

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian kali ini, penulis menjalankan studi penelitian menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan korelasi mengenai sikap masyarakat yang membeli produk Mixue. Penelitian ini berupa angka yang nantinya akan dianalisis dengan menerapkan statistik, sehingga akan mendapatkan hasil dengan informasi yang akurat. Sehubungan dengan hal tersebut dapat mempermudah peneliti untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis dari pengaruh persepsi kualitas layanan terhadap minat beli ulang produk dengan kepuasan pelanggan dan persepsi harga sebagai variabel intervening.

B. Setting Penelitian

Lokasi atau objek yang penulis pilih untuk menjalankan penelitian sekarang ini ialah Gerai Mixue yang tersebar di kota kudas sekarang ini. objek penelitian ini yakni konsumen-konsumen Mixue yang menjalankan pembelian pada Gerai Mixue di daerah kota Kudus. Konsumen yang menjadi objek penelitian antara lain konsumen yang pernah menjalankan pembelian khususnya pembelian ulang terhadap produk Mixue.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri dari objek maupun subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijalankan penelitian kemudian ditarik kesimpulannya.¹ Pada penelitian ini populasi yang diterapkan yakni konsumen yang melakukan pembelian produk Mixue di kabupaten Kudus.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari suatu karakteristik populasi yang diterapkan untuk penelitian. Apabila populasi besar peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misalnya karena keterbatasan waktu, tenaga, maupun dana, maka peneliti dapat menerapkan sampel yang diambil dari populasi tersebut. sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili valid tidaknya sampel tersebut, yakni dapat mengukur

¹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015).80

sesuatu yang seharusnya diukur.² Kriteria sampel yakni konsumen dari Mixue Kudus yang hanya melakukan pembelian ulang produk Mixue di kabupaten Kudus. Jika peneliti menjalankan penelitian yang menerapkan analisis kuantitatif, sangat penting untuk mengambil jumlah sampel. Dipenelitian ini sampel yang diterapkan yakni sebagian dari populasi yang di ambil dari sumber data.

Penelitian ini menggunakan 100 sampel yang di ukur menggunakan rumus *Lameshow* dikarenakan populasi yang tidak diketahui sebagai berikut³:

$$n = \frac{z^2 \cdot \frac{\alpha}{2} P(1 - P)}{d^2}$$

Z (Tingkat Kepercayaan 95% atau signifikansi 0,05)

1,96

P (Maksimal Estimasi)

0,5

d (sampling eror 10%)

0,1

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,05)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Rumus <i>Lameshow</i>	$n = \frac{z^2 \cdot \frac{\alpha}{2} P(1 - P)}{d^2}$	Z ²	P(1-P)	d ²
		3,8416	0,25	0,01
Hasil Sampel	96,04			100

Besarnya ukuran sampel diterapkan untuk penafsiran dan interpretasi hasil uji SEM yang diberi nilai untuk memperkirakan kesalahan pengambilan sampel. Model diestimasi menggunakan *maximum likelihood* (ML) yang minimal memerlukan sampel sebanyak 100. Ketika sampel ditambahkan diatas nilai 100, untuk mengenali perbedaan antar data, metode ML menjadi sangat sensitif. Didasarkan pada hal tersebut peneliti menggunakan metode estimasi ML untuk ukuran sampel antara 100 – 200. Hal tersebut sesuai dengan pandangan Hair et al, ukuran sampel yang

² Sujarweni, Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi, 81.

³ Lameshow Stanley et al., *Adequacy of Sample Size in Health Studies*, 1990.

menyeimbangkan dan cocok untuk permodelan alat analisis persamaan struktural (SEM) adalah 100 hingga 200 responden.⁴

D. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian menurut sugiyono dalam Sujarweni ialah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵ Adapun jenis variabel yakni sebagai berikut :

- a. Variabel Independen, yakni variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen. Dipenelitian kali ini variabel independennya yakni persepsi kualitas layanan (X).
- b. Variabel Dependen, yakni variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Dipenelitian ini variabel dependennya yakni minat beli ulang (Y).
- c. Variabel Intervening (antara)⁶, yakni variabel mediasi yang diterapkan untuk memediasi hubungan antara variabel independen dan dependen. Dipenelitian ini variabel interveningnya yakni kepuasan pelanggan (Z1), dan persepsi harga (Z2).

Definisi operasional variabel yakni menjelaskan arti setiap variabel yang diterapkan sebelum menjalankan pengukuran, sehingga dapat mempermudah peneliti untuk mencari hubungan antar variabel.⁷ Berikut merupakan penjelasan definisi operasional variabel penelitian dalam bentuk tabel.

E. Variabel Operasional

Supaya penelitian ini bisa dilaksanakan sesuai yang diharap maka diperlukan berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian yang dimuat dalam opsersional variabel penelitian. Oleh karena itu definisi opsersional variabel ialah sebagai berikut :

1. Persepsi Kualitas Layanan Yang Dirasakan (Variabel X) merupakan studi yang difokuskan pada perspektif pelanggan dalam mengevaluasi ekspeksti maupun persepsi konsumen terhadap kualitas produk/jasa tertentu.⁸ Kualitas layanan menurut Parasuraman yakni membandingkan apa yang

⁴ Hengky Latan, *Model Persamaan Struktural Teori Dan Implementasi AMOS 21.0* (Bandung: Alfabeta, 2013).

⁵ Sujarweni, 75.

⁶ Sujarweni.

⁷ Sigit Hermawan and Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif* (Malang: MNC Publishing, 2016), 99.

⁸ Tjiptono, *Service, Quality & Customer Satisfaction*.167

diharap pelanggan dan persepsi mereka setelah merasakan layanan. Definisi lain menurut Parasuraman kualitas layanan sangat ditentukan oleh harapan pelanggan dan pendapat mereka terhadap layanan yang diberikan.⁹ Pengukuran variabel kualitas layanan yang dirasakan menerapkan kuesioner yang dikembangkan oleh Ozkul et al yang terdiri dari 4 item pertanyaan dengan skala likert 1-5, berdasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

2. Kepuasan Pelanggan (Variabel Z1) menurut Sangadji & Sopiah mendefinisikan ketika harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan apa yang mereka lihat. Jika produk tidak memenuhi harapan maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan merasa puas. Harapan pelanggan dapat diketahui dari pengalaman pribadi mereka dengan produk tersebut, informasi yang diperoleh dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan maupun adanya promosi yang lain.¹⁰ Lovelock *et al.* mengemukakan salah satu respon emosional yang dirasakan konsumen terhadap penilaian pada suatu produk yang dikonsumsi, sebagai semacam penilaian perilaku yang terjadi setelah pengalaman mengonsumsi. Pengukuran variabel kepuasan pelanggan menerapkan kuesioner yang dikembangkan oleh Ozkul et al yang terdiri dari 3 item pertanyaan dengan skala likert 1-5, didasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.
3. Persepsi Harga (Variabel Z2) menurut Resti & Soesanto dalam pemasaran ialah faktor penting dalam menciptakan minat membeli kembali suatu jasa maupun produk, menurut Achmad & Supriono dalam Wardana menyatakan bahwasanya semakin tingginya nilai persepsi positif maka semakin besar untuk meningkatkan tingkat bunga pemulihan.¹¹ Pengukuran variabel persepsi harga menerapkan kuesioner yang dikembangkan oleh Yasri *et al.* yang terdiri dari 3 item pertanyaan dengan skala likert 1-5,

⁹ Kunthi A Kusumawardani dan Saras Asa Hastayanti, “Memprediksi Pengaruh Perceived Service Quality dan Inovasi Layanan Logistik Terhadap Niat Beli Ulang Jasa Kurir Instan melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan,” *Jurnal Manajemen Indonesia* 20, no. 3 (2020):179.

¹⁰ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, 2013

¹¹ Wikrama Wardana, *Strategi Pemasaran* (Deepublish, 2017).

didasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.¹²

4. Minat Beli Ulang (Variabel Y) menurut Gounaris, Bimitraids dan Stathakopoulos dipenelitian Mokoginta *et al.* mendefinisikan niat pembelian ulang sebagai kecenderungan pelanggan untuk membeli produk dari produsen yang tepat dalam jangka waktu yang lama. Selain itu minat beli ulang mengacu pada kemungkinan atau peluang untuk menerapkan kembali produk sebelumnya di masa depan.¹³ Pengukuran variabel minat beli ulang menerapkan kuesioner yang dikembangkan oleh Omar Salim & Marietta Ciuman yang terdiri dari 4 item pertanyaan dengan skala likert 1-5, didasarkan kriteria sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

F. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang diterapkan dalam penelitian ini ialah data primer, yaitu data asli yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang diperoleh peneliti. Sehingga untuk mendapatkan sebuah informasi penulis harus mencari data ke lapangan. Penulis menerapkan teknik pengumpulan data kuesioner yang merupakan sebuah alat untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan maupun pernyataan kepada responden yang telah ditentukan. Dipenelitian ini penulis menerapkan skala likert berupa pernyataan yang dapat menunjukkan tingkat setuju ataupun tidak setuju seorang responden.¹⁴

Tabel 3. 1 Skala Likert

No.	Kriteria	Kategori Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Netral	N	3
4.	Setuju	S	4
5.	Sangat Setuju	SS	5

¹² Yasri Yasri and others, ‘Price Perception and Price Appearance on Repurchase Intention of Gen Y: Do Brand Experience and Brand Preference Mediate?’, *Heliyon*, 6.11 (2020), e05532 <<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05532>>.

¹³ Mokoginta and others.

¹⁴ Sujarweni.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian yakni bagian dari langkah pengujian data setelah dijalankannya tahap untuk memilih dan mengumpulkan data penelitian. Metode analisis yang diterapkan dipenelitian ini ialah menganalisis data dengan menerapkan *Structural Equation Modelling (SEM)* yang dioperasikan melalui program AMOS 24.0. *Structural Equation Modelling (SEM)* atau model persamaan struktural merupakan sekumpulan teknik statistikal yang menguji suatu rangkaian yang memiliki hubungan relatif “rumit” secara simultan. SEM merupakan model analisis yang pada umumnya menggabungkan dua bagian yakni pembentukan variabel laten dan pembangunan model struktural. Menurut Hox dan Bechger tahun 2002 SEM merupakan suatu kombinasi analisis faktor dan analisis regresi atau analisis jalur.¹⁵

Alasan peneliti menerapkan teknik analisis SEM dipenelitian ini yakni karena keunggulan serta kemampuan untuk mengukur pengaruh variabel-variabel secara teoritis. Penelitian ini menerapkan program AMOS karena memiliki kemampuan untuk memperkirakan koefisien yang tidak diketahui dari persamaan struktural linear, memuat pengukuran kesalahan, mengukur efek langsung dan tidak langsung, dan memuat hubungan sebab akibat yang timbul balik, persamaan (*simultaneity*) dan (*interdependens*).

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif diterapkan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang dapat diterapkan secara umum. Dipenelitian ini menerapkan rentang *Five Point Likert Scale* untuk menganalisis kuesioner dengan skor 1-5. Hal tersebut diterapkan untuk meningkatkan pemahaman kategori skala dan memudahkan penulis dalam menganalisa item pertanyaan didasarkan rata-rata (*mean*) yang diperoleh.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ini diterapkan untuk memahami ketepatan serta kecermatan alat ukur untuk mencapai tujuan pengukuran guna memperoleh alat ukur yang dapat dipercaya. Dalam pengujian validitas ini menerapkan analisis faktor konfirmatori (CFA) yang diterapkan untuk membagi besarnya

¹⁵ Edi Supriyadi, *SPSS+AMOS Statistical Data Analysis*, (IKPI : In Media, 2014), 219.

jumlah data menjadi beberapa variabel dengan melihat hasil output AMOS yakni *probability value* pada *regression weight*, jika nilai *probability value* lebih kecil dari 0,05 maka item dinyatakan valid serta nilai *critical value* > 1,96.¹⁶

Analysis Factor Confirmatory (CFA) merupakan cara yang diterapkan pada SEM (*Structural Equation Model*) guna menentukan variabel maupun konstruk yang signifikan serta indikator yang diterapkan dapat membentuk variabel laten yang diteliti. Setelah semua data terkumpul selanjutnya dijalankan proses analisis yang kemudian dijadikan dasar dalam pembahasan hasil penelitian. Acuan yang diterapkan dalam melihat validitas instrumen menerapkan CFA ialah dengan dinyatakan valid jika *cross loading factor* > 0,05 pada analisis CFA.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah pengukuran yang diterapkan untuk mencari stabilitas dan konsistensi dari suatu pertanyaan kuesioner. Dapat dikatakan konsisten apabila pengukuran dari suatu subjek yang sama memperoleh hasil yang tidak berbeda dari waktu ke waktu. Dipenelitian ini pengujian reliabilitas menerapkan *Cronbach's alpha* karena uji ini termasuk teknik pengujian keandalan kuesioner yang paling sering diterapkan.¹⁷ Nilai *cronbach's alpha* yang menjadi acuan yaitu diatas 0,70. Tingkat keandalannya ditujukakn dalam tabel berikut ini :

Tabel 3. 2 Tingkat Keandalan Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Keandalan
0,0 – 0,20	Kurang Andal
>0,20 – 0,40	Agak Andal
>0,40 – 0,60	Cukup Andal
>0,60 – 0,80	Andal
>0,80 – 1,00	Sangat Andal

3. Uji Hipotesis

¹⁶ Imam Ghazali, *Model Pesamaan Struktural Konsep Serta Aplikasi Dengan Program AMOS 24*.

¹⁷ Sekaran Uma and Roger. Bougie, *United Kingdom : Jhon & Sons Ltd*, 2010.

Untuk membuat permodelan yang lengkap dengan SEM, harus dijalankan dengan 7 langkah sebagai berikut¹⁸ :

- a. Mengimplementasikan Model Teoritis, yang harus dijalankan dalam SEM yakni menjalankan beberapa penelitian ilmiah dengan membaca buku kajian pustaka untuk memperoleh justifikasi atas model teoritis yang dikembangkan.
- b. Pengembangan *Path Diagram* atau diagram alur, untuk mempermudah melihat hubungan kausalitas yang ingin diuji buatlah diagram alur atau diagram jalan, hubungan antar konstruk ditunjukkan dengan anak panah dalam diagram alur. Anak panah yang lurus menunjukkan hubungan kausal yang langsung antara satu konstruk dengan konstruk lainnya. Namun garis-garis lengkung yang memiliki anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk. Konstruk diagram alur dapat dibagi menjadi dua jenis yakni *Exogenous Construct* atau konstruk eksogen dan *Endogenous Construct* atau konstruk endogen.
- c. Konversi diagram alur ke dalam model pengukuran dan persamaan struktural, dari diagram alur didapat persamaan yang dikonversi terdiri dari *Structural Equation* atau persamaan struktural. Untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk maka dapat dirumuskan (variabel endogen = variabel eksogen + variabel endogen + error).
- d. Memilih matrik input dan estimasi model, dijalankan karena SEM berfokus pada pola hubungan antar responden daripada data individual. Untuk mengestimasi kesalahan sampel dalam hal ini ukuran sampel sangat penting. Oleh karena itu ukuran sampel tidak boleh terlalu besar karena sangat sensitif sehingga sulit untuk menentukan tingkat kesesuaian yang baik.
- e. Menganalisa kemungkinan munculnya masalah identifikasi, yang pada prinsipnya merupakan problem mengenai ketidakmampuan model yang dikembangkan sehingga menghasilkan estimasi yang unik. Apabila setiap estimasi terdapat masalah identifikasi maka perlu dipertimbangkan ulang dengan mengembangkan lebih banyak konstruk.
- f. Evaluasi kriteria *goodness of fit*, pada tahap ini dijalankan pengujian terhadap kesesuaian model terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Disebutkan oleh Ferdinand beberapa indeks kesesuaian dan *ut of value* guna menguji apakah suatu model dapat diterima atau ditolak dapat diuraikan sebagai berikut :

¹⁸ Edi Supriyadi, *SPSS+AMOS Statistical Data Analysis*

- a) *Chi-Square*, apakah *covariance* populasi yang diestimasi sama dengan *covariance* sampel (apakah model sesuai dengan data). Bersifat sangat sensitive untuk sampel besar diatas 200. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan *Chi-Square* yakni diharap kecil.
 - b) *Probability*, dimana uji signifikansi terhadap perbedaan matriks *covariance* data dan matriks *covariance* yang diestimasi. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan *probability* ialah $> 0,05$.
 - c) NCP (*Non-Centrality Parameter*), dimana dapat dinyatakan dalam bentuk spesifikasi ulang dari *chi-square*. Penilaian ini didasarkan atas perbandingan dengan model lain. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan NCP diharap kecil.
 - d) SNCP (*Scaled NCP*), dimana rata-rata perbedaan setiap observasi dalam rangka perbandingan antar model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan SNCP diharap kecil.
 - e) GFI (*Good of Fit Index*), menghitung timbangan proporsi varians dalam matriks sampel yang dijelaskan oleh matriks *covariance* populasi yang diestimasi (analog dengan R^2 dalam regresi berganda). Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan GFI ialah 0.09.
 - f) RMR (*Root Mean Square Residual*), dimana residual rata-rata dari kedua matriks (kolerasi atau kovarians) teramati dari hasil estimasi. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan RMR ialah ≤ 0.05 .
 - g) RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), mengkompensasi kelemahan *Chi-Square* pada sample besar. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan RMSEA ialah $\leq 0,08$ *good fit* = 0.05 *close fit*.
 - h) ECVI (*Expected Cross-validitas Index*), diterapkan untuk membandingkan model tunggal. Nilai yang direkomendasiakn sebagai acuan ECVI diharap kecil.
 - i) TLI (*Tucker Lewis Index*), dimana pembanding antara model yang diuji terhadap base line model. Nilai yang direkomendasikan TLI ialah $> 0,95$.
 - j) AGFI (*Adjusted GFI*), yakni GFI yang disesuaikan terhadap DF. Nilai yang direkomendasikan oleh AGFI ialah $> 0,90$.
 - k) NFI (*Normed Fit Index*), yang diterapkan untuk membandingkan model. Nilai yang direkomendasikan oleh NFI ialah 0.90, 0.80 sd 0.90 *marginal fit*.
- g. Interpretasi dan Modifikasi Model

Tahap terakhir yakni model yang tidak memenuhi syarat pengujian harus dijalankan perubahan dengan menjalankan modifikasi Menurut Hai *et al.* dalam Ferdinand menjelaskana bahwasanya pedoman untuk menentukan apakah modifikasi model diperlukan deangan melihat jumlah residual yang dihasilkan.

