

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Kedai Filosofi Kopi Jogja dan subjek penelitian adalah pelanggan yang datang di Kedai Filosofi Kopi Jogja yang beralamatkan di Jl. Pandhawa No.001/17, Tegal Rejo, Sariharjo, Kec. Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan penelitian survey. Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari data tersebut (Sugiyono, 2013:7).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013 : 73). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang data di Kedai Filosofi Kopi Jogja

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi itu. Apa yang diambil dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul mewakili (Sugiyono, 2013 : 73). Maka sampel dari penelitian ini adalah diambil dari sebagian pelanggan menggunakan jasa Kedai Filosofi Kopi Jogja.

a). Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013:77). Dan salah satu jenis *non probability sampling* digunakan dalam pemilihan sampel adalah *purposive sampling* yaitu suatu tehnik pengambilan sampel yang didasarkan pada suatu pertimbangan pribadi dengan cara menentukan terlebih dahulu kriteria responden (Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, 2001:90). Kriteria yang dipilih sebagai responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Filosofi Kopi Jogja yang sudah pernah datang lebih dari 1 kali dalam 3 bulan terakhir.

b). Jumlah Sampel

Menurut pendapat Frenkel dan Wallen (Soehardi Sigit, 2003:491) menyarankan besaran sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak

100 responden. Karena jenis penelitian ini adalah penelitian survey yang bisa dipakai dalam penelitian deskriptif, maka diambil responden sebanyak 100 orang karena sudah memenuhi syarat standar minimum sehingga telah mampu mewakili populasi.

3.4. Metode Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer, yaitu data yang didapat dari lapangan penelitian dan wawancara langsung dari pihak yang terkait yang berhubungan langsung dengan obyek yang diteliti (Sugiyono, 2013:129).

2. Teknik Pengumpulan Data

Kuisisioner merupakan suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan jawaban responden atas daftar pertanyaan tersebut (Husein Umar, 2000:167). Sesuai dengan teori diatas maka dalam penelitian ini penulis menggunakan data dengan cara menyebar kuisisioner untuk diisi oleh responden yaitu pelanggan filosofi Kopi Jogja

3.5. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

Defnisi operasionalisasi adalah rumusan mengenai kasus atau variabel yang akan dicari untuk ditemukan dalam penelitian di dunia nyata, di dunia empiris atau lapangan yang dapat dialami (Soehardi Sigit, 2003 : 1). Variabel

penelitian terdiri dari variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan dan inovasi produk, variabel mediasi keunggulan bersaing dan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan

2. Dimensi dari operasional variabel :

a. Kualitas pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah persepsi pelanggan secara keseluruhan baik keunggulan ataupun kelemahan dari organisasi dan pelayanannya (Taylor dan Baker, 1994). Parasuraman, Berry dan Zeithaml mengungkapkan bahwa kriteria yang digunakan pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan terdiri atas lima dimensi (Parasuraman, 1998). Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi kualitas pelayanan adalah: (Lauw dan Kunto, 2013)

1). *Tangible* terdiri dari:

- a) Tempat duduk yang nyaman
- b) Kerapihan penampilan pelayan

2). *Reliability* terdiri dari :

- a) Ketepatan jam buka dan tutup restoran
- b) Kualitas rasa menu yang ditawarkan yang konsisten (sama)

3). *Responsiveness* terdiri dari :

- a) Pelayan menanganani keluhan pelanggan secara cepat.
- b) Pelayan menyajikan menu tidak lama setelah dipesan

4). *Assurance* terdiri dari :

- a) Pelayan memberikan informasi secara akurat mengenai produk
- b) Pelayan dapat menjelaskan promosi yang berlaku saat itu dengan meyakinkan saat

5). *Emphaty* terdiri dari :

- a) Keramahan pelayan dalam melayani pelanggan
- b) Kesopanan pelayan dalam memperlakukan pelanggan

b. Inovasi Produk

Inovasi produk didefinisikan sebagai produk atau jasa baru yang diperkenalkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan kebutuhan pasar eksternal (Li et al, 2012). Inovasi produk sebagai proses memperkenalkan teknologi baru yang dapat dijadikan sebagai alat untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Jenis inovasi ini mencerminkan perubahan dalam produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan di pasar. Menurut (Kafetzopoulos Dimitrios, 2015) beberapa indikator pada inovasi

produk diantaranya terdiri dari:

- 1) Tingkat kebaruan produk
- 2) Penggunaan inovasi teknologi terbaru dalam produk baru
- 3) Kecepatan pengembangan produk baru
- 4) Jumlah produk yang diperkenalkan ke pasar
- 5) Jumlah produk kami yang pertama ke pasar

c. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan value added (nilai lebih) terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan (Sukarmen, dkk, 2013).

Menurut (Kafetzopoulos dkk, 2013) Keunggulan kompetitif tentang bagaimana sebuah perusahaan benar-benar menempatkan strategi-strategi generik ke dalam praktik, Indikatornya terdiri dari:

- 1) Menawarkan kualitas produk yang menciptakan nilai lebih tinggi bagi pelanggan
- 2) Mempertahankan biaya operasional dan produksi pada tingkat yang rendah
- 3) Penyajian tepat waktu jenis dan volume produk yang dipesan oleh pelanggan
- 4) Fleksibilitas dalam merespon pasar dengan cepat dalam waktu singkat
- 5) Memperkenalkan produk baru lebih cepat dari pesaing utama

d. Kepuasan Pelanggan

Variabel dependent dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Indikator dari kepuasan pelanggan adalah :
(Sasongko dan Subagio, 2013)

- a) Kepuasan terhadap kualitas layanan

- b) Kepuasan terhadap inovasi produk
- c) Puas secara keseluruhan

3.6. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2013 : 74) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif sebagai berikut:

Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

Tidak setuju (TS) diberi skor 2

Netral (N) diberi skor 3

Setuju (S) diberi skor 4

Sangat setuju (SS) diberi skor 5

Skala likert ini kemudian menskala individu yang bersangkutan dengan menambah bobot dari jumlah yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dapat dikelompokkan kedalam kelas interval. Ukuran interval berguna untuk memberikan informasi tentang interval antara satu orang atau obyek dengan obyek lain. Jumlah kelas 5 sehingga kelas intervalnya dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai maksimal} - \text{Nilai minimum}}{\text{Jumlah kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dari perhitungan tersebut dapat ditentukan skala distribusi kriteria pendapat responden sebagai berikut :

1. Nilai jawaban 1,00 s/d 1,79 = Sangat Tidak baik/Sangat tidak puas
2. Nilai jawaban 1,80 s/d 2,59 = Tidak baik/Tidak puas
3. Nilai jawaban 2,60 s/d 3,39 = Cukup baik/cukup puas
4. Nilai jawaban 3,40 s/d 4,19 = Tidak baik/ tidak puas
5. Nilai jawaban 4,20 s/d 5,00 = Sangat baik/Sangat puas

Berdasarkan ketentuan diatas, maka dapat dilakukan proses pengolahan data untuk menentukan nilai dari variabel sebabnya (X).

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu analisis yang mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagai mana adanya, tanpa melakukan analisa dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. (Sugiyono (2013: 21)

Analisis berupa penyajian data dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi penjelasan kelompok melalui rata-rata, yaitu menggambarkan kondisi yang sesungguhnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3.7.2. Analisis Structural Equation Modeling

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Squares* (PLS). *Partial Least Square* (PLS) dikembangkan pertama kali oleh Wold sebagai metode umum untuk

mengestimasi *path model* yang menggunakan konstruk laten dengan multiple indikator. *Partial Least Square* merupakan metode analisis yang *powerful* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu dan ukuran sampel tidak harus besar. Hal tersebut sesuai dengan penelitian ini dimana ukuran sampel sama dengan jumlah sampel yaitu sebanyak 100 responden. PLS dapat juga digunakan untuk konfirmasi teori.

Kelebihan dari metode PLS dibanding analisis *covariance structure* seperti LISREL, EQS atau AMOS, adalah PLS tidak membutuhkan sampel yang besar dan asumsi normalitas (Utami, 2008). Dua masalah serius yaitu hasil estimasi yang tidak bisa diterima (*improper solution*), misalnya *varians negative* atau *standardized estimate* yang lebih besar dari 1 atau standar error yang besar; dan *factor indeterminacy* dapat dihindari pada teknik PLS (Fornell and Bookstein, 1982 dalam Utami, 2008).

Model hubungan hipotesis antar keempat variabel dalam penelitian ini merupakan penggabungan antara model regresi linier berganda dengan model mediasi, yaitu variabel kualitas pelayanan dan inovasi produk (X) merupakan variabel eksogen, keunggulan bersaing (Z) merupakan variabel perantara dan juga endogen, sedangkan kepuasan pelanggan (Y) merupakan variabel dependen endogen.

Model analisis jalur semua variabel laten dalam PLS terdiri dari tiga set hubungan: (1) *inner model* yang menspesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*), (2) *outer model* yang menspesifikasi hubungan antara variabel

laten dengan indikator atau variabel manifestnya (*measureble model*), dan (3) *weight relation* dalam mana nilai kasus dari variabel laten dapat diestimasi. Tanpa kehilangan generalisasi, dapat diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator atau manifest variabel diskala *zero means* dan unit *variance* (nilai *standardized*) sehingga parameter lokasi (parameter konstanta) dapat dihilangkan dalam model.

Estimasi parameter yang didapat dengan PLS dapat dikategorikan menjadi tiga. 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 ini, PLS menggunakan proses iterasi tiga tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk *inner model* dan *outer model*, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi *means* dan lokasi (konstanta).

Pada dua tahap pertama proses iterasi indikator dan variabel laten diperlakukan sebagai deviasi (penyimpangan) dari nilai *means* (rata-rata). Pada tahap ketiga untuk hasil estimasi dapat diperoleh berdasarkan pada data *metric original*, hasil *weight estimate* dan *path estimate* pada tahap kedua digunakan untuk menghitung *means* dan lokasi parameter. Tahap pertama merupakan

jantung dari algoritma PLS yang berisi prosedur iterasi yang selalu akan menghasilkan *weight estimate* yang stabil. Komponen skor estimate untuk setiap variabel laten didapat dengan dua cara. Melalui *outside* aproksimasi yang menggambarkan *weighted agregat* dari indikator konstruk dan melalui *inside* aproksimasi yang merupakan *weighted agregat component score* lainnya yang berhubungan dengan konstruk dalam model teoritis. Selama iterasi berlangsung *inner model estimate* digunakan untuk mendapatkan *outside approximation weight*, sementara itu *outer model estimate* digunakan untuk mendapatkan *inside approximation weight*. Prosedur iterasi ini akan berhenti ketika prosentase perubahan setiap *outside approximation weight* relatif terhadap proses iterasi sebelumnya kurang dari 0.001.

a). Evaluasi Model Pengukuran

Untuk mengevaluasi model pengukuran digunakan uji *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*.

(1) *Convergent Validity*

Validitas Convergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran (manifest indikator) dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi (Ghozali, 2008). Pengujian convergen validity dapat dilihat dari loading faktor untuk tiap indikator konstruk. *Rule of Thumb* yang biasa digunakan untuk menilai validitas Convergent yaitu nilai loading faktor diatas 0,5.

(2) *Discriminat Validity*

Discriminant Validity berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (manifest indikator) konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Cara menguji validitas diskriminan dengan melihat nilai cross loading untuk setiap indikatornya harus diatas 0,5.

Cara kedua yang digunakan untuk menguji *diskriminant validity* adalah dengan membandingkan akar kuadran AVE (*Average Variance Extacted*) untuk setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk dalam model. Validitas diskriminan yang baik ditunjukkan dari akar kuadrat AVE harus lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk (Ghozali, 2008). Selain itu nilai yang direkomendasikan adalah lebih besar 0,5.

(3) *Composite Reliability*

Composite Reliability dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsisten dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Rule of Tumb yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu nilai Composite Reliability harus lebih besar dari 0,7 (Ghozali, 2008)

Dari hasil evaluasi model maka dapat diringkas Rule of Tumb seperti tampak pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran PLS

Pengujian	Parameter	Rule of Thumb
Convergent Validity	Loading Factor	Loading factor > 0,5
Discriminant Validity	Average Variance Extracted (AVE)	AVE > 0,5
	Akar AVE dibandingkan dengan korelasi antar konstruk	Akar AVE > korelasi antar konstruk
Composite Reliability	Composite Reliability	> 0,7 untuk setiap indikator

Sumber: Ghazali, 2008

b) Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penelitian yaitu pengaruh indikator eksogen terhadap indikator endogen digunakan Inner Model. Inner Model bertujuan untuk memprediksi hubungan antar indikator laten dengan yang dihipotesiskan. Inner model dievaluasi dengan melihat besarnya persentase variance yang dijelaskan yaitu dengan melihat *R Square* untuk setiap konstruk laten endogen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada OLS Regresi. Perubahan nilai R-Squares dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh indikator laten eksogen tertentu terhadap indikator laten endogen apakah mempunyai pengaruh substantive. Kriteria yang digunakan adalah 0,75; 0,50 dan 0,25 menunjukkan model kuat, moderat dan lemah (Hair *et al*, 2011).

Sedangkan untuk menguji signifikansi digunakan T- Statistic dengan menggunakan prosedur resampling seperti Jackknifing dan

bootstrapping untuk memperoleh stabilitas dari estimasi. Nilai signifikansi yang digunakan untuk pengujian dengan level signifikan 5% (pengujian dua sisi) adalah 1,96 dan pengujian 1 sisi adalah 1,64.

Ringkasan dalam pengujian evaluasi model struktural (pengujian hipotesis dapat ditunjukkan pada Tabel 3

Tabel 3. Ringkasan Pengujian Inner Model

Pengukuran	Kriteria	
R Square	0,75; 0,50, 0,25	Model kuat, moderat dan lemah (Hair <i>et al</i> , 2011)
Uji t (signifikansi)	Pengujian dua sisi pada level signifikansi 5% adalah 1,96 dan pengujian satu sisi 1,64	T > 1,96 (pengujian dua sisi) T > 1,64 (pengujian satu sisi)

Sumber: Ghozali, 2008