

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis kajian yang dipakai pada kajian ini ialah penelitian survei. Kajian survei ialah kajian yang mengambil sampel dari satu populasi serta memakai kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.¹ Survei pada kajian ini bakal dijalankan dengan cara memberikan kuesioner melalui konsumen Blackstone Urban Lounge.

Pada kajian ini memakai pendekatan kajian secara kuantitatif. Metode kuantitatif ialah metode kajian yang bisa diartikan sebagai metode kajian yang sesuai dengan sifat positivisme, dipakai untuk meneliti pada populasi ataupun sampel tertentu, pengumpulan data memakai instrumen melalui kajian, analisa data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis.²

B. Sumber Data

Jenis serta sumber data yang dipakai pada kajian ini ialah data sekunder serta primer.

1. Data Primer

Data primer ialah data yang didapat secara langsung dari sumber data tanpa perantara. Data primer yang peneliti bisa selama kajian didapat dari penyebaran kuesioner kepada konsumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder pada kajian ini didapat dari bahan pustaka, serta kutipan buku-buku, artikel serta sumber tertulis lainnya yang mendukung informasi serta berhubungan dengan kajian ini. Data sekunder penulis yang berkaitan dengan perusahaan didapat dari buku serta catatan peneliti.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek serta subjek yang mempunyai kualitas serta

¹Masri Singarimbuan & Sofian Effendi, "*Metode Kajian Survei*", (Jakarta: LP3ES, 1989).

² Sugiono, "*Metode Kajian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, serta R&D)*", (Bandung: ALFABETA, 2013), 13.

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari kemudian di tarik kesimpulannya.³ Populasi pada kajian ini ialah konsumen Blackstone Urban Lounge terdiri dari usia remaja hingga dewasa, baik laki-laki ataupun perempuan. Populasi pada kajian ini ialah konsumen yang berkunjung di Blackstone Urban Lounge pada Bulan Maret 2021 yang setiap harinya mencapai 250 konsumen sehingga dalam satu Bulan yakni Maret 2021, jumlah populasinya ialah 7.500 konsumen.

2. Sampel

Sampel ialah bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴ Jika populasi besar serta penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, seperti mengalami keterbatasan dana, tenaga, serta waktu maka penulis dapat memakai sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel kesimpulannya bakal bisa diberlakukan untuk populasi.⁵

Dari jumlah populasi di atas, teknik pengambilan sampel pada kajian ini ialah memakai teknik non *probability sampling*, yakni setiap unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan ataupun peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sementara metode yang dipakai ialah *purposive sampling*, yakni cara pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan penyesuaian diri dengan kriteria tertentu sehingga bisa memberi peningkatan ketepatan sampel. Pengambilan sampel dijalankan dengan memakai rumus Slovin, yakni:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{7500}{1+7500(0,1)^2} = 98,68$$

Keterangan :

N = Populasi

n = Sampel

E = Prosentase kelonggaran ketidaktelitian (presisi) karena kesalahan.

³ Sugiono, "Metode Kajian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, serta R&D)", 117.

⁴ Sugiono, "Metode Kajian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, serta R&D)", 118.

⁵ Sugiono, "Metode Kajian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, serta R&D)", 81.

Sesuai dengan perhitungan diperoleh jumlah sampel yang harus dipenuhi sejumlah 98,68 responden sehingga angka dibulatkan menjadi 99 responden.

Dari 99 responden yang terpilih menjadi sampel, adapun kriteria responden yang diambil di antara lain:

- a. Responden yang menjalankan kegiatan pembelian di Blackstone Urban Lounge lebih dari 3 kali.
- b. Responden yang memakai semua fasilitas pelayanan yang disediakan di Blackstone Urban Lounge.

D. Identifikasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal itu, kemudian ditarik kesimpulannya.⁶

Variabel dari kajian ini terdiri dari:

1. Variabel Independen

Termasuk variabel inti ataupun variabel bebas ataupun yang menjadi penyebab. Variabel independen pada kajian ini ialah *store atmosphere* (X_1) serta *customer experience* (X_2).

2. Variabel Dependen

Termasuk variabel kajian yang dijalankan pengukuran untuk mengetahui besarnya efek pengaruh lain.⁷ Variabel pada kajian ini ialah minat berkunjung ulang (Z).

3. Variabel Mediasi

Termasuk variabel yang menjadi perantara di antara variabel independen serta dependen. Sifatnya adalah sebagai penghubung di antara variabel penjelas dengan variabel respon/tergantung.⁸ Variabel pada kajian ini adalah kepuasan.

E. Definisi Operasional Variabel

Adapun penjelasan dari masing-masing variabel bisa penulis gambarkan dalam definisi operasional sebagai berikut:

1. *Store atmosphere* (X_1)

⁶ Sugiono, "Metode Kajian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, serta R&D)", 2.

⁷ Masrukin, "Metode Kajian Kuantitatif" (Kudus: Media Ilmu Press, 2008), 19.

⁸ Adji Ahmad R. F. serta Nurjannah, "Pemodelan Persamaan Struktural Pendekatan WarpPLS" (Malang: UB Press, 2017), 89.

Store atmosphere ialah suatu lingkungan kafe yang diciptakan untuk membangun kesan dengan atribut kafe yang bisa memberi pengaruh persepsi serta emosi konsumen untuk menjalankan pembelian

2. *Customer experience* (X2)

Customer experience termasuk sebuah tanggapan secara internal serta subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung ataupun tidak langsung.

3. Minat berkunjung ulang (Z1)

Minat berkunjung ulang ialah perasaan ingin mengunjungi kembali suatu tempat di waktu mendatang.

4. Kepuasan (Z2)

Kepuasan ialah suatu perbandingan konsumen dengan harapan konsumen, layanan ataupun hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen ataupun bahkan melebihinya.

Tabel 3.1
Tabel Operasional

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Store Atmosphere	Lingkungan kafe yang diciptakan untuk membangun kesan dengan atribut kafe yang bisa memengaruhi persepsi serta emosi konsumen	1. Kebersihan	Likert
		2. Musik	
		3. Harum ruangan	
		4. Suhu ruangan	
		5. Pencahayaan	
		6. Warna	
Customer experience	Tanggapan secara internal serta subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung ataupun tidak	1. <i>Sense</i>	Likert
		2. <i>Feel</i>	
		3. <i>Think</i>	
		4. <i>Act</i>	
		5. <i>Relate</i>	

	langsung		
Minat berkunjung ulang	Perasaan ingin mengunjungi kembali suatu tempat di waktu mendatang	1. Minat transaksional	Likert
		2. Minat ferensial	
		3. Minat preferensial	
		4. Minat Eksploratif	
Kepuasan	Suatu perbandingan konsumen dengan harapan konsumen, layanan ataupun hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen ataupun bahkan melebihinya	1. <i>Repurchase</i>	Likert
		2. Menciptakan <i>word of mouth</i>	
		3. Menciptakan citra merek	
		4. Menciptakan keputusan pembelian	

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai pada kajian ini termasuk metode kuesioner, yakni berupa daftar pertanyaan mengenai pendapat responden terhadap objek kajian . Daftar pertanyaan dalam kuesioner ini harus sesuai dengan permasalahan yang diteliti, serta memperoleh data hubungannya dengan organisasi atmosphere, customer experience, kepuasan pelanggan serta minat berkunjung ulang pada Blackstone Urban Lounge.

Alat ukur yang dipakai guna menjalankan pengukuran variabel dalam kajian ini ialah dengan memakai skala Likert. Yakni dipakai guna menjalankan pengukuran sikap, pendapat, serta persepsi seseorang ataupun kelompok orang mengenai fenomena sosial. Dalam kuesioner yang bakal dipakai pada kajian ini memakai 5 point skala dengan skor yang bisa diberikan seperti berikut :

Tabel 3.2
Skor Jawaban Angket

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik analisis Data

Pada kajian ini, analisa data yang dipakai ialah uji validitas, uji reliabilitas serta uji hipotesis dengan SEM (*Structural Equation Modeling*). Adapun penjabaran masingmasing pengujian tersebut ialah seperti berikut :

1. Uji Kualitas Data
 - a. Uji Validitas

Pengujian validitas dijalankan guna memahami ketepatan serta kecermatan alat ukur untuk mencapai tujuan pengukuran guna menghasilkan alat ukur yang bisa dipercaya. Adapun dalam pengujian validitas dipakai analisa faktor. Untuk proses uji validitas ini, dijalankan

dengan melihat hasil output AMOS yakni *probability value* pada *regression weights*. Jika nilai *Probability value* lebih kecil dari 0,05 maka item dinyatakan valid serta nilai *critical value* > 1,96.⁹

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah uji guna memahami seberapa jauh alat yang dijalankan pengukuran bisa diandalkan ataupun dipercaya. Keandalan berkaitan langsung sejauh mana suatu alat ukur, apabila dilihat dari stabilitas ataupun konsistensi internal dari jawaban jika pengamatan dijalankan secara berulang. pada kajian ini pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach's alpha* karena uji *Cronbach's alpha* termasuk teknik pengujian keandalan kuesioner yang paling sering dipakai.¹⁰ Nilai *Cronbach's alpha* yang menjadi acuan ialah diatas 0,70. Tingkat keandalan *Cronbach's alpha* ditunjukkan dalam tabel:

Tabel 3.3
Tingkat Keandalan Cronbach's alpha

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	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

2. Uji Struktural Model SEM

Peneliti memakai SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan perangkat lunak yang dipakai yakni AMOS untuk menjalankan pengolahan serta analisa data. Penggunaan SEM pada kajian ini dikarenakan SEM dinilai lebih akurat,

⁹ Imam Ghazali, *Model Persamaan Struktural Konsep serta Aplikasi Dengan Program AMOS 24*, Hlm. 144

¹⁰ Sekaran, Uma serta Bougie, Roger. 2010. “*United Kingdom: Jhon & Sons Ltd*” hlm 205.

dimana penulis tidak hanya memahami hubungan diantara variabel, namun juga memahami komponen-komponen pembentuk variabel serta memahami besarnya. Terdapat 7 tahapan pemodelan serta analisa persamaan struktural dalam olah data SEM Amos versi 23 yakni seperti berikut :

- 1) Pengembangan model secara teoritis
- 2) Menyusun diagram jalur
- 3) Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural
- 4) Memilih matriks input untuk analisa data;
- 5) Menilai identifikasi model;
- 6) Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit*;
- 7) Interpretasi estimasi model.¹¹

Berikut ini penjelasan secara detail mengenai masing-masing tahapan di atas, ialah berikut ini:

- a. Langkah pertama dalam pengembangan model SEM ialah mencari ataupun pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi terpenting yang kuat. Setelah itu, model tersebut divalidasi secara empirik melalui populasi program SEM. SEM tidak dipakai untuk menghasilkan hubungan kausalitas. Tetapi untuk membenarkan adanya kausalitas teoritis melalui data uji empirik (Ferdinand, 2006). Model persamaan struktural didasarkan pada hubungan kausalitas, dimana perubahan satu variabel diasumsikan bakal berakibat pada perubahan variabel lainnya. Kuatnya hubungan kausalitas diantara 2 variabel yang diasumsikan penulis bukan terletak pada metode analisa yang dipilih namun terletak pada justifikasi secara teoritis untuk mendukung analisa. Jadi jelas jika hubungan antar variabel dalam model termasuk deduksi dari teori. Tanpa dasar teoritis yang kuat SEM tidak bisa dipakai.
- b. Langkah kedua serta ketiga ialah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur serta menyusun persamaan struktural. Ada 2 hal yang perlu dijalankan yakni menyusun model struktural yakni dengan menghubungkan antar konstruk laten baik endogen ataupun eksogen menyusun suatu serta menentukan model yakni menghubungkan konstruk laten endogen ataupun eksogen dengan variabel indikator ataupun *manifest*. Persamaan struktural pada dasarnya dibangun dengan pedoman seperti berikut :

¹¹ Augusty Ferdinand, *Structural Equation Modelling pada kajian Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 56.

Variabel Endogen = Variabel Eksogen + Variabel Endogen + Error

- c. Langkah ke empat ialah memilih jenis input matriks serta estimasi model yang diusulkan Model persamaan struktural berbeda dari teknik analisa *multivariate* lainnya. SEM hanya memakai data input berupa matrik varian ataupun kovarian ataupun metrik korelasi. Data untuk observasi bisa dimasukkan dalam AMOS, tetapi program AMOS bakal merubah dahulu data mentah menjadi matrik kovarian ataupun matrik korelasi. Analisa terhadap data *outline* harus dijalankan sebelum matrik kovarian ataupun korelasi dihitung. Teknik estimasi dijalankan dengan dua tahap, yakni Estimasi *Measurement Model* dipakai untuk menguji undimensionalitas dari konstruk-konstruk eksogen serta endogen dengan memakai teknik *Confirmatory Factor Analysis* serta tahap Estimasi *Structural Equation Model* dijalankan melalui *full model* untuk melihat kesesuaian model serta hubungan kausalitas yang dibangun dalam model ini.¹²
- d. Langkah kelima ialah menilai identifikasi model struktural. Selama proses estimasi berlangsung dengan program komputer, sering didapat hasil estimasi yang tidak logis ataupun *meaningless* serta hal itu berkaitan dengan masalah identifikasi model struktural. Problem identifikasi ialah ketidakmampuan *proposed model* untuk menghasilkan *unique estimate*. Cara melihat ada tidaknya problem identifikasi ialah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi :
- 1) Adanya nilai standar error yang besar untuk 1 ataupun lebih koefisien.
 - 2) Ketidakmampuan program untuk *invert information matrix*.
 - 3) Nilai estimasi yang tidak mungkin *error variance* yang negatif.
 - 4) Adanya nilai korelasi yang tinggi (> 0,90) antar koefisien estimasi.

Jika dipahami ada problem identifikasi maka ada tiga hal yang harus dilihat: (a) besarnya jumlah koefisien yang diestimasi relatif terhadap jumlah kovarian ataupun korelasi,

¹² Augusty Ferdinand, *Structural Equation Modelling pada kajian Manajemen*, 58.

yang diindikasikan dengan nilai *degree of freedom* yang kecil, (b) dipakainya pengaruh timbal balik ataupun respirokal antar konstruk (model *non recursive*) ataupun (c) kegagalan dalam menetapkan nilai tetap (*fix*) pada skala konstruk.

- e. Langkah keenam ialah menilai kriteria *Goodness-of-Fit*. Pada langkah ini dijalankan evaluasi terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *Goodness-of-Fit*, urutannya ialah:

- (1) Normalitas data
- (2) *Outliers*
- (3) *Multicollinearity* serta *singularity*

Beberapa indeks kesesuaian serta *cut-off* untuk menguji apakah sebuah model bisa diterima ataupun ditolak ialah:

- (a) *X²-Chi square statistic*

Model yang diuji dipandang baik ataupun memuaskan apabila nilai *chi-square* rendah. Nilai X^2 yang lebih kecil dari X^2 tabel menjelaskan semakin baik model itu serta diterima sesuai dengan probabilitas *cut off value* senilai $p > 0.05$ ataupun $p > 0.10$.

- (b) *RMSEA (The Root Mean Square Error of Approximation)*

Termasuk sebuah indeks yang bisa dipakai untuk mengkompensasi *chi-square statistic* dalam sampel yang besar. Nilai *RMSEA* memperlihatkan nilai *goodness-of-fit* yang bisa dihadapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai *RMSEA* yang lebih kecil ataupun sama dengan 0.08 termasuk indeks untuk bisa diterimanya model yang memperlihatkan sebuah *close fit* dari model tersebut sesuai dengan *degrees of freedom*.

- (c) *GFI (Goodness of Fit Index)*

Termasuk ukuran *non-statistical* yang mempunyai rentang nilai diantara 0 (*poor fit*) sampai 1.0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini memperlihatkan sebuah "*better fit*".

- (d) *AGFI (Adjusted Goodness Fit Index)*

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan ialah bila *AGFI* mempunyai nilai sama dengan ataupun lebih besar dari 0.90. Nilai senilai 0.95 diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik-*good overall model fit*

(baik)- sementara besaran nilai diantara 0.90-0.95 memperlihatkan tingkatan cukup-adequate fit.

(e) CMIN/DF

Termasuk *the minimum sample discrepancy function* (CMIN) yang dibagi dengan *degree of freedom* menghasilkan indeks CMIN/DF, yang umumnya dilaporkan oleh para penulis sebagai salah satu indikator guna menjalankan pengukuran tingkat *fit* sebuah model. CMIN/DF termasuk *chi-square statistic*, X^2 dibagi dengan DF sehingga disebut X^2 -relatif. Nilai X^2 -relatif kurang dari 2.0 ataupun 3.0 ialah indikasi dari *acceptable fit diantara* model serta data.

(f) TLI (*Tucker Lewis Index*)

Termasuk sebuah *alternative incremental fit index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline model*, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan diterimanya sebuah model ialah > 0.95 serta nilai yang sangat mendekati 1.0 memperlihatkan *a very good fit*.

(g) CFI (*Comparative Fit Index*)

Rentang nilai senilai 0-1, dimana semakin mendekati 1, mengindikasikan tingkat *fit* yang paling tinggi-*a very good fit*. Secara ringkas indeks-indeks yang bisa dipakai untuk menguji kelayakan sebuah model diperlihatkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.4
Comparative fit Index

Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value
Chi-Square	$< X^2$ tabel
Probability	$> 0,05$
RMSEA	$< 0,08$
GFI	$> 0,90$
AGFI	$> 0,90$
CMIN/DF	$> 2,00$
TLI	$> 0,95$

CFI	>0,95
-----	-------

Sumber: Ferdinand (2006)

(h) *Measurement Model Fit*

Setelah keseluruhan model *fit* dievaluasi, maka langkah berikutnya ialah pengukuran setiap konstruk untuk menilai uni dimensionalitas serta reliabilitas dari konstruk. Uni dimensiolitas ialah asumsi yang melandasi perhitungan realibilitas *serta* ditunjukkan ketika indikator suatu konstruk memiliki *acceptable fit* satu *single factor* (one dimensional) model. Penggunaan ukuran *Cronbach Alpha* tidak menjamin uni dimensionalitas tetapi mengasumsikan adanya uni dimensiolitas. *penulis* harus menjalankan uji dimensionalitas untuk semua *multiple* indikator konstruk sebelum menilai reliabilitasnya.

Pendekatan untuk menilai *measurement model* ialah guna menjalankan pengukuran *composite reliability* *serta variance extracted* untuk setiap konstruk. *Reliability* ialah ukuran *internal consistency* indikator suatu konstruk. *Internal reliability* yang tinggi memberikan keyakinan jika indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya. Tingkat reliabilitas < 0.70 bisa diterima untuk kajian yang masih bersifat eksploratori. Reliabilitas tidak menjamin adanya validitas. Validitas ialah ukuran sampai sejauh mana suatu indikator secara akurat mengukur apa yang hendak ingin diukur. Ukuran reliabilitas yang lain ialah *variance extracted* sebagai pelengkap *variance extracted* > 0.50.

- f. Langkah ketujuh ialah interpretasi serta modifikasi model. Pada tahap selanjutnya model diinterpretasikan serta dimodifikasi. Setelah model diestimasi, residual kovariansnya haruslah kecil ataupun mendekati nol serta distribusi kovarians residual harus bersifat simetrik. Batas keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model ialah 1%. Nilai *residual value* yang lebih besar ataupun sama dengan 2,58 diintrepretasikan sebagai signifikan secara statis pada tingkat 1% serta residual yang signifikan ini

menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk dipasang indikator.¹³



¹³ Augusty Ferdinand, *Structural Equation Modelling pada kajian Manajemen*, 59-60.