

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat kuantitatif. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2018:23). Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan pengukuran variabel dari suatu subyek. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui persepsi sampel penelitian terhadap model yang penelitian yang sudah dibuat. Dalam penelitian ini yang akan dianalisis adalah keterkaitan hubungan antara variabel-variabel *service quality*, *perceived value*, *customer experience* dan *customer satisfaction*.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Drip N Dry di Surabaya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:242). Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018:258). Pemilihan sekelompok subyek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang

mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain, unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.

Responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian memiliki kriteria antara lain:

1. Memiliki paling tidak satu sepatu *sneakers*.
2. Pernah menggunakan jasa perusahaan.
3. Berusia lebih dari 18 tahun keatas karena sudah dianggap dewasa dan dapat menentukan pilihan sendiri.

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumusan dari Slovin (Umar, 2017:78) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase ketidakpastian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, yaitu 5% atau 0,05.

Diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian sebesar:

$$\begin{aligned} n &= \frac{154}{1 + (154 \times (0,05)^2)} \\ &= 111,191 \approx 111 \end{aligned}$$

Jadi dalam penelitian ini besarnya sampel yang digunakan adalah 111 orang konsumen Drip N Dry, Surabaya.

### 3.3. Definisi Operasional Variabel, dan Pengukuran Variabel

#### 3.3.1. Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel-Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Definisi Operasional	Sumber
<i>Service Quality</i> (X)	<i>Service quality</i> adalah seberapa jauh perbedaan yang dihasilkan antara kenyataan dengan ekspektasi pelanggan atas layanan yang diterima atau diperoleh (Adista dan Dharmawan, 2019)	Adista dan Dharmawan (2019): 1. Bukti langsung. 2. Keandalan. 3. Daya tanggap. 4. Jaminan. 5. Empati.	1. Fasilitas Drip N' Dry lengkap dan ditata dengan baik untuk kenyamanan konsumen. 2. Karyawan Drip N' Dry bersedia membantu konsumen dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. 3. Karyawan Drip N' Dry melayani konsumen dengan cepat dan tepat. 4. Karyawan Drip N' Dry ramah dan bersungguh-sungguh dalam melayani konsumen. 5. Drip N' Dry bertanggung jawab atas kenyamanan dan keamanan konsumen selama di tempat.	Adista dan Dharmawan (2019)
<i>Perceived Value</i> (M <sub>1</sub> )	<i>Perceived value</i> adalah suatu usaha konsumen dalam membandingkan produk/jasa dari perusahaan tertentu dengan perusahaan pesaing ditinjau dari manfaat, kualitas dan harga (Ndoen dan Kusumadewi, 2019)	Ndoen dan Kusumadewi (2019): 1. Nilai emosional. 2. Nilai kualitas. 3. Nilai sosial. 4. Nilai terhadap biaya.	1. Layanan Drip N' Dry memiliki nilai tambah. 2. Konsumen tidak keberatan membayar lebih mahal untuk menggunakan jasa Drip N' Dry. 3. Layanan Drip N' Dry dapat memenuhi kebutuhan konsumen. 4. Layanan Drip N' Dry memberikan manfaat lebih besar dibanding biaya yang dikeluarkan.	Ndoen dan Kusumadewi (2019)
<i>Customer Experience</i> (M <sub>2</sub> )	<i>Customer experience</i> adalah sebuah pengalaman, dimana	Wiyata <i>et al.</i> (2020): 1. Sense. 2. Feel. 3. Think. 4. Act.	1. Desain interior Drip N' Dry menarik. 2. Proses penerimaan order dan pembayaran Drip N' Dry sangat mudah dan praktis.	Wiyata <i>et al.</i> (2020)

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Definisi Operasional	Sumber
	pengalaman-pengalaman tersebut merupakan peristiwa-peristiwa pribadi yang terjadi dikarenakan adanya stimulus tertentu (yang diberikan oleh pihak pemasar sebelum dan sesudah pembelian barang atau jasa) (Sinaga dan Hanifa, 2020)	5. Relate.	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Layanan yang diberikan Drip N' Dry sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.</li> <li>4. Layanan yang disediakan Drip N' Dry sesuai dengan gaya hidup konsumen yang serba praktis.</li> <li>5. Komunikasi Drip N' Dry dengan pelanggan dijalin dengan baik melalui media sosial dan sarana lainnya.</li> </ol>	
<i>Customer Satisfacton</i> (Y)	<i>Customer satisfaction</i> adalah tingkatan perasaan konsumen ketika membandingkan harapan dengan kinerja produk yang telah dirasakan (Kotler dan Keller, 2016:31)	Kasino (2018): <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbandingan.</li> <li>2. Kesesuaian harapan.</li> <li>3. Minat kembali</li> <li>4. Kesediaan merekomendasikan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen apabila dibandingkan dengan membeli di tempat lain.</li> <li>2. Kesesuaian kualitas produk yang dibeli dengan tingkat harapan konsumen.</li> <li>3. Minat konsumen untuk membeli kembali di toko.</li> <li>4. Bersedia dengan senang hati merekomendasikan toko kepada orang lain.</li> </ol>	Kasino (2018)

### 3.3.2 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan skala 1 sampai dengan 5. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:93). Skala yang digunakan adalah sebagai berikut:

Alternatif jawaban sangat setuju (SS)	: skor 5
Alternatif jawaban setuju (S)	: skor 4
Alternatif jawaban cukup setuju (CS)	: skor 3
Alternatif jawaban tidak setuju (TS)	: skor 2
Alternatif jawaban sangat tidak setuju (STS)	: skor 1

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama misalnya dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner, (Umar, 2017:67). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari konsumen dengan cara menyebarkan kuisioner.

### **3.5. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data kuesioner dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen. Peneliti menyebarkan secara langsung untuk menghindari kesalahan dalam pengisian kuesioner. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data kuesioner yang dapat dipertanggungjawabkan. Penyebaran kuesioner dilakukan pada konsumen, baik secara *offline* maupun *online*.

### **3.6. Teknik Analisis**

#### **3.6.1 *Partial Least Square***

Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) yang diolah dengan menggunakan aplikasi SmartPLS Versi 3.0, yang merupakan *component based predictive model* dengan pendekatan *variance based* atau *componend based*. Model *component based* sering juga disebut dengan *soft modeling*, dimana data yang akan dianalisis tidak harus memenuhi kriteria ideal, yang tidak mendasarkan pada asumsi skala pengukuran, distribusi data dan jumlah sampel. Artinya dalam analisis PLS tidak perlu memenuhi asumsi jumlah sampel

yang besar, data harus terdistribusi secara *normal multivariate*, indikator harus berbentuk reflektif, dan harus memenuhi kondisi *determinacy*. Analisis PLS dapat menghindari dua masalah serius, yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy* (Ghozali, 2018).

Oleh karena PLS tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter, maka teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan. Model evaluasi PLS berdasarkan pada pengukuran prediksi yang mempunyai sifat non parametrik. Model pengukuran atau *outer model* dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya, *composite reliability* untuk *block* indikator. Model struktural atau *inner model* dievaluasi dengan melihat prosentase *variance* yang dijelaskan, yaitu dengan melihat nilai  $R^2$  (*R Square*) untuk konstruk laten dependen, serta melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji t statistik yang didapat melalui prosedur *bootstrapping* (Ghozali, 2018).

### **3.6.2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)**

Evaluasi model pengukuran terdiri dari tiga tahap yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas komposit.

#### **a. Uji Validitas Konvergen atau *Convergent Validity***

Pengujian validitas untuk indikator reflektif dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antara skor indikator dengan skor konstraknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan terdapat perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk apabila indikator lain pada konstruk yang

sama berubah. Menurut Ghozali (2018), suatu kolerasi dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai loading sebesar lebih besar dari 0,7. Output menunjukkan bahwa loading factor memberikan nilai di atas nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,7. Sehingga indikator-indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).

**b. Uji Validitas Diskriminan atau *Discriminant Validity***

Pada indikator reflektif perlu dilakukan pengujian validitas diskriminan (*discriminant validity*) dengan membandingkan nilai pada tabel *cross loading*. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal ini menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran blok lainnya (Ghozali, 2018). Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik (Ghozali, 2018).

**c. Uji Reliabilitas atau *Composite Reliability***

Ghozali (2018) menyatakan bahwa suatu variabel laten dapat dikatakan mempunyai realibilitas yang baik apabila nilai *Composite Reliability* lebih besar dari 0,7 dan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7.

### 3.6.3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural pada SEM dengan PLS dilakukan dengan melakukan uji R-squared ( $R^2$ ) dan uji signifikansi melalui estimasi koefisien jalur. Ghozali (2018). Perubahan nilai R-Squares digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Koefisien ini merupakan ukuran akurasi prediktif model (Hair *et al.*, 2017:174). Koefisien determinasi merepresentasikan pengaruh kombinasi variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Koefisien ini juga merepresentasikan besarnya varians dalam konstruk endogen yang dapat dijelaskan melalui seluruh konstruk eksogen yang mempengaruhinya.

Nilai *Stone-Geisser* ( $Q^2$ ) juga perlu ditelaah karena ukuran ini merupakan indikator untuk suatu relevansi prediktif suatu model. Dalam model struktural, nilai  $Q^2$  yang lebih besar dari 0 (nol) bagi variabel endogen mengindikasikan relevansi prediktif model *path* untuk konstruk tersebut.

Untuk melengkapi evaluasi nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari seluruh konstruk endogen, perubahan dalam nilai  $R^2$  ketika konstruk eksogen tertentu dikeluarkan dari model dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah konstruk yang dikeluarkan tersebut memiliki pengaruh yang substansial pada konstruk endogen. Ukuran ini dinamakan sebagai  $f^2$  *effect size*. *Effect size* dapat dikalkulasi sebagai berikut:

$$f^2 = \frac{R_{included}^2 - R_{excluded}^2}{1 - R_{included}^2}$$

Keterangan:



$f^2$  = *effect size*

$R^2_{included}$  = nilai  $R^2$  variabel endogen ketika variabel eksogen tertentu dimasukkan dalam model

$R^2_{excluded}$  = nilai  $R^2$  variabel endogen ketika variabel eksogen tertentu dikeluarkan dari model

Memiliki kesamaan dengan pendekatan  $f^2$  *effect size* untuk melakukan penilaian  $R^2$ , pengaruh relatif relevansi prediktif dapat diukur dengan ukuran  $q^2$  *effect size*, yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$q^2 = \frac{Q^2_{included} - Q^2_{excluded}}{1 - Q^2_{included}}$$

Keterangan:

$q^2$  = *effect size* relevansi prediktif

$Q^2_{included}$  = nilai  $Q^2$  variabel endogen ketika variabel eksogen tertentu dimasukkan dalam model

$Q^2_{excluded}$  = nilai  $Q^2$  variabel endogen ketika variabel eksogen tertentu dikeluarkan dari model

#### 3.6.4. Uji Hipotesis

Uji signifikansi pada model SEM dengan PLS bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pengujian hipotesis dengan metode SEM PLS dilakukan dengan cara melakukan proses *bootstrapping* sehingga diperoleh hubungan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t statistik dengan nilai

t tabel. Jika nilai t statistik lebih besar daripada nilai t tabel (1,96), maka ada pengaruh signifikan antara suatu variabel terhadap variabel lainnya dan sebaliknya jika nilai t statistik lebih kecil daripada nilai t tabel (1,96), maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

