

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah *Eksplanatory Research* dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) *Eksplanatory Research* merupakan penelitian yang mempunyai tujuan menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dan pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya. Hubungan sebab akibat dalam penelitian ini adalah untuk menunjukkan pengaruh harga diskon, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Kopi Massa Kok Tong Kin Ming dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

B. Sifat penelitian

Dilihat dari segi sifatnya, penelitian ini adalah penelitian replikasi, artinya penelitian yang menjawab masalah penelitian yang sama, yang bertujuan menggugurkan teori yang digunakan di penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu replikasi dari penelitian (Yunita, 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Toko E.R Collection Ponorogo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada objek dan waktu penelitiannya.

C. Lokasi dan Priode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada Kopi Massa Kok Tong Lin Ming terletak di Jl. Gatot Subroto, Km. 2, No. 1 Abc, Kec. Lubuk Raya Kota Tebing Tinggi.

2. Periode Penelitian

Periode atau waktu dalam penelitian ini mulai dilakukan pada bulan Februari 2023 sampai dengan selesai.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi didalam penelitian ini adalah rata-rata pengunjung Kopi Massa Kok Tong Lim Ming Tebing Tinggi dari bulan Juli – Desember 2022 yaitu sebanyak 371 orang.

2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus Taro Yamane (Hamidi, 2017), adalah :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

d = Nilai Presisi (Tingkat kesalahan)

1 = Angka Konstan

Dengan populasi (N) berjumlah 371 konsumen dan tingkat kesalahan sebesar sepuluh persen atau 0,5 maka dapat dihitung jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{371}{(371 \times 0,1^2) + 1}$$

$$= 78,76 \text{ atau } 79 \text{ responden}$$

3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *accidental sampling* dalam menentukan responden. Menurut Sugiyono,(2018) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti bisa mengambil sampel pada siapa saja yang ditemui tanpa perencanaan sebelumnya.

E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi dua kategori yaitu:

1. Sumber data primer

Menurut Sugiyono,(2018) data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utama seperti wawancara, survey dan sebagainya. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu data yang

diperoleh dari konsumen Kopi Massa Kok Ting Lin Ming Kota Tebing Tinggi.

2. Sumber Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2018) Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada, seperti buku dan sumber internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Kuisisioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah daftar pernyataan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018). Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari pernyataan-pernyataan yang bersumber dari indikator-indikator variable penelitian.

Tabel 3.1
Instrument Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat setuju(SS)	5
2.	Setuju(S)	4
3.	Kurang setuju(KS)	3
4.	Tidak setuju(TS)	2
5.	Sangat kurang setuju(STS)	1

Sumber: Metode Kuantitatif, Kualitatif, Sugiyono (2018)

Dari tabel 3.1 di atas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan cara membuat kuisisioner dan membagikannya kepada konsumen Kopi Massa Kok Tong.

2. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi mengenai responden di lapangan. Pada penelitian ini yang menjadi fokus wawancara peneliti adalah Manager, Karyawan dan pengunjung Kopi Massa Kok Tong,

3. Studi Pustaka

Peneliti mengumpulkan data melalui buku, jurnal, dan internet yang menjadi bahan referensi pendukung bagi peneliti.

G. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Pada penelitian inivariabel yang dioperasionalkan adalah semua variabel-variabel yang termasuk dalam hipotesis. Untuk memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan pelaksanaan penelitian, maka perlu pendefinisian variabel-variabel yang akanditeliti, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Defenisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
1	Loyalitas Konsumen (Y)	Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek,toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. (Tjiptono, 2017)	1.Melakukan pembelian ulang 2.Merekomendasikan kepada pihak lain 3.Tidak berniat untuk pindah 4.Membicarakan	Likert

			hal-hal positif (Tjiptono, 2017)	
2	Kepuasan (Z)	Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya. (Danang, 2018)	1. Perasaan Senang 2. Penggunaan Produk 3. Kesesuaian Dengan Kebutuhan 4. Kesesuaian Dengan Keinginan 5. Kesesuaian Dengan Harapan (Danang, 2018)	Likert
4	Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kotler dan Armstrong dalam (Maramis, 2018)	1. Penampilan 2. Porsi 3. Bentuk 4. Warna 5. Rasa Kotler dan Armstrong dalam (Maramis, 2018)	Likert
5	Kualitas Pelayanan (X ₃)	Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. (Arianto, 2018)	1. <i>Reliability</i> 2. <i>Assurance</i> 3. <i>Tangibles</i> 4. <i>Empathy</i> 5. <i>Responsiveness</i> (Arianto, 2018)	Likert

H. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian dari objek yang diteliti agar dapat diberikan kesimpulan. Data pada analisis deskriptif berasal dari jawaban responden berdasarkan pernyataan yang dibuat oleh peneliti di dalam kuesioner. Selanjutnya data tersebut akan ditabulasikan kemudian diambil rata-rata (*mean*) sehingga dapat diberikan penjelasan (Ferdinand, 2016).

2. Analisa outer model (Pengukuran Model)

Analisis inferensial merupakan yang digunakan untuk mengolah data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2018). Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Software smartPLS*. Alasan menggunakan alat analisis *smartPLS* karena kesesuaian *software* dengan kebutuhan pengolahan data untuk peneliti dimana adanya hubungan variabel berjenjang. Selain itu, *Partial Least Square* (PLS) tetap dapat digunakan meskipun penelitian memiliki sampel kecil. Pada metode *Partial Least Square* (PLS) teknik analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Analisa outer model (Pengukuran Model)

Analisis *outer* model dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Analisis *Outer* model dilakukan untuk menilai uji validitas dan uji reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas yaitu untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian yang akan diukur. Jika pertanyaan kuesioner yang digunakan dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner maka kuesioner tersebut dianggap valid. Pengujian yang akan dilakukan terdiri dari beberapa langkah, melalui uji validitas *convergent validity*, dan *discriminant validity*.

a) *Convergent Validity*

Convergent Validity mewakili besarnya korelasi antar ukuran (indikator) dan strukturnya. Validitas konvergen dapat terpenuhi dan dikatakan tinggi jika berkorelasi $> 0,7$ dan setiap item juga memiliki nilai *loading* lebih dari 0,5 sampai 0,6 sudah cukup (Ghozali, 2018).

b) *Discriminant Validity*

Uji validitas diskiriminan dapat dilihat pada nilai *cross loading*, jika nilai *cross loading* setiap item pernyataan variabel ke variabel itu sendiri lebih besar dari nilai korelasi item pernyataan ke variabel lainnya (Ghozali, 2018). Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besardaripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai rangkaian uji yang bertujuan untuk menilai kehandalan dari item-item pernyataan. *Composite reliability*

dapat digunakan untuk menguji reliabilitas . Jika nilai *composite reliability* $\geq 0,7$ maka variabel dapat dipercaya (Sekaran, 2017). Alat ukur *cronbach's alpha* dapat digunakan untuk memperkuat hasil dari *composite reliability*. Nilai konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. apabila nilai yang dicapai adalah $> 0,70$. AVE merupakan persentase rata-rata nilai *variance extracted* (AVE) antar item pertanyaan atau indikator suatu variabel yang dihasilkan menggunakan program. Nilai AVE harus lebih besar dari 0.5 (Ghozali, 2018)

b. Inner Model (Struktural Model)

Inner model digunakan untuk memprediksi hubungan kausal antar variabel yang diteliti dalam model. Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari beberapa indikator yang meliputi koefisien determinasi (R^2), *Predictive Relevance* (Q^2) dan *Goodnes of Fit Index*(GoF) (Hussein,2016). *R-square* digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel endogen apakah mempunyai pengaruh yang *Substantive*. Kock dan Lynn dalam Ghozali, (2018) menyatakan bahwa nilai *R-square* 0,70 menunjukkan bahwa model kuat, jika nilai 0,45 model sedang dan 0,25 model lemah. Untuk menghitung *R-square* dapat dihitung dengan menggunakan rumus di bawah ini:

Sedangkan untuk Nilai GoF dalam analisa PLS dapat dihitung dengan menggunakan *Q-square predictive relevance* (Q^2). Model mempunyai

nilai prediktif yang relevan jika nilai Q-square lebih besar dari 0 (nol), Pendekatan ini menggunakan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2018).

$$Q^2 = 1 - (1-r_1^2)(1-r_2^2)\dots(1-r_k^2)$$

Keterangan :

$R_1^2 R_2^2 \dots R_k^2$: *R-square* variabel endogen dalam model. Interpretasi Q^2 sama dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur.

Q^2 : Koefisien determinasi total pada analisis jalur.

I. Uji Hipotesis

1. Uji *T-Statistic*

Menurut Ghozali, (2018) tujuan dari uji-t adalah untuk menguji variabel bebas perpengaruh variabel terikat secara masing-masing. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan alpha 5% yang berarti apabila nilai t-statistik $\geq 1,960$ atau nilai probabilitas $\leq level\ of\ significance$ ($\alpha = 5\%$), memiliki kesimpulan bahwa hipotesis diterima, yaitu terdapat pengaruh signifikan antar variabel yang diuji.

2. Uji *Indirect Effect* (Pengaruh Tidak Langsung)

Dalam penelitian ini, variabel bebas dan variabel terikat dihubungkan oleh perantara. *Variance Accounted For* (VAF) digunakan untuk menentukan ukuran dari besarnya efek tidak langsung atau efek yang melalui mediator terhadap efek total dalam sebuah model. VAF dapat dihitung secara manual menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{VAF} = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh tidak langsung} + \text{Pengaruh langsung}}$$

Apabila nilai $\text{VAF} > 80\%$ maka mediasi dikatakan penuh. Apabila $20\% \geq \text{VAF} \leq 80\%$ maka mediasi dikatakan sebagian atau sebagai pemediasi parsial, dan apabila $\text{VAF} < 20\%$ maka dikatakan tidak ada mediasi.

