

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Subjek Penelitian

Didalam penelitian kali ini, subyek penelitian yang akan diteliti adalah Konsumen atau wisatawan pengunjung pada salah satu obyek wisata pada kawasan wisata terbesar di Karanganyar yaitu Taman Rekreasi Bukit Sekipan Tawangmangu Solo Jawa Tengah.

3.2. Desain Penelitian

Desain penelitian ini bersifat asosiatif, karena ingin memberikan gambaran penjelasan mengenai adanya hubungan sebab akibat pengaruh dari variabel satu ke variabel lain. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian kemudian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang kemudia diinterpretasikan.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

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. 2005). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang berekreasi di obyek wisata Taman Rekreasi Bukit Sekipan Tawangmangu Karanganyar pada tahun 2019.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2005) “sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang berdasarkan pada pertimbangan-

pertimbangan yang ada. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan sampling incidental, menurut Sugiyono (2005) “sampling incidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Karakteristik Responden yang peneliti tetapkan adalah :

1. Sedang berada di Kawasan Wisata Bukit Sekipan
2. Sedang atau sudah menikmati layanan Atraksi Wisata Bukit Sekipan
3. Berusia diatas 18 Tahun

3.4. Jenis Data dan Sumber Data

Sumber – Sumber data dalam penelitian ini adalah :

3.4.1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2005) Sumber primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data Primer pada penelitian ini didapatkan dari kuesioner. Data Primer kali ini didapat dari observasi langsung dan data kuesioner yaitu berupa jawaban dari konsumen yang sesuai dengan kriteria. Menurut Sugiyono (2005) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan secara langsung atau offline atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Jawaban kuesioner bersifat tertutup, sehingga responden hanya bisa memilih jawaban yang ada.

3.4.2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2005) data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data

Sekunder dalam penelitian ini didapat dari jurnal-jurnal penelitian sebelumnya dan dari Manajemen Bukit Sekipan Tawangmangu.

3.5. Desain Sampel dan Koleksi Data

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *Customer Delight* dan Kepuasan Konsumen (*customer satisfaction*) terhadap Loyalitas Konsumen. (*customer loyalty*) Penelitian ini membatasi populasi penelitian pada wisatawan pengunjung obyek wisata Taman Rekreasi Bukit Sekipan Tawangmangu. Untuk keperluan pengambilan sampel penelitian, peneliti mendistribusikan 200 kuesioner pada saat ketika akhir pekan jam operasional Taman Rekreasi Bukit Sekipan, dan setelah diperiksa diperoleh data sampel yang kembali dan layak untuk diproses lebih lanjut ada sebanyak 177 sampel penelitian.

3.6. Instrument Riset

Penelitian ini mengukur konstruk penelitian menggunakan tipe Skala Likert empat nilai dan multiple items. Semua pengukuran item validasi diambil dari studi sebelumnya. Semua item pada kategori, nilai terbentang dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 4 (sangat setuju). Peneliti menilai Interaksi dengan Pegawai dan Interaksi dengan Konsumen menggunakan empat item kuesioner yang masing-masing dimodifikasi dari hasil penelitian Wu dan Liang (2009), Jani dan Han (2013). Peneliti juga mengukur *Customer Delight* dengan menggunakan tiga item kuesioner, diambil dari hasil penelitian Kim, dkk., (2013), sedangkan untuk variable Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction*) dioperasionalkan dengan empat item pertanyaan kuesioner bermuatan emosi wisatawan mengacu pada penelitian yang diajukan oleh Westbrook dan Oliver (1991). Terakhir, peneliti menggunakan tiga item pertanyaan kuesioner untuk Loyalitas Konsumen

(*Customer Loyalty*) dari Kao, dkk, (2008). Peneliti telah memodifikasi item item pertanyaan kuesioner tersebut disesuaikan dengan penelitian ini.

3.7. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut yang digunakan :

3.7.1. Variabel Independen (X)

Menurut Dodge (2003), Variabel independen didefinisikan sebagai variabel yang diubah atau dikendalikan dalam percobaan ilmiah. Itu menyebabkan atau alasan untuk suatu hasil. Variabel independen berubah untuk menguji variabel dependen mereka. Variabel independen secara langsung menyebabkan perubahan dalam variabel dependen. Efek pada variabel dependen diukur dan dicatat. Dalam Penelitian ini Variabel Independen adalah Interaksi dengan Konsumen lain (X1), Interaksi dengan Staff (X2), *Customer Delight* (X3), dan Kepuasan Konsumen (*customer satisfaction*) (X4).

3.7.2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Everitt (2002), Variabel dependen adalah 'dependen' pada variabel independen. Sebagai eksperimen mengubah variabel independen, perubahan dalam variabel dependen diamati dan dicatat. Saat Anda mengambil data dalam percobaan, variabel dependen adalah yang diukur. Dalam penelitian ini Variabel dependen adalah Loyalitas Konsumen (*customer loyalty*) (Y).

3.8. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Ballantyne (1945) Definisi operasional adalah artikulasi operasionalisasi (atau pernyataan prosedur) yang digunakan dalam mendefinisikan persyaratan suatu proses (atau serangkaian tes validasi) yang diperlukan untuk menentukan sifat suatu item atau fenomena (variabel, istilah, atau objek) dan sifat-sifat seperti durasi, jumlah, ekstensi dalam ruang, komposisi kimia, dll. Menurut Bohm (1996), karena tingkat operasionalisasi

dapat bervariasi dengan sendirinya, maka dapat menghasilkan definisi operasional yang kurang lebih. Menurut Boyd (1984) karena tingkat operasionalisasi dapat bervariasi dengan sendirinya, maka dapat menghasilkan definisi operasional yang kurang lebih. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 3.1. Definisi Operasional Penelitian

Jenis Variabel	Definisi	Indikator
Interaksi dengan Konsumen Lain (X1)	Interaksi dengan Konsumen Lain didefinisikan sebagai Interaksi yang terjadi ketika sekelompok konsumen berada dalam pengalaman layanan yang dikonsumsi dalam grup banyak, dimana perilaku dari konsumen lain mempengaruhi konsumen. (Grove dan Fisk, 1997)	Wu dan Liang (2009) Interaksi dengan Konsumen Lain 1. Pelanggan Bukit Sekipan lain tidak berisik 2. Pelanggan Bukit Sekipan lain berperilaku baik 3. Pelanggan Bukit Sekipan lain tidak bermasalah 4. Pelanggan Bukit Sekipan lain tidak membuat gangguan
Interaksi dengan Pegawai (X2)	Arnould dan Price (1993) mendeskripsikan Interaksi dengan Pegawai adalah “hasil emosional yang terkait dengan pengalaman luar biasa yang tertanam dalam hubungan antara konsumen dan penyedia layanan”.	Jani dan Han (2013) Interaksi dengan Pegawai 1. Pegawai Bukit Sekipan memberikan layanan yang menyeluruh dan memuaskan 2. Pegawai Bukit Sekipan dapat diandalkan 3. Pegawai Bukit Sekipan Profesional 4. Pegawai Bukit Sekipan memiliki pengetahuan yang bagus
Customer Delight (X3)	Finn (2005) menyatakan Customer Delight adalah emosi yang dirasakan konsumen yang merupakan kombinasi dari Pleasure (Joy dan Elation) dan Arousal.	Kim, dkk., (2013) Customer Delight 1. Saya merasa senang selama kunjungan saya di Bukit Sekipan 2. Saya merasa riang selama kunjungan saya di Bukit Sekipan 3. Saya merasa gembira selama kunjungan saya di Bukit Sekipan

Kepuasan Konsumen (X4)	Oliver (1997) mendefinisikan Kepuasan Konsumen sebagai ‘Pendapat apakah produk, atau fitur layanan, atau produk atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan konsumsi yang memuaskan, termasuk tingkat tidak atau terpenuhi kebutuhannya.	Westbrook dan Oliver (1991) Kepuasan Konsumen 1.Saya puas dengan keputusan saya mengunjungi Bukit Sekipan 2.Pilihan saya untuk memilih Bukit Sekipan ini adalah pilihan yang bijaksana 3.Saya pikir saya telah melakukan hal yang benar untuk mengunjungi Bukit Sekipan ini 4.Saya merasa bahwa pengalaman saya dengan Bukit Sekipan menyenangkan
Loyalitas Konsumen (Y)	Dick dan Basu (1994) mendefinisikan kesetiaan sebagai komitmen pelanggan terhadap merek atau pendekatan terhadap merek (layanan, kategori produk, dll.)	Kao, dkk. (2008) 1.Saya ingin kembali ke Bukit Sekipan di masa mendatang 2.Saya akan memberitahu teman teman tentang Bukit Sekipan 3.Saya akan merekomendasikan Bukit Sekipan kepada orang lain

3.9. Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan menguraikan keseluruhan menjadi komponen yang lebih kecil untuk mengetahui komponen yang dominan, membandingkan antara komponen yang satu dengan komponen lainnya, dan membandingkan salah satu atau beberapa komponen dengan keseluruhan.¹⁷ Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Delapan belas Pengelolaan data pada penelitian ini akan menggunakan Software smart PLS 3.

Pendekatan (*Partial Least Square*) PLS merupakan *distribution free* (tidak mengasumsikan data tertentu, dapat berupa nominal, kategori, ordinal, interval dan rasio).¹⁹ (*Partial Least Square*) PLS menggunakan metode *bootstrapping* atau penggandaan secara acak yang mana asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah bagi (*Partial Least Square*) PLS. Selain itu (*Partial Least Square*) PLS tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel yang akan digunakan dalam penelitian, penelitian yang memiliki sampel kecil dapat tetap menggunakan (*Partial Least Square*) PLS. *Partial*

Least Square digolongkan jenis non-parametrik oleh karena itu dalam permodelan PLS tidak diperlukan data dengan distribusi normal.

Tujuan dari penggunaan (*Partial Least Square*) PLS yaitu untuk melakukan prediksi. Yang mana dalam melakukan prediksi tersebut adalah untuk memprediksi hubungan antar konstruk, selain itu untuk membantu peneliti dalam penelitiannya untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pemrediksian.

Variabel laten adalah *linear agregat* dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner model* (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antar indikator dengan konstruknya) dispesifikasi. Hasilnya adalah *residual variance* dari variabel dependen (kedua variabel laten dan indikator) diminimumkan.

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS (*Partial Least Square*) dapat dikategorikan sebagai berikut: Kategori pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan blok indikatornya (*loading*). Kategori ketiga adalah berkaitan dengan *means* dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi tersebut, PLS (Partial Least Square) menggunakan proses iterasi tiga tahap dan dalam setiap tahapnya menghasilkan estimasi yaitu sebagai berikut:

1. Menghasilkan *weight estimate*.
2. Menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*.
3. Menghasilkan estimasi *means* dan lokasi (konstanta).

Dalam metode PLS (*Partial Least Square*) teknik analisa yang dilakukan adalah sebagai berikut:

3.9.1. Analisa outer model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator:

1. ***Convergent Validity*** adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score dengan construct score, yang dapat dilihat dari standardized loading factor yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi > 0.7 dengan konstruk yang ingin diukur, sedangkan menurut Chin yang dikutip oleh Imam Ghozali, nilai outer loading antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup.
2. ***Discriminant Validity*** merupakan model pengukuran dengan refleksif indicator dinilai berdasarkan crossloading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok mereka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya. Sedangkan menurut metode lain untuk menilai discriminant validity yaitu dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE).
3. ***Composite reliability*** merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada view latent variable coefficients. Untuk mengevaluasi composite reliability terdapat dua alat ukur yaitu internal consistency dan

cronbach's alpha. Dalam pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah $> 0,70$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

4. ***Cronbach's Alpha*** merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari composite reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,7$.

Uji yang dilakukan diatas merupakan uji pada outer model untuk indikator reflektif. Untuk indikator formatif dilakukan pengujian yang berbeda. Uji untuk indikator formatif yaitu:

1. ***Significance of weights***. Nilai weight indikator formatif dengan konstruksya harus signifikan.
2. ***Multicollinearity***. Uji multicollinearity dilakukan untuk mengetahui hubungan antar indikator. Untuk mengetahui apakah indikator formatif mengalami multicollinearity dengan mengetahui nilai VIF. Nilai VIF antara 5-10 dapat dikatakan bahwa indikator tersebut terjadi multicollinearity.

3.9.2. Analisa Inner Model

Analisa Inner model biasanya juga disebut dengan (inner relation, structural model dan substantive theory) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Analisa inner model dapat dievaluasi yaitu dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk predictive relevance dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Dalam pengevaluasian inner model dengan PLS (Partial Least Square) dimulai dengan cara melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen.

Kemudian dalam penginterpretasiannya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai pada R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Selain melihat nilai R-square, pada model PLS (Partial Least Square) juga dievaluasi dengan melihat nilai Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q-square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai Q-square lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance, sedangkan apabila nilai Q-square kurang dari 0 (nol), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance.

3.9.3. Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesa dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a di terima jika nilai $p < 0,05$.