang dihasilkan juga sama (Timotius, 2017), sedangkan menurut (Ferdinand, 2014) reabilitas merupakan instrument pengukuran data dan data yang

dihasilkan disebut reliabel atau terpercaya apabila instrument tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.

Pada dasarnya reabilitas menekankan pada konsistensi data pada suatu penelitian. Untuk validitas atau kesahihan berasal dari validitas yang sejauh mana suatu alat penelitian bisa selalu cermat untuk digunakan, konsepnya terkait dengan sejauh mana alat penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur, menekankan pada seberapa kuat hasil yang diperoleh untuk menjawab hipotesis (Timotius, 2017). Sedangkan menurut (Ferdinand, 2014) Uji Validitas merupakan sebuah uji yang berhubungan dengan mengukur alat yang digunakan yaitu apakah alat yang digunakan dapat mengukur minat beli dan jika instrument pada penelitian sesuai maka instrument tersebut dikatakan valid. Uji validitas dan reabilitas indikator reflektif dan setelah mempelajari kriteria indikator reflektif, berikut merupakan model pengukuran indikator reflektif pada outer model (Ghozali, 2014):

- a. *Covergent validity* dari model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur namun untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup. Sedangkan Sholihin & Ratmono (2013:66) beranggapan syarat validitas konvergen untuk konstruk reflektif yaitu outer loading harus diatas 0,70 dan nilai p signifikan ($<0,05$) karena variabel laten seharusnya minimal dapat menjelaskan variansi setiap indikator sebesar 50%. *Covergent validity* yaitu instrument yang mampu mengumpulkan data yang menghasilkan validitas konvergen yang baik bila instrument itu mendapatkan data mengenai sebuah konstruk memiliki pola yang sama dengan yang dihasilkan oleh instrument lain untuk mengukur konstruk yang sama itu.
- b. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk dimana setiap blok indikator memiliki loading yang lebih tinggi untuk variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indicator variabel laten lainnya. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada

ukuran konstruk lainnya. maka hal menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya. Pengukuran ini digunakan untuk mengukur *reabilitas component score* variable laten dan hasilnya lebih konservatif. Direkomendasikan nilai Average Variance Extracted (AVE) harus lebih besar 0,50 (Ghozali, 2014), instrument yang digunakan untuk mengukur validitas adalah yang pertama *Construct validity* yang merupakan sebuah bangunan variabel yang tidak dapat diamati secara langsung tetapi harus dibangun dari beberapa amatan yang relevan, validitas ini menggambarkan mengenai kemampuan alat ukur untuk menjelaskan sebuah konsep.

- c. *Composite reliability* merupakan blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu internal *consistency* dan nilainya harus di atas 0,60. Dengan menggunakan output PLS pc merupakan *closer approximation* dengan asumsi parameter yang akurat sebagai pengukuran *internal consistence* dan hanya dapat digunakan untuk konstruk dengan *refleksif indicator* (Ghozali, 2014).

B. Indikator Formatif

Pada proses pengembangan indikator formatif diperoleh dari sebuah proses pencarian variabel yang bersifat membentuk sebuah variabel konstruk (Ferdinand, 2014). Variabel laten juga dapat dibentuk oleh indikator-indikator yang bersifat formatif yang mengasumsikan bahwa indikator-indikator mempengaruhi single konstruk (arah hubungan kausalitas dari indikator ke konstruk), arah hubungan kausalitas mengalir dari indikator ke konstruk laten dan indikator sebagai group secara bersama-sama menentukan konsep atau makna empiris dari konstruk laten, oleh karena itu konstruk dengan indikator formatif dievaluasi dengan berdasarkan substantive content dan membandingkan signifikansi statistik dari nilai estimasi *weight* (Ghozali, 2014) :

a. Indikator *Weight*

Indikator weight menyajikan nilai perhitungan pada setiap variabel latennya, setiap skor variabel laten dihitung sebagai sebuah kombinasi dari setiap indikator – indikatornya dimana bobot merupakan koefisien yang menghubungkan indikator – indikator pada variabel laten, evaluasi kelayakan dalam pengukuran variabel formatif menggunakan dua kategori yaitu bobot harus signifikan dengan p kurang dari 0,05 dan 2. nilai VIF kurang 3,3 (Sholihin & Ratmono, 2013), sedangkan menurut (Ghozali, 2014) nilai VIF tidak berada diantara 5 – 10. Jika syarat tersebut terpenuhi maka pengukuran konstruk formatif telah dinilai layak. Adapun kriteria untuk membedakan apakah indikator dalam penelitian ini dalam kostruk reflektif ataukah formatif, Berikut adalah tabel 3.6. kriteria untuk menentukan apakah konstruk formatif atau reflektif :

Tabel 3.6.

Kriteria Untuk Menentukan Apakah Konstruk Formatif atau Reflektif.

Model Formatif	Model Refleksif
Arah kausalitas dari indikator ke konstruk	Arah kausalitas dari konstruk ke indikator
Indikator mendefinisikan karakteristik konstruk	Indikator manifestasi dari konstruk
Perubahan pada indikator harus mengakibatkan perubahan pada konstruk	Perubahan indikator tidak harus menyebabkan perubahan pada konstruk
Perubahan pada konstruk tidak mengakibatkan perubahan pada indikator	Perubahan pada konstruk mengakibatkan perubahan pada indikator
Indikator tidak interchangeable, indikator tidak harus memiliki content yang sama atau mirip	Indikator harus interchangeable, indikator harus memiliki content yang sama atau mirip
Indikator tidak perlu share common theme menghilangkan satu indikator akan merubah makna konstruk	Indikator harus share common theme, Menghilangkan satu indikator tidak akan merubah makna konstruk

Sumber : (Ghozali : 2014)

Tabel 3.6.
Kriteria Untuk Menentukan Apakah Konstruk Formatif atau Reflektif
(Lanjutan)

Tidak perlu adanya kovariance antar indicator	Indikator diharapkan memiliki kovariane satu sama lainnya
Tidak harus perubahan satu indikator berhubungan dengan perubahan indikator lainnya	Harus ada perubahan satu indikator berhubungan dengan perubahan indikator lainnya
Nomological net indikator mungkin berbeda	Nomological net indikator tidak harus berbeda (sama)
Indikator tidak perlu memiliki anteseden dan konsekuen yang sama	Indikator harus memiliki anteseden dan konsekuen yang sama

Sumber : (Ghozali : 2014)

2. Analisa Inner model

Inner Model menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. Inner model bisa disebut dengan model struktural yang dievaluasi menggunakan koefisien determinan *R-square*. *R-square* dapat digunakan untuk mempengaruhi variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantive (Ghozali, 2014). Adapun kriteria inner model adalah sebagai berikut :

- a. *Fif & Indices*, Untuk menguji model yang memiliki kecocokan data yang dimana dapat dilihat dengan indeks pengujian seperti *Average path coefficient (APC)*, *Average R-square (ARS)*, *Average variance inflation factor (AVIF)* dengan kriteria APC dan ARS diterima dengan syarat $p\text{-value} < 0,50$ dan $VIF < 5$ menurut Ghozali (2014). Dan memvalidasi model secara keseluruhan maka dapat digunakan *goodness of fit (GOF)* yaitu merupakan ukuran tunggal yang digunakan untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran outer model dan model struktural inner model.
- b. R^2 untuk variabel laten endogen sebesar 0.67, 0.33 dan 0.19 mengidentifikasi bahwa model “baik”, “moderat”, dan “lemah”.

3. Pengujian hipotesis dilakukan dengan pelaksanaan percobaan, apakah prediksi yang dibuat akurat dan mendukung hipotesa atau tidak (Timotius, 2017). Setelah melakukan evaluasi outer model ataupun inner model maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel eksogen dan endogen. Pengujian ini digunakan dengan cara analisis jalur (*path analysis*) atas model yang telah dibuat oleh peneliti. Untuk melihat hasil uji hipotesa secara simultan atau secara bersama-sama dilihat uji validitas dan reliabilitas dari pengolahan data variabel secara simultan. Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan (Ghozali, 2014). Menurut Supranto (2012:197) suatu pengujian hipotesis statistik merupakan suatu kriteria yang bisa menyebutkan dalam setiap hasil dari sampel yang bisa untuk menentukan ditolak atau diterimanya suatu hipotesis. Hipotesis yang akan diuji pada umumnya adalah

- a. Hipotesis null : H_0
- b. Hipotesis alternative : H_a

Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansi berdasarkan atas data perkiraan hasil dari penelitian sampel Supranto (2012:197). Dalam penelitian sosial ekonomi biasanya tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 5% atau 0,05 artinya dalam penelitian ini ada kemungkinan untuk mengambil keputusan yang salah sebanyak 5% atau tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95% (Ghozali, 2014). Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu :

$p\text{-value} < 0,05$, maka H_0 diterima.

$p\text{-value} \geq 0,05$: maka H_0 ditolak.

Berikut adalah hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah :

1. H_{10} : kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
 H_{1a} : kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. H_{2o}: kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
H_{2a} : kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. H_{3o}: kualitas pelayanan tidak pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
H_{3a} : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. H_{4o}: kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
H_{4a} : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
5. H_{5o}: kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
H_{5a} : kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
6. H_{6o}: kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
H_{6a} : kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
7. H_{7o}: kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
H_{7a} : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Restoran Dapur Solo

Berawal dari sebuah garasi rumah sederhana di tahun 1988 dengan bermodalkan sekedar cobek dan blender, kelahiran Dapur Solo bermula dari keinginan untuk mengisi waktu luang dengan menyediakan rujak dan aneka jus bagi anak-anak yang pulang sekolah dan ibu-ibu di lingkungan perumahan. Dari kegemarannya menyantap rujak dan jus buah, Ny. Swan menjadikan garasi rumahnya menjadi tempat usaha kecil-kecilan sekaligus membuat brosur promosi, yang ia sebarkan dari rumah ke rumah.

Seiring dengan usahanya yang terus berkembang, Ny. Swan pun memberanikan diri untuk menyewa ruko dan membuka rumah makan yang menyediakan aneka kuliner khas Solo. Kini, 30 tahun telah berlalu dan tanpa terasa proses yang dilalui dengan ketekunan, keuletan, sikap pantang menyerah, serta keahlian untuk mengkreasi makanan terbaik dengan kesungguhan untuk melayani, telah membawa Dapur Solo ke tempat istimewa di hati banyak orang.

Dapur Solo senantiasa bertumbuh dan berinovasi melalui penyegaran outlet-outlet dengan tampilan baru serta pengembangan aneka menu unik dan kreatif. Kami pun terus mengembangkan proses dapur yang professional agar mampu memproduksi dan menjaga makanan tetap di level yang terbaik. Secara paralel, kami melatih sumber daya manusia yang ada untuk selalu memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen.

Restoran Dapur Solo juga meraih penghargaan Anugerah Brand Indonesia 2018 yang diselenggarakan oleh *Tras N Co Research*. Penghargaan bergengsi ini diraih karena eksistensi Dapur Solo selama lebih dari 35 tahun di industri kuliner Indonesia.