BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Pada penelitian ini strategi yang digunakan adalah strategi penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:51), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas atau eksogen dan variabel terkait atau endogen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:15), 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.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Hadi (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik sebuah kesimpulannya. Sedangkan menurut Sugiyono (2018:130) mengemukakan bahwa 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 konsumen Ropisbak Ghifari Balai Pustaka. Populasi sasaran adalah konsumen yang membeli roti bakar di Ropisbak Ghifari Balai Pustaka dalam kurun waktu 2 bulan terakhir, yaitu pada bulan November 2021 dan Desember 2021. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut menurut Sugiyono (2018:131).

Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu Sugiyono (2018:138).

Kriteria sampel dalam penelitian ini konsumen yang pernah membeli roti bakar di Ropisnak Ghifari.. Dikarenakan jumlah populasi sasaran tidak diketahui maka peneliti memutuskan untuk menggunakan sebanyak 100 responden, sebagaimana pendapat Ghozali (2014:30) yang menyatakan bahwa besarnya sampel untuk pengujian PLS untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten dan memiliki pengaruh yang lebih besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampai 100.

3.4 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2018:213) 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, Sugiyono (2018:219).

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, Sugiyono (2018:132).

Tabel 3. 1 Penilaian Skala Likert

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu-Ragu	RG	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	ST	5

Sumber: Sugiyono (2018:152)

3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi 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 variabel variabel yang digunakan penelitian ini untuk memperoleh data dan melakukan analisis secara statistik. Menurut Sugiyono (2018:55) 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.

Adapun operasionalisai variabel dalam penelitian ini meliputi:

1, Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik roti bakar yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Kualitas Produk di Ropisbak Ghifari Raawamangun sangat diperhatikan mengenai kesegaran produk, tingkat higienis produk dan juga citra rasa produk yang sesuai dengan konsumen. Kualitas produk dapat diukur dengan indikator yaitu; bentuk, fitur, penyesuaian, kualitas kerja, kualitas kesesuaian, ketahanan, dan gaya.

2. Kualitas Pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan Ropisbak Ghifari, seperti pelayanan yang tanggap, penguasaan pengetahuan produk, perilaku yang sopan, dan komunikasi yang baik agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk kualitas pelayanan sendiri diukur dengan wujud, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan.

3. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersiapkan roti bakar dan pelayanan di Ropisbak Ghifari Balai Pustaka terhadap ekspektasi mereka dan kepuasan konsumen sendiri dapat diukur dengan indikator harapan, pembelian kembali, dan kebutuhan.

4. Loyalitas Konsumen, komitmen konsumen terhadap roti bakar Ropisbak Ghifari Rawamngun berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Loyalitas konsumen Ropisbak Ghifari Balai Pustaka dapat diukur dengan indikator pembelian ulang, memberikan referensi pada orang lain, dan penolakan terhadap produk pesaing.

Variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing mempunyai sub indikator. Sub indikator akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen kuisioner yang berupa pertanyaan dan pernyataan. Indikator - indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat Tabel 3.2:

Tabel 3. 2

Indikator dan Sub Indikator Kualitas Produk

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Bentuk	Struktur Produk	1	KPR1
Fitur	Fitur Produk	2	KPR2
Penyesuaian	Penyesuaian Produk	3	KPR3
Kualitas Kinerja	Karakteristik Produk	4	KPR4
Kualitas Kesesuaian	Unit yang Dioproduksi Identik	5	KPR5
Ketahanan	Tahan Lama	6	KPR6
Gaya	Rasa Produk	7	KPR7

Sumber: Kotler dan Keller (2019:8-10)

Tabel 3. 3

Indikator dan Sub Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Berwujud	Penampilan Fisik	8	KPL1
Empati	Komunikasi yang Baik	9	KPL2
Daya Tanggap	Pelayanan Tanggap	10	KPL3
Keandalan	Layanan Memuaskan	11	KPL4
Jaminan	Jaminan Keamanan	12	KPL5

Sumber: Tjiptono (2014:268)

Tabel 3. 4

Indikator dan Sub Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Pembelian Kembali	Membeli Kembali Produk	13	KSN1
Kebutuhan	Produk Sesuai Keinginan	14	KSN2
Harapan	Produk Sesuai Harapan	15	KSN3

Sumber: Kotler dan Keller (2019:138-139)

Tabel 3. 5

Indikator dan Sub Indikator Loyalitas Konsumen

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Pembelian Berulang	Membeli Produk Berulang Kali	16	LKN1
Memberikan Referensi Kepada Orang Lain	Merekomendasikan Produk	17	LKN2
Penolakan Terhadap Produk Pesaing	Membeli Produk di Perusahaan yang Sama	18	LKN3

Sumber: Tjiptono (2014:110)

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Statistik Deskriptif

3.6.1.1 Karakteristik responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang telah dibagi sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan berdasarkan karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, status) dsn jugs ksrskteristik responden (varian rasa produk yang disukai, cabang lain yang diketahui, dan juga kapan terakhir membeli produk). Deskripsi responden akan ditampilkan didalam bentuk tabel.

3.6.1.2 Analisis jawaban responden

Deskripsi variabel dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen dengan menggunakan analisis indeks. Menurut Ferdinand (2014:231), untuk menghasilkan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel, maka didasarkan pada nilai skor rata-rata atau nilai indeks kemudian dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method*. Angka indeks menunjukan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan *three box method*, maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga rentang untuk setiap bagian sebesar 26, kemudian rentang tersebut dapat digunakan sebagai daftar interprestasi indeks berikut:

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

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

Nilai *indeks* = [(%F1*1) + (%F2*2) + (%F3*3) + (%F4*4) + (%F5*5)] / 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.

3.6.2 Analisis Jalur

Dalam penelitian ini mengunakan analisis jalur (*path analysis*). Menurut Supardi (2013:271), Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi berganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1, X_2, X_3 terhadap Y serta dampaknya terhadap Z. Analisis jalur mempunyai tujuan, yaitu untuk menerangkan pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas dengan seperangkat variabel terikat, Supriyadi (2013:272).

Dalam analisis jalur terdapat beberapa konsep dan istilah dasar menurut Supriyadi (2013:273) yaitu sebagai berikut:

1. Model Jalur

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

2. Variabel Eksogen

   Variabel eksogen merupakan variabel-variabel yang tidak ada penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak panah yang menuju kearahnya, selain bagian kesalahan pengukuran. Dan jika antara variabel eksogen dikorelasikan maka korelasi tersebut ditunjukkan dengan anak panah dengan kepala dua yang menghubungkan antar variabel tersebut.

3. Variabel endogen

   Variabel endogen adalah variabel yang mempunyai anak-anak panah menuju kearah variabel tersebut. Variabel yang termasuk didalamnya adalah mencakup semua variabel perantara dan tergantung. Variabel perantara endogen mempunyai anak panah yang menuju kearahnya dan dari arah variabel tersebut dalam suatu model diagram jalur. Sedangkan variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju kearahnya.

4. Variabel Laten

   Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Pengamatan variabel tersebuat dapaat diamati melalusi variabel manifesnya. Variabel manifes adalah variabel indikator terukur yang dapat diobservasi secara langsung untuk mengukur variabel laten.

5. Variabel Mediasi

   Variabel mediasi merupakan variabel yang secara teoritik mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel ini merupakan varibel penyala/antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

Data yang sudah dikumpulkan lalu diolah menggunakan alat bantu berupa program komputer yaitu dengan menggunakan *software* WarpPls 7.0. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk tabel dan diagram dengan tujuan supaya output data dapat disajikan secara ringkas. Alat analisis data yang digunakan adalah PLS *(Partial Least Square)*. PLS adalah analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat mengerjakan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan realibilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk melakukan uji kausalitas, yaitu pengujian hipotesis dengan model prediksi. Adapun terdapat tiga tahapan dari analisis PLS dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Analisis Outer Model

b. Analisis Inner Model

c. Pengujian Hipotesis

3.6.2.1 Analisis Outer Model

Dalam *outer model* setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten diukur menggunakan indikator-indikator yang bersifat reflektif. Berikut adalah uji pada *outer model* atau evaluasi model pengukuran reflektif (Ghozali, 2014:54) :

1. *Loading* Faktor

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

2. Composite Realibility

Composite Realibility mengukur internal consistency dan nilainya harus diatas 0,60

3. Validitas Discriminan

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

4. 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 variabel laten lainnya.

3.6.2.2 Analisis Inner Model

Analisis *inner model* atau analisis stuructural model merupakan analisis yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *subtantive theory* (Ghozali, 2014: 41). Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari indikator-indikator berikut ini :

1. Uji kecocokan model (*model fit*)

Uji kecocokan model digunakan untuk mengetahui apakah model yang diajukan sudah sesuai (*fit*) atau memiliki kecocokan dengan data. Dalam uji kecocokan model terdapat tiga pengujian indeks yaitu *averange path confficient* (APC), *averange R-Square* (ARS) dan *averange varians factors* (AVIV). APC dan ARS diterima dengan syarat p-value lebih kecil dari 0,50 dan AVIV lebih kecil dari 5

2. Koefisien determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2014:76), koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen menggunkan koefisien determinan. Hasil R^2sebesar 0,67, 0,33, 0,19 mengidentifikasi bahwa model kuat, moderate dan lemah.

3. Q-*square*

Model juga harus dievaluasi dengan melihat hasil dari Q-*square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q-*square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Besaran Q^2 memilki nilai dengan rentang 0 <Q^2 <1, yang artinya semakin mendekati 1 model semakin baik. Nilai Q^2> 0 berarti model mempunyai prediktif relevansi, sedangkan nilai Q^2 < 0 berarti model kurang mempunyai prediktif relevansi. Perhitungan Q^2 total menggunakan rumus:

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

3.5.2.3 Uji Hipotesis

Setelah melakukan analisis *outer model* dan *inner model*, tahap terakhir dari analisis PLS yaitu uji hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menguraikan arah pengaruh antar variabel independen dan dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*path coefficient*) atau model yang sudah dibuat. Hasil korelasi antar konstrusi diukur dengan melihat *path coefficient* dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk mengetahui hasil dari uji hipotesis secara simultan *path coefficient* digunakan untuk melihat seberapa besar nilai masing-masing koefisien jalur.

Hipotesis yang diajukan dapat diterima ataupun ditolak, secara statistik dapat dihitung dengan tingkat signifikansinya. Dalam penelitian ini tingkat signifikan yang pakai adalah sebesar 5% dengan tingkat kepecayaan 0,05 untuk menolak hipotesis yang diajukan. Probabilitas *value* atau nilai peluang merupakan nilai yang menunjukan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang benar adalah sebesar 95% dan peluang keputusan yang salah adalah sebesar 5%.

H_0ditolak, p-value< 0,05

H_0 diterima, p-value≥0,05

Pengaruh Langsung:

H_0.1: Kualitas produk tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen

H_a.1: Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen

H_0.2: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen

H_a.2 : Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen

H_0.3: Kepuasan konsumen tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen

H_a.3 : Kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen

H_0.4: Kualitas produk tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen

H_a.4 : Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen

H_0.5: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitaskonsumen

H_a.5 : Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen

Pengaruh Tidak Langsung:

H_0.6 : Kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadaployalitas konsumen

H_a.6: Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas produk terhadaployalitas konsumen

H_0.7: Kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen

H_a.7: Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen