

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah metode atau strategi ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kepentingan tertentu. Untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan, diperlukan metode yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan asosiatif yang berarti penelitian ditargetkan untuk menentukan efek atau hubungan antara dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2019:258). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian survey, yaitu salah satu penelitian yang dilakukan untuk populasi besar dan kecil, tetapi data yang diteliti adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian, sebaran dan hubungan relatif antara sosiologis dan psikologis variabel (Sugiyono, 2019:14). Analisis penelitian yang digunakan adalah statistik deskriptif dan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2019:262) Statistik deskriptif merupakan statistik yang berfungsi mendeskripsikan (memberi gambaran) terhadap suatu objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Sedangkan metode kuantitatif yang merupakan metode penelitian berdasarkan filosofi positivis, digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik, untuk keperluan pemodelan, penggambaran, dan pengujian hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2019:13).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah suatu daerah yang digeneralisasikan yang meliputi objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian dari kesimpulannya (Sugiyono, 2019:135). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh anggota member yang terdaftar sejak Januari 2021 sampai Desember 2021 yang berjumlah 120 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan

ciri-ciri yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono,2019:136). Sampel bagian dalam penelitian ini didapat dari mulai sejak populasi menggunakan teknik purposive sampling yaitu sebuah teknik penentuan sampel yang menggunakan standard tertentu (Sugiyono, 2019:144). Kriteria sampel yang digunakan adalah pelanggan yang telah menjadi member minimal 2 (dua) kali di Power Gym Jakarta Utara yang berjumlah 100 responden. Menurut Ghazali (2014:30), besarnya sampel untuk pengujian PLS digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten dan memiliki pengaruh yang lebih besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampai 100 kasus.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:208) teknik dalam pengumpulan data penelitian kuantitatif dapat dilakukan dengan cara tes, kuesioner atau angket, wawancara, dan observasi secara sistematis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik kuantitatif yang dilakukan dengan cara kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan menggunakan cara memberikan beberapa pertanyaan tertutup maupun terbuka kepada responden (Sugiyono, 2019:216). Setelah hasil data kuesioner diperoleh, langkah selanjutnya adalah mengukur data dengan menggunakan skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang dalam fenomena sosial. Langkah-langkah pengukuran dalam kuesioner dikumpulkan atau dikumpulkan dengan menggunakan indikator-indikator pada setiap variabel. Tanggapan untuk setiap item pada kuesioner berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif.

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert

No	Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019:165)

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019:38) variabel ialah merupakan segala jenis yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian menarik kesimpulannya. Operasionalisasi yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu jenis, indikator, dan skala dari beberapa variabel yang ada di dalam suatu penelitian. Berikut operasionalisasi variabel dalam penelitian sebagai berikut ini:

a. Fasilitas (FLS)

Fasilitas pelayanan fitness yang digunakan untuk menyelenggarakan upaya pelayanan baik member dan non-member, baik secara promotif, preventif, kuratif maupun rehabilitative yang dilakukan oleh Power Gym Jakarta Utara

b. Harga (HRG)

Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan member terhadap layanan yang mereka terima dari Power Gym Jakarta Utara

c. Loyalitas Pelanggan (LPL)

Loyalitas Konsumen ialah komitmen yang dipegang oleh member secara mendalam untuk memberi atau mendukung kembali jasa yang diberikan oleh Power Gym Jakarta Utara

d. Kepuasan Konsumen (KKS)

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan layanan jasa yang diberikan oleh Power Gym Jakarta Utara sehingga memenuhi harapan member.

Dari masing-masing indikator pada setiap variabel memiliki sub indikator yang digunakan sebagai dasar untuk membuat suatu pernyataan kuisioner. Adapun pernyataan yang dibuat sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indikator Fasilitas

Indikator	Item	Kode
Perencanaan Spasial	1	FLS1
Perancangan Tempat	2	FLS2
Perlengkapan atau Perabotan	3	FLS3
Tata Cahaya dan Corak	4	FLS4
Elemen Pendukung	5	FLS5

Sumber : Nadianingrum & Asron (2020:533)

Tabel 3.3 Indikator Harga

Indikator	Item	Kode
Keterjangkauan Harga	6	HRG1
Asumsi Harga-Kualitas	7	HRG2
Daya Saing Harga	8	HRG3
Asumsi Harga-Manfaat	9	HRG4

Sumber : Kotler (2017)

Tabel 3.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator	Item	Kode
Kepuasan Konsumen	10	KKS1
Dimensi Kepuasan	11	KKS2
Kesesuaian Harapan	12	KKS3
Pembelian Kembali	13	KKS4
Rekomendasi	14	KKS5

Sumber : Tjiptono (2019:394)

Tabel 3.5 Indikator Loyalitas Pelanggan

Indikator	Item	Kode
Pembelian Berulang	15	LPL1
Membeli produk dan jasa	16	LPL2
Referensi kepada orang lain	17	LPL3
Menunjukkan loyalitas	18	LPL4

Sumber : Griffin (2019:13)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statististik Deskriptif

a. Deskripsi Responden

Deskripsi responden membantu untuk mengidentifikasi jumlah responden yang tersebar menurut karakteristik yang telah ditentukan, yaitu menurut karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, pekerjaan).

b. Analisis Jawaban Responden

Uraian variabel ini yang digunakan tuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel pengaruh fasilitas, persepsi harga, loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen. Untuk menghasilkan kesamaan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka didasarkan pada nilai skor rata-rata atau nilai indeks kemudian dikategorikan ke dalam rentang skor berlandaskan pada perhitungan *three box method* (Ferdinand, 2014:231). Angka indeks ini menggambarkan skor 20 sampai 100 menggunakan rentang sebanyak 80. Dengan memakai kriteria tiga kotak atau *three box method*, maka rentang sebanyak 80 dibagi sebagai tiga bagian, sebagai akibatnya rentang buat setiap bagian sebanyak 26, lalu rentang tadi bisa dipakai menjadi daftar interpretasi indeks.

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:

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

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

Menurut Sugiyono (2016:147) kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*). Dalam analisis jalur ada kecenderungan model dalam keeratan hubungan sebab-akibat. Analisis jalur dipergunakan untuk menguji pola hubungan yang mengungkapkan pengaruh satu variabel dengan sekumpulan variabel terhadap variabel lain, baik langsung maupun tidak langsung. Hubungan langsung terjadi jika salah satu variabel mempengaruhi variabel lain tanpa variabel ketiga yang memediasi, sedangkan hubungan tidak langsung terjadi jika variabel ketiga memediasi hubungan antara keduanya.

Dalam analisis jalur terdapat beberapa konsep dan istilah dasar yaitu:

1. Model Jalur

Model jalur merupakan diagram pengelompokan variabel bebas, prantara, dan terikat. model ini ditunjukkan oleh panah. Tanda panah tunggal ini menunjukkan hubungan sebab-akibat antar variabel-variabel eksogen atau intermediet dengan variabel terikat atau lebih. Panah juga menghubungkan

kesalahan (variabel residual) ke semua variabel endogen masing-masing. Panah ganda menunjukkan korelasi antar pasangan variabel eksogen.

2. Variabel Eksogen

Menurut Sugiyono (2018:36) variabel eksogen ini merupakan variabel yang mempengaruhi sebab perubahannya variabel dependen. Variabel eksogen dalam model jalur ini adalah semua variabel tanpa penyebab yang jelas atau dalam grafik tanpa panah arah, kecuali pada bagian kesalahan pengukuran.

3. Variabel Endogen

Menurut Sugiyono (2017:37) variabel endogen merupakan variabel yang nilainya tergantung pada variabel lain, dimana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Variabel endogen dalam model jalur ini adalah variabel dengan panah menunjuk ke variabel. Variabel yang dimasukkan meliputi variabel perantara dan variabel terikat. Variabel perantara endogen memiliki panah yang menunjuk ke dan dari arah variabel dalam pola pathmap. Variabel terikat hanya memiliki panah yang menunjuk ke sana.

4. Variabel Mediasi

Menurut Sugiyono (2019:39) Variabel mediasi adalah variabel yang memiliki pengaruh teoritis, hubungan antara variabel bebas, variabel eksogen dan variabel endogen bersifat tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.

Pengumpulan data dalam ini dilakukan dengan bantuan computer dan menggunakan software WarpPls 6.0. Data ini disajikan dalam bentuk tabel dan diagram. Tujuannya agar data output dapat disajikan dengan ringkas. Alat analisis data yang digunakan adalah PLS (Partial Least Square). PLS adalah analisis persamaan struktural berbasis varian yang dapat menguji model pengukuran dan memeriksa model struktural secara bersamaan.

Model pengukuran ini digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk menguji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi). Langkah-langkah analisis PLS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisis Outer Model

Model pengukuran mendefinisikan hubungan antara setiap blok indikator dan variabel latennya, yang biasa dikenal sebagai model ekstrinsik. Variabel laten dapat diukur melalui indikator refleksi dan formasi. Rancangan model pengukuran menentukan sifat indikator dari setiap variabel laten, apakah reflektif atau konstruktif, berdasarkan definisi aktif dari variabel tersebut. Model ekstrinsik mendefinisikan hubungan antara variabel laten dan indikator atau variabel manifestnya (measurement model) (Ghozali, 2014:39)

Menurut Ghozali (2014:54) terdapat pengujian outer model atau evaluasi model pengukuran refleksi diantaranya yaitu:

a. *Loading Faktor*

Nilai *loading faktor* pada variabel laten masing-masing indikator dengan nilai *loading faktor* harus diatas 0,70.

b. *Composite Realibility*

Composite Realibility yaitu mengukur konsistensi internal dan harus lebih besar dari 0,60.

c. *Validitas Discriminan*

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

d. *Cross Loading*

Cross Loading merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan dengan demikian diharapkan setiap blok indikator memiliki *loading* lebih tinggi untuk masing-masing variabel laten yang diukur dan dibandingkan dengan indikator untuk laten variabel yang lain

Menurut Haryono (2017:372), nilai *loading factor* ≥ 0.7 dikatakan ideal, artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibentuknya, dalam pengalaman empiris penelitian, nilai *loading factor* ≥ 0.5 masih dapat diterima, bahkan sebagian ahli mentolerir angka 0.4, dengan demikian nilai *loading factor* ≤ 0.4 harus dikeluarkan dari model.

b. Analisis Outer Model

Analisa inner model atau analisa structural model merupakan analisis yang menjelaskan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif (Ghozali, 2014:41). Evaluasi inner model dapat dilihat menggunakan beberapa indikator yaitu:

a. Uji Kecocokan Model (model fit)

Uji kecocokan model digunakan untuk memeriksa apakah model cocok dengan data. Pada model fit test, terdapat tiga metric test, yaitu mean path test (APC), mean Rsquared (ARS) dan mean coefficient of variance (AVIV), APC dan ARS diterima selama p-value kurang dari 0,50 dan AVIV kurang dari 5.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi untuk mengetahui bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67, 0,33, dan 0,19 menunjukkan bahwa model baik, sedang, dan lemah (Ghozali, 2014:76)

c. *Q-square*

Model juga dievaluasi dengan memeriksa hasil ramalan Q-square yang terkait dengan model konstruktif. Q-square, mengukur seberapa baik model dan estimasi parameternya menghasilkan observasi. Rentang nilai untuk kuantitas Q^2 adalah 0, kurang dari Q^2 dan kurang dari 1. Semakin mendekati 1, semakin baik modelnya. Besarnya Q^2 sesuai dengan jumlah koefisien determinasi untuk analisis jalur. Nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut bersifat prediktif relevansi, sedangkan nilai Q^2 yang lebih kecil dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut tidak prediktif. Perhitungan total Q^2 didasarkan pada rumus berikut:

$$Q^2 = 1 - \{(1R1^2) (1R2^2) \dots \dots \dots \} \text{ (Chin, 1998: 43)}$$

d. Uji hipotesis

Pengujian hipotesis dipakai untuk menjelaskan arah pengaruh antara variabel independent dan variabel dependennya. Pengujian yang memakai analisis jalur atau path analysis atau model yang telah dibuat hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat path coefficient dan tingkat signifikansinya lalu dapat dibandingkan dengan hipotesis penelitian untuk

mengetahui hasil uji hipotesis secara simultan *path coefficient* yang digunakan untuk melihat seberapa besar nilai setiap koefisien jalur.

Secara statistik hipotesis dapat diterima atau ditolak, dihitung melalui tingkat signifikansi, tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak hipotesis. Nilai A P (nilai probabilitas) adalah nilai probabilitas atau nilai peluang yang menunjukkan peluang suatu bilangan yang diberikan digeneralisasikan ke populasi, yaitu peluang 95 keputusan benar, keputusan salah adalah 5%.

Ho ditolak jika p-value kurang dari 0,05

Ho diterima jika p-value lebih besar atau sama dengan 0,05

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Analisis Pengaruh Langsung

1. $H_{0.1}$: Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Power Gym

$H_{a.1}$: Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Power Gym

2. $H_{0.2}$: Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Power Gym

$H_{a.2}$: Persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Power Gym

3. $H_{0.3}$: Loyalitas pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Power Gym

$H_{a.3}$: Loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Power Gym

4. $H_{0.4}$: Fasilitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Power Gym

$H_{a.4}$: Fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Power Gym

5. $H_{0.5}$: Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Power Gym

- $H_{a.5}$: Persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Power Gym
6. $H_{0.6}$: Fasilitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen di Power Gym
- $H_{a.6}$: Fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen di Power Gym
7. $H_{0.7}$: Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen di Power Gym
- $H_{a.7}$: Persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen di Power Gym