

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Definisi penelitian adalah proses sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan informasi (data) demi meningkatkan pemahaman terhadap seseorang yang mempunyai ketertarikan untuk memahaminya (Leedy, 2005).

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:15) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Obyek Penelitian

3.2.1 Obyek penelitian

Obyek penelitian adalah sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian (Arikunto, 2005). Obyek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah membeli produk Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya.

3.2.2 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:130) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah membeli produk Janji Jiwa Jilid 358 di Surabaya.

3.2.3 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Sehingga sampel yang digunakan harus representatif. (Sugiyono, 2018:131).

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel secara acak (*non probability sampling*) dengan teknik penentuan *purposive sampling* yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah membeli produk Janji Jiwa Jilid 358 lebih dari satu kali di Surabaya.

Menurut Sugiyono (2018:144) bila jumlah populasi diketahui, maka penentuan sampel dilakukan dengan cara menggunakan Rumus Yamane dan Isaac dan Michael sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\n &= \frac{350}{1 + 350(0,05)^2} \\n &= \frac{350}{1,875} \\n &= 186,6666667\end{aligned}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) adalah 5 %

Apabila dibulatkan maka besar sampel minimal dari 350 populasi pada *margin of error* 5% adalah sebesar 187.

3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif karena menggunakan metode kuesioner online dalam pengumpulan informasi dan disebarakan kepada pelanggan Janji Jiwa Jilid 358 di Surabaya.

3.3.2. Sumber data

1. Data Primer

Data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti dan berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifikasi study (Sekaran, U., & Bougie, 2016). Dalam hal ini data primer diambil secara langsung dari sumber asli yaitu pelanggan Kopi Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya.

2. Data Sekunder

Data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industry oleh media, situs web, internet dan lain sebagainya (Sekaran, U., & Bougie, 2016). Dalam hal ini data sekunder diambil dari website resmi dan sosial media Janji Jiwa sebagai penunjang penelitian.

3.3.3. Teknik Pengumpulan data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan survey *online*, dimana disebarakan melalui *link* kuesioner melalui aplikasi sosial media *whatsapp* dan *email* kepada pelanggan Janji Jiwa Jilid 358 di Surabaya. Survei dilakukan kurang lebih satu bulan terhitung sejak bulan Desember 2019 hingga Januari 2020 di Surabaya. Berikut adalah *link* kuesioner yang akan disebarakan: <https://docs.google.com/forms/d/1nmYcrM7WnR6Gcbu6NZs4aapO1xmOpgI2Nw-8i6-t1C4/prefill>. Link mulai disebar pada tanggal 23 Desember 2019 pada pukul 08.00 dan ditutup pada tanggal 06 Januari 2020 pada pukul 23.30.

3.4 Jenis Skala Pengukuran

Menurut Siregar (2015) skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Dalam penelitian, fenomena tertentu telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Skala likert yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala likert dengan pernyataan positif, responden dapat merespon lima pilihan pada setiap pertanyaan dimana skor yang dipergunakan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4.1. Skala Likert

Deskripsi	Skala	Simbol
Sangat Setuju	5	SS
Setuju	4	S
Kurang Setuju	3	KS
Tidak Setuju	2	TS
Sangat Tidak Setuju	1	STS

3.5 Variabel dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2018:55) adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.

Variabel refer to characteristic or attribute of individual or an organization that can be measured or observed and that varies among the people or organization being studied. A variable typically will vary in two or more categories or on a continuum of scores, and it can be measured. (Creswell, J., 2012).

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau keinginan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan tiga bagian variabel, yaitu:

1. Variabel Eksogen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain dan tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel eksogen adalah *Experiential marketing* (X).
2. Variabel Endogen adalah variabel yang nilainya ditentukan oleh variabel lain, seperti variabel eksogen dan intervening. Dalam penelitian ini, variabel endogen adalah Niat Pembelian Ulang (Y).
3. Variabel Intervening yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel eksogen dan dapat pula mempengaruhi variabel endogen. Kepuasan pelanggan (Z) merupakan variabel intervening dalam penelitian ini.

3.5.2. Definisi Operasional

Adapun variabel – variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan secara operasional sebagai berikut:

1. Variabel Eksogen, yaitu *Experiential marketing* (X)
Experiential marketing didefinisikan sebagai pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya melalui panca indra, baik melalui

penglihatan, pendengaran, sentuhan, rasa, dan bau. *Experiential marketing* pada produk Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya dapat diukur dengan indikator menurut Schmitt (2011) adalah:

- a. *Sense*
Sense berhubungan dengan panca indera, melalui penglihatan, suara, sentuhan rasa, dan bau. Seperti *layout* Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya, kursi dan meja yang nyaman, tampilan menu, design minuman, papan nama, sampai rasa dan aroma dari minuman yang disajikan.
 - b. *Feel*
Feel berkaitan dengan perasaan dan emosi yang ditimbulkan seperti kenyamanan, keamanan, keramahan dan kecepatan servis atau pelayanan yang diberikan Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya.
 - c. *Think*
Think berhubungan dengan pola pikir yang mengacu pada *future, focused, value, quality* dan *growth*. Seperti variasi menu yang beragam, harga menu yang sesuai dengan kualitas minuman dan lain sebagainya.
 - d. *Act*
Act berkaitan dengan pola perilaku dan gaya hidup seperti nilai budaya yang diberikan Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya, kemudian minat dan pendapat orang terhadap Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya.
 - e. *Relate*
Relate berhubungan dengan suatu kelompok atau komunitas sosial yang lebih luas terhadap budaya dan lingkungan sosial yang dicerminkan oleh merek suatu produk.
2. *Variabel Intervening*, yaitu Kepuasan Pelanggan (Z)
Definisi operasional dari kepuasan pelanggan sendiri adalah tingkat kepuasan pelanggan Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya atas hasil yang didapat dari mengkonsumsi produk yang ditawarkan dan terpenuhinya harapan serta kesesuaian atas produk tersebut. Kepuasan pelanggan pada produk Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu: (Rangkuti, 2006)
 1. Harga
 2. Citra
 3. Tahap pelayanan
 4. Momen pelayanan (situasi pelayanan)
 3. *Variabel Endogen*, yaitu Niat Pembelian Ulang (Y)
Niat pembelian ulang didefinisikan sebagai sejauh mana pelanggan akan tingkat mengkonsumsi produk Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya di masa mendatang. Dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengukur niat pembelian ulang adalah mengkonsumsi lagi untuk yang ke – n kalinya. Niat pembelian ulang pada pelanggan Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya dapat diukur dengan beberapa indikator meliputi: minat membeli dengan jumlah yang sama, minat membeli dengan menambah jumlah dan minat membeli dengan penambahan frekuensi/intensitas.

3.6 Desain Instrumen Penelitian

Tabel 3.6.1. Desain Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Kuesioner	Referensi
Experiential marketing (X)	Sense	Desain interior Janji Jiwa Jilid 358 yang menarik	(Schmitt, 2011), (Tetanoe & Dharmayati, 2014), (Suryawan, 2013)
		Kebersihan ruangan yang sudah terjamin	
		Kebersihan kemasan produk yang sudah terjamin	
		Tekstur kopi yang disajikan Janji Jiwa Jilid 358 mengundang selera	
		Minuman yang disajikan Janji Jiwa Jilid 358 memiliki cita rasa yang tinggi	
		Aroma minuman yang disajikan harum atau wangi	
		Tampilan menu sudah jelas dan menarik	
		Adanya konsep <i>Open Kitchen</i> yang menarik	
	Feel	Konsep <i>cafe</i> yang nyaman	Timbul perasaan senang setelah mengkonsumsi produk Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya
		Pelayanan yang diberikan staff Janji Jiwa Jilid 358 ramah	
		Variasi rasa yang beragam membangkitkan rasa ingin tahu akan produk Janji Jiwa	
	Think	Dapat menjadi <i>recommended place</i>	Reputasi Janji Jiwa Jilid 358 sudah membuat konsumen nyaman saat membeli kopi di <i>cafe</i> Janji Jiwa
		Image <i>cafe</i> Janji Jiwa Jilid 358 dapat meningkatkan prestige	
	Act	Mengonsumsi kopi Janji Jiwa Jilid 358 Surabaya sesuai dengan gaya hidup Anda	

	<i>Relate</i>	Saya membeli kopi di Janji Jiwa Jilid 358 atas rekomendasi orang lain	
		Saya menceritakan pengalaman pada saat berada di Janji Jiwa Jilid 358	
		Saya mendapatkan tanggapan positif saat merekomendasikan Janji Jiwa Jilid 358 kepada kerabat, teman atau rekannya	
Kepuasan Pelanggan (Z)	Harga	Saya puas dengan harga produk <i>cafe</i> Janji Jiwa Jilid 358	(Rangkuti, 2006)
	Citra	Saya puas dengan kualitas produk <i>cafe</i> Janji Jiwa Jilid 358	
	Tahap Pelayanan	Saya puas dengan kualitas layanan <i>cafe</i> Janji Jiwa Jilid 358	
	Momen Pelayanan	Saya puas dengan standar pelayanan	
Niat Pembelian Ulang (Y)	Minat membeli dengan jumlah yang sama	Saya akan kembali untuk membeli produk di <i>cafe</i> Janji Jiwa Jilid 358	(Hellier et al., 2003)
	Minat membeli dengan menambah jumlah	Saya akan kembali untuk mencoba produk kopi baru di Janji Jiwa Jilid 358 pada masa mendatang	
	Minat membeli dengan penambahan frekuensi/intensitas	Saya akan mereferensikan ke relasi/kerabat untuk melakukan pembelian kopi di Janji Jiwa Jilid 358 pada masa mendatang	

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Permodelan *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah metode statistik yang digunakan oleh para peneliti diberbagai bidang, misalnya sosial, perilaku, pendidikan, biologi, ekonomi, pemasaran, dan peneliti medis. (Santosa, 2018). SEM merupakan teknik statistik multivariat yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi (korelasi). Tujuan dari metode ini adalah untuk menguji hubungan – hubungan antar variabel yang ada pada sebuah model. Secara umum ada dua jenis SEM, yakni SEM berbasis varians dan kovarians. PLS adalah SEM berbasis varians, sementara AMOS dan LISREL berbasis kovarians (sering disebut dengan juga *covariance based SEM* atau CB – SEM).

PLS – SEM mampu menangani menangani model jalur dengan konstruk reflektif atau formatif, bahkan kombinasi keduanya dalam sebuah model. Keuntungan menggunakan

PLS – SEM ini yaitu menekankan pada prediksi berakurasi tinggi, PLS menggunakan data bebas distribusi, dan dapat menangani ukuran sampel yang tergolong kecil dengan model sebab – akibat atau model kausalitas yang kompleks yang berfokus untuk memaksimalkan *explained variance* dari konstruk – konstruk yang diamati dan bukan pada *model fit*.

3.7.1. Pengujian Outer Model

Outer Model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya.; Model ini digunakan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliable). Analisis outer model dapat dilihat dari beberapa indikator berikut:

1. Uji Validitas

Dalam pengujian validitas terdapat dua cara yang biasa digunakan antara lain:

a. Validitas Konvergen

Menggambarkan refleksi indikator yang dinilai sesuai korelasi antara item score dengan construct score yang dihitung menggunakan PLS. Ukuran reflektif indikator dikatakan tinggi apabila berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur.

b. Validitas Diskriminan

Menggambarkan refleksi indikator yang sesuai dengan cross loading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada blok lainnya (Ghozali, 2008).

Metode lain untuk menilai *validitas discriminat* adalah membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Berikut ini rumusan dalam menghitung AVE:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i var(\varepsilon_i)}$$

Apabila semua indikator distandarisasi, maka ukuran ini sama dengan average communalities dalam blok.

2. Uji Realibilitas

Pengujian ini digunakan untuk menilai konsistensi objek dan data, serta memastikan bahwa instrument yang digunakan beberapa kali dalam mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuisioner dikatakan realibel jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsistensi dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016).

Composite reliability blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam pengukuran yaitu *internal consistency* dan *cronbach's Alpha*. Dengan menggunakan output yang dihasilkan PLS maka *composite reliability* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

3.7.2. Pengujian Inner Model

Pengujian *inner model* digunakan untuk memastikan bahwa model yang dibangun robust dan akurat. Model structural dievaluasi dengan menggunakan *R*-square untuk konstruk dependen. Dengan menilai model dalam PLS, dapat dimulai dengan *R*-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Menurut Ghozali (2008), pengaruh besarnya f^2 dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut

$$\rho^c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Dimana R^2_{included} dan R^2_{excluded} adalah *R*-square dari variabel laten dependen karena predicator variabel laten digunakan atau dikeluarkan didalam persamaan struktural. Nilai f^2 sama dengan 0.02, 0.15 dan 0.35 dapat diinterpretasikan bahwa predicator variabel laten memiliki pengaruh kecil, menengah, dan besar pada level struktural.

Evaluasi *inner model* dapat dilakukan dengan melihat nilai R^2 untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan presiksi dari model struktural. Perubahan nilai R^2 digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Nilai R^2 sebesar 0.67, 0.33, dan 0.19 untuk variabel endogen dalam model struktural dikategorikan sebagai baik, moderat, dan lemah (Ghozali,2008).

3.7.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan dengan menerapkan metode resampling *Bootstrap* yang menggunakan Statistik uji analisis t atau uji t. Dalam metode ini tidak diperlukan asumsi distribusi normal dan tidak membutuhkan sampel yang besar. Apabila diperoleh p-value, dapat dilakukan dengan analisis uji t-test.