BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang apakah kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Elbricks *Skatepark*.

Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik atau kuantitatif dengan tujuan untuk menggambarkan atau menguji hipotesis yang telah diterapkan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*), karena untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan pengaruh langsung atau tidak langsung antar variabel eksogen dengan variabel endogen serta menyebarkan kuisioner kepada pelanggan.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018).

Dalam penelitian ini populasi umumnya adalah kesuluruhan para pelanggan Elbricks Skatepark. Sedangkan populasi sasarannya adalah seluruh pelanggan yang datang lebih dari satu kali di Elbricks *Skatepark*, dimana jumlahnya tidak diketahui dengan pasti.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu para pelanggan yang datang ke Elbricks *Skatepark* lebih dari satu kali.

Teknik yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu Teknik yang pengambilan sampel tidak dipilih secara acak, dengan metode purposive sampling, karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang mengunjungi Elbricks Skatepark, disebabkan jumlah polulasi yang tidak diketahui dengan kata lain tidak terhingga oleh karna itu dalam pelaksanaan penyebaran kuisoner yang digunakan sebanyak 100 responden untuk memperkuat dalam pengolahan data dan Penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS 3.0.

3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2018) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Data primer tersebut dikumpulkan melalui kuisioner, kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan secara langsung kepada responden, Kuisioner diukur menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Selanjutnya, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item item instrument kuisioner. Jawaban setiap item kuisioner mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisoner kepada responden yang pernah datang ke Elbricks Skatepark, kemudian responden akan menjawab pertanyaan sistematis. Pilihan jawaban juga telah tersedia, responden memilah jawaban yang sesuai dan dianggap benar setiap individu

3.3.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah tahapan secara sistematis untuk memperoleh data yang dibutuhkan guna mencapai dari penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan kuesioner. Data tersebut didapatkan dengan memberikan angket/kuesioner pada sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2018) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyebaran kuisioner dilakukan dengan cara bertemu langsung maupun melalui link google form kepada kepada responden yang telah membeli atau pelanggan Elbricks *Skatepark*. Pada penelitian ini penyebaran kuisioner dilakukan secara offline dalam kurun waktu 7-14 hari.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menentukan jenis, indeks, dan skala variabel yang relevan dengan penelitian. Identifikasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data dan melakukan analisis statistik. Identifikasi variable-variabel yang digunakan penelitian ini untuk memperoleh data dan melakukan analisis secara statistik. Menurut Sugiyono (2018) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut merupakan Operasional Variabel dalam penelitian ini yang meliputi:

1. Kualitas Pelayanan
2. Persepsi Harga
3. Kepuasan Pelanggan

4. Loyalitas pelanggan

Variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing masing mempunyai sub indikator. Sub indikator akan dijadikan dasar untuk indikator item-item kuisioner yang berupa pertanyaan dan pernyataan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat:

Tabel 3.1 Indikator dan Sub Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	Deskripsi	Item	Kode
Kualitas Pelayanan (X_1)	Berwujud	Kondisi skatepark dalam keadaan baik dan terawat	1	KPl1
	Empati	Karyawan tidak menunjukan kesan sibuk saat melayani pelanggan	2	KPl2
	Cepat tanggap	Cepat dan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan terkait kondisi *Skatepark*	3	KPl3
	Keandalan	Peralatan *Skatepark* memadai seperti *obstacle* dan lainnya	4	KPl4
		Skatepark selalu dalam keadaan bersih	5	KPl5
	Kepastian	Elbricks *Skatepark* selalu menginformasikan jadwal tutup dan buka *Skatepark* serta biaya sewa lapangan	6	KPl6

Kotler dalam Khairuddin (2021)

Tabel 3.2 Indikator dan Sub Indikator Persepsi Harga

Variabel	Indikator	Deskripsi	Item	Kode
Persepsi Harga (X_2)	Persepsi Kualitas	Kualitas *Skatepark* yang diberikan sebanding dengan harga yang ditawarkan	1	PHg1
		Kualitas pelayanan yang diberikan sebanding dengan harga yang diberikan	2	PHg2

	Persepsi Biaya yang dikeluarkan	Perbandingan harga yang diberikan lebih murah dibanding tempat lain	3	PHg3
		Harga tiket yang diberikan oleh elbricks Skatepark sudah cukup terjangkau	4	PHg4

Maliq dan Yaqoop dalam Fauziyah (2021)

Tabel 3.3 Indikator dan Sub Indikator Kepuasan Pelanggan

Variabel	Indikator	Deskripsi	Item	Kode
Kepuasan Pelanggan (Z)	Kinerja	Kinerja peralatan yang ada pada Elbricks *Skatepark* sudah sesuai keinginan	1	KPn1
		Pelayanan yang diberikan Elbricks *Skatepark* sudah sesuai keinginan	2	KPn2
		Kinerja Karyawan yang diberikan Elbricks *Skatepark* sudah sesuai dengan keinginan	3	KPn3
	Harapan	Semua hal yang dinikmati dan dirasakan manfaatnya oleh pelanggan	4	KPn4
		Semua hal yang perlu dikorbankan oleh pelanggan untuk mendapatkan berbagai manfaat	5	KPn5
		Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan	6	KPn6

Kotler & Keller (2019)

Tabel 3.4 Indikator dan Sub Indikator Loyalitas Pelanggan

Variabel	Indikator	Deskripsi	Item	Kode
Loyalitas Pelanggan (Y)	Pembelian Berulang	Pelanggan akan tetap memilih Elbricks *Skatepark* sebagai tempat bermain	1	LPn1
	Memberikan referensi kepada orang lain	Pelanggan merekomendasikan Elbricks *Skatepark* kepada orang lain	2	LPn2
	Penolakan terhadap produk pesaing	Pelanggan memilih Elbricks *Skatepark* dibanding tempat lain untuk bermain	3	LPn3
		Saya akan selalu bermain di *Elbricks* Skatepark walaupun ditempat lain lebih murah	4	LPn4

Tjiptono (2019)

3.5. Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel intervening dalam penelitian ini digunakan metode analisis jalur (path analysis). Penggunaan metode analisis jalur bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung seperangkat variable eksogen terhadap variabel endogen (Budiono, 2020).

3.5.1. Model PLS

Dalam penelitian ini menggunakan model *Partial Least Squares* (PLS) yaitu berdasarkan penjabaran Furadantin (2018) dilakukan dengan tiga tahapan model berikut ini:

1. *Outer* model atau pengukuran model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel), pengujian yang dilakukan pada outer model terdiri dari uji Convergent

Validity, Discriminant Validity, Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability dan Cronbach Alpha (Paulus & Laurens, 2018). Uji yang dilakukan outer model yaitu:

1. Convergent Validity

   Nilai Convergent Validity merupakan nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan > 0,6 (Mahdi & Imam, 2017).

2. Discriminant Validity

   Nilai yang di evaluasi melalui cross loading yang kemudian membandingkan nilai AVE dengan kuadrat nilai korelasi antar konstruk (atau membandingkan akar AVE dengan korelasi antar konstruk). Ukuran cross loading adalah membandingkan korelasi indikator dengan konstruknya dan konstruk dari blok lainnya, untuk ukuran discriminant validity lainnya adalah akar AVE harus lebih tinggi dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya atau nilai AVE lebih tinggi dari kuadrat korelasi antar konstruk (Khotimah, 2018).

3. Composite Reliability

   Dapat dilihat dari nilai latent variable coefficient. Dari output ini, maka kriteria dilihat dari dua hal yaitu composite reliability dan cronbach's alpha. Keduanya harus bernilai di atas 0,70 sebagai syarat reliabilitas (Khotimah, 2018).

2. Inner Model atau Model Struktual

Inner model disebut juga dengan inner relation, structural model atau substantive theory, menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Inner model dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen atau variabel laten endogen. Menilai PLS dilihat dari R-square untuk setiap variabel laten dependen. Perubahan nilai R-square digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen tertentu terhadap variabel laten dependen secara

substantif (Hilmansyah, 2019). Evaluasi pada inner model dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi yaitu:

1. Koefisien Determinasi (R^2)

   Suatu nilai yang menunjukkan besarnya hubungan atau korelasi antar variabel. Nilai R-Squared berkisar antara $0 < R^2 < 1$ dimana semakin mendekati 1 maka semakin memiliki hubungan yang kuat, demikian pula sebaliknya. Koefisien determinasi yang digunakan merupakan nilai adjusted R square karena lebih dapat di percaya dalam mengevaluasi model regresi, nilai adjusted R square dapat naik atau turun apabila suatu variabel independen di tambahkan ke dalam model (Syukri & Hinaya, 2019).

2. Penilaian Goodness of Fit (GoF)

   Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk menggambarkan tingkat kelayakan model secara keseluruhan. Nilai GoF diperoleh dari akar kuadrat dari average communalities index dikalikan dengan nilai rata-rata R^2 model dan terbentang dari angka 0 – 1 dengan interpretasi nilai yang dibagi menjadi tiga, nilai GoF = 0,1 (kecil), GoF= 0,25 (sedang) dan GoF= 0,38 (besar) (Ngadiman, 2020).

3.5.2. Penggujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel tersebut. Uji hipotesis bertujuan untuk menguji apakah data dari sampel yang ada sudah cukup untuk menggambarkan populasi.

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing – masing variable independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan dengan kriteria apabila nilai signifikansi 0,05 maka hipotesis ditolak. Sedangkan uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variable bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi 0,05 artinya

model penelitian tidak layak digunakan. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95%.

3.5.3. Hipotesis Statistik

1. H_0: Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan.

   H_a: Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. H_0: Persepsi harga tidak berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Pelanggan.

   H_a: Persepsi Harga berpengaruh langsung terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. H_0: Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan.

   H_a: Kepuasan Pelanggan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan.

4. H_0: Kepuasan Pelanggan tidak memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

   H_a: Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

5. H_0: Kepuasan Pelanggan tidak memediasi Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

   H_a: Kepuasan Pelanggan memediasi Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.