

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek itu (Sugiyono, 2000).

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan jasa atau berkunjung ke cafe di Yogyakarta khususnya kepada yang mengunjungi Ekologi Desk and Coffee, Maraville Coffee, dan Ideology Cafe. Populasi tersebut dipilih karena saat ini cafe sudah dianggap sebagai gaya hidup seseorang.

Oleh karena jumlah populasi yang ada di jumlahnya banyak responden, peneliti mengambil sampel yakni orang yang melakukan transaksi pada Ekologi Desk and Coffee, Maraville Coffee, dan Ideology Cafe. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas sehingga pengambilan sampel tidak memerlukan identitas populasi. Teknik yang digunakan adalah metode *convenience sampling* dengan memilih populasi sesaat setelah melakukan transaksi di toko tersebut. Dalam praktiknya, teknik sampling akan diaplikasikan pada responden yang mampu mengisi kuesioner melalui *Google Form*.

Dalam menentukan jumlah sampel, rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = batas interval

α = taraf signifikansi yang ditolelir peneliti

E = deviasi maksimum yang diinginkan peneliti

Dengan menggunakan taraf signifikansi pengujian (α) sebesar 1% yang mana jika dilihat dari tabel, artinya tingkat kepercayaan sebesar 99% (Z = 2,58). Deviasi sampling maksimum (E) yang digunakan adalah 10%, maka tingkat kesalahan yang di tolerir oleh peneliti adalah 10% dari jumlah responden. Maka berdasarkan rumus yang didapatkan :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z \frac{1}{2} \cdot 0,01}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{2,58}{0,1} \right]^2$$

$$n = 180,41 \approx 180$$

Jumlah sampel yang didapatkan dari perhitungan tersebut ialah sebanyak 180,41 atau dibulatkan menjadi 180 responden. Jumlah 180 tersebut telah memenuhi kriteria penggunaan analisis SEM dengan program aplikasi AMOS 22.0 seperti yang dipaparkan oleh Ghozali (2014) dengan rekomendasi ukuran sampel yang wajar antara 100 sampai 200.

3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas (*independent*) yaitu kualitas makanan, kualitas jasa, kualitas fisik, satu variabel penghubung (*intervening*) yaitu kepuasan dan satu variabel terikat (*dependent*) yaitu loyalitas merek.

Adapun definisi operasional dan rincian pengukuran masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Jasa (*Service Quality*)

Kualitas jasa adalah elemen inti yang berdampak pada kepuasan pelanggan dan niat perilaku (Liu dan Jang dalam jurnal Cheng dkk, 2012).

Variabel ini dapat diukur dari :

- Pegawai selalu menawarkan bantuan
- Pegawai dapat dipercaya
- Pegawai melayani tepat waktu
- Pegawai ramah

- Pegawai percaya diri

2. Kualitas Makanan (*Food Quality*)

Kualitas makanan sangat berperan penting dalam penilaian pengalaman di sebuah hotel secara keseluruhan. Kualitas makan dan minuman adalah faktor sebagai pertimbangan konsumen untuk memilih restoran.

Variabel ini dapat diukur dari :

- Makanan dan minuman baik
- Cafe ini menyediakan menu yang bervariasi
- Penampilan makanan dan minumannya menarik
- Makanan dan minumannya bersih
- Makanan dan minumannya sehat

3. Kualitas Fisik (*Physical Environment*)

Pentingnya lingkungan fisik untuk menciptakan gambar dan untuk mempengaruhi perilaku pelanggan sangat relevan dalam industri restoran (Hui dkk dalam jurnal Ryu dan Han ,2010). Meskipun makanan dan jasa harus memiliki kualitas yang dapat diterima, lingkungan fisik yang menyenangkan dapat menentukan sebagian besar tingkat kepuasan keseluruhan dan perilaku selanjutnya dalam industri restoran.

Variabel ini dapat diukur dari :

- Atmosfer cafe ini menarik
- Suasana visual cafe ini menarik

- Musik pendukung di cafe ini enak dinikmati
- Cafe ini bersih
- Fasilitas pendukung cafe ini elegan

4. Kepuasan (*Satisfaction*)

Kepuasan pelanggan dapat muncul dan terhubung dari berbagai macam faktor yang ada, semua faktor dapat berpengaruh kepada kepuasan. Kepuasan pelanggan dapat muncul ketika produk atau jasa yang mereka gunakan bisa sesuai atau bahkan melebihi yang mereka harapkan.

Variabel ini dapat diukur dari :

- Saya puas dengan pengalaman makan di cafe ini
- Saya puas dengan kualitas makanan di cafe ini
- Saya puas dengan kualitas pelayanan di cafe ini
- Saya puas dengan harga di cafe ini
- Saya puas dengan keseluruhan pengalaman makan di cafe ini

5. Loyalitas Merek (*Brand loyalty*)

Loyalitas merek dapat diartikan sebagai tingkat sikap positif pelanggan terhadap sebuah *brand*, komitmen terhadap *brand* dan niat membeli kembali di masa depan (Mojarrad dan Lakanie, 2015).

Variabel ini dapat diukur dari :

- Cafe ini menjadi salah satu pilihan utama saya untuk makan di tempat berkualitas

- Saya akan menggunakan tempat ini lebih sering
- Saya mempunyai kedekatan dengan tempat ini
- Saya suka merekomendasikan cafe ini kepada orang lain
- Saya suka mengatakan hal positif tentang cafe ini kepada orang lain

3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode survei dipilih sebagai sumber pengumpulan data penelitian melalui media kuesioner. Metode survei difokuskan sebagai pengumpulan data informasi yang berasal dari responden yang memiliki informasi tertentu berkaitan dengan data penelitian sehingga diharapkan dapat memberi kemudahan peneliti dalam mengolah data penelitian. Metode pencarian data dalam bentuk kuesioner ini memberikan daftar pertanyaan yang tersusun secara rapih untuk mencari data yang dibutuhkan. Penulis membuat kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden dan responden mengisi jawaban sesuai dengan pengalaman yang telah responden rasakan.

Kuisisioner ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang disusun berdasarkan atribut yang ada dari setiap variabel yang tersedia. Peneliti menggunakan skala interval berupa skala likert agar jawaban responden dapat dianalisis, dimana peneliti akan menilai jawaban responden dalam empat tingkatan, yaitu :

1. Sangat tidak setuju (STS) = 1

2. Tidak Setuju (TS) = 2
3. Kurang Setuju (KS) = 3
4. Setuju (S) = 4
5. Sangat Setuju (SS) = 5

Untuk susunan kuisisioner akan dibagi menjadi lima bagian, yaitu :

Bagian 1 : berisi pertanyaan mengenai kualitas jasa

Bagian 2 : berisi pertanyaan mengenai kualitas makanan

Bagian 3 : berisi pertanyaan mengenai kualitas fisik

Bagian 4 : berisi pertanyaan mengenai kepuasan

Bagian 5 : berisi pertanyaan mengenai loyalitas merek

Sebelum melakukan pengumpulan data, peneliti perlu melakukan uji kelayakan instrumen dengan menggunakan alat ukur. Alat ukur yang digunakan haruslah baik agar dapat memenuhi kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas). Sehingga dilakukan pengujian alat ukur yaitu dengan uji validitas dan reliabilitas (Ghozali, 2014).

Uji coba pengukuran validitas item pertanyaan telah dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 30 responden. Standar dalam menentukan valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian yaitu dengan membandingkan angka *r* hasil korelasi *pearson* dengan *r* tabel pada taraf kepercayaan 95% ($p = 0,05$). Dalam tabel-tabel statistik, nilai *r* tabel pada taraf kepercayaan 95% dengan $N = 30$ yaitu 0,361

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Variabel dinyatakan realibel jika *Alpa Cronbach* >0,60. (Ghozali, 2014).

TABEL 3.1
Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel / Indikator	Validitas	Cronbach's Alpha
Kualitas Jasa (KJ)		
Pegawai selalu menawarkan bantuan	0.958	0.951
Pegawai dapat dipercaya	0.942	
Pegawai melayani tepat waktu	0.844	
Pegawai ramah	0.916	
Pegawai percaya diri	0.927	
Kualitas Makanan (KM)		
Makanan dan minuman baik	0.824	0.898
Cafe ini menyediakan menu yang bervariasi	0.820	
Penampilan makanan dan minumannya menarik	0.785	
Makanan dan minumannya bersih	0.918	
Makanan dan minumannya sehat	0.875	
Kualitas Fisik (KF)		
Atmosfer cafe ini menarik	0.898	0.933

Suasana visual cafe ini menarik	0.908	
Musik pendukung di cafe ini enak dinikmati	0.835	
Cafe ini bersih	0.919	
Fasilitas pendukung cafe ini elegan	0.887	
Kepuasan (K)		
Saya puas dengan pengalaman makan di cafe ini	0.835	0.909
Saya puas dengan kualitas makanan di cafe ini	0.849	
Saya puas dengan kualitas pelayanan di cafe ini	0.862	
Saya puas dengan harga di cafe ini	0.925	
Saya puas dengan keseluruhan pengalaman makan di cafe ini	0.816	
Loyalitas Merek (LM)		
Cafe ini menjadi salah satu pilihan utama saya untuk makan di tempat berkualitas	0.348	0.780
Saya akan menggunakan tempat ini lebih sering	0.910	
Saya mempunyai kedekatan dengan tempat ini	0.679	
Saya suka merekomendasikan cafe ini kepada orang lain	0.856	
Saya suka menga	0.857	

Sumber : Hasil olah data, 2019

3.4. Metode Analisis Data

Sebelum digunakan untuk analisis, maka data perlu diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan program aplikasi AMOS 22.0. Uji validitas data yang digunakan adalah model *confirmatory factor analysis* (CFA). Data dinyatakan valid apabila memenuhi syarat *standardized loading estimate* yang harus sama dengan 0,50 atau lebih (Ghozali, 2014).

Sementara untuk melakukan pengujian reliabilitas data dapat menggunakan *construct reliability*. Data yang dinyatakan reliabel yakni memenuhi syarat *construct reliability* 0,70 atau lebih. Sedangkan reliabilitas 0,60 – 0,70 masih dapat diterima dengan ketentuan validitas indikator dalam model baik (Ghozali, 2014).

3.4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang dapat menjelaskan gambaran data mentah menjadi sebuah informasi yang mudah untuk dimengerti secara ringkas dan jelas tanpa mengubah kesimpulan secara umum. Analisis ini didasari oleh hasil jawaban kuisisioner yang dibagikan kepada responden meliputi umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, pertanyaan skala penggunaan kosmetik, serta hasil jawaban kuisisioner yang disediakan.

3.4.2. Analisis Statistik

Analisis statistik merupakan analisis menggunakan teknik statistika untuk membuktikan hipotesis yang diajukan. Alat analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM).

SEM adalah gabungan dua metode statistik yaitu analisis faktor dan metode persamaan simultan (Ghozali, 2014). Program aplikasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu AMOS 22.0.

Terdapat beberapa tahapan dalam pemodelan SEM menurut Ghozali (2014) :

1) Pengembangan model berdasarkan teori

Peneliti harus melakukan sejumlah pencarian dengan telaah pustaka untuk mendapatkan pengembangan model teoritis. Pembeneran secara teoritis yang kuat menambah keyakinan peneliti dalam pengajuan sebuah model kausalitas dengan menganggap adanya hubungan sebab akibat antar variabel.

2) Menyusun diagram jalur (*path diagram*) dan persamaan struktural

Langkah selanjutnya yaitu menyusun hubungan kausalitas menggunakan diagram jalur serta menyusun persamaan struktural. Model teoritis yang sudah disusun, digambarkan kedalam sebuah diagram jalur untuk mempermudah melihat hubungan kausalitas yang ingin diuji.

Setelah model teoritis dikembangkan dan digambarkan dalam diagram jalur, dilakukan konversi spesifikasi model kedalam rangkaian persamaan. Terdapat dua hal yang perlu dilakukan dalam tahap ini yaitu menyusun model struktural dimana menghubungkan

antar konstruk laten (endogen maupun eksogen) kemudian menghubungkan konstruk tersebut dengan variabel indikator yang ada.

3) Memilih jenis input matrik dan estimasi model yang diusulkan

Langkah berikutnya yaitu menentukan input data yang digunakan dalam perhitungan dimana data akan diubah menjadi matriks kovarian atau korelasi. Matriks kovarian memiliki kelebihan dalam memberikan perbandingan antar populasi atau sampel yang berbeda dimana koefisiennya harus diinterpretasikan untuk membentuk konstruk. Sedangkan matriks korelasi memiliki rentang umum yaitu 0 sampai dengan 1 sehingga memungkinkan dilakukannya perbandingan antar koefisien. Matriks kovarian lebih dipilih oleh beberapa peneliti karena lebih sesuai untuk melihat hubungan kausalitas.

Ukuran sampel menjadi salah satu penentu pula dalam perhitungan yang dilakukan untuk menghasilkan dasar estimasi kesalahan *sampling*. Ukuran sampel minimum yang disarankan yaitu 5 – 10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Apabila parameter yang diestimasi sebanyak 20, maka jumlah sampel minimum yaitu 100 – 200.

Setelah data yang diinput telah dikembangkan, peneliti harus menentukan program komputer yang digunakan untuk melakukan estimasi contohnya AMOS 22.0.

4) Menilai identifikasi model struktural

Tahap selanjutnya yaitu masalah identifikasi yang menggambarkan indikasi model dapat diselesaikan atau tidak dengan menetapkan konstrain yang lebih banyak dalam model. Apabila solusi dari sebuah parameter struktural bisa dihasilkan, maka disebut “*identified*” sehingga model tersebut dapat diuji.

5) Uji validitas dan reliabilitas AMOS

Tahap ini dilakukan untuk menilai unidimensionalitas serta reliabilitas konstruk. Unidimensionalitas merupakan asumsi perhitungan reliabilitas dan ditunjukkan ketika indikator konstruk memiliki *acceptabel fit* satu faktor model. Pendekatan yang digunakan untuk menilai model pengukuran yaitu dengan mengukur *composite reliability* serta *variance extracted* untuk setiap konstruk. Tingkat reliabilitas yang diterima secara umum ialah $> 0,70$ sedangkan reliabilitas $< 0,70$ dapat diterima untuk penelitian secara eksploratif.

Sedangkan angka yang direkomendasikan untuk nilai *variance extracted* $> 0,50$. Rumus untuk menghitung *construct reliability* dan *variance extracted* adalah sebagai berikut :

$$\text{Construct reliability} = \frac{(\sum \text{std loading})^2}{(\sum \text{std loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Dalam melakukan penilaian melibatkan signifikansi dari koefisien. SEM memberikan hasil nilai estimasi koefisien, *error*

standard dan *critical value* (*cr*) untuk setiap koefisien. Menggunakan tingkat signifikansi tertentu (0,05) maka dapat menilai signifikansi masing-masing koefisien secara statistik.

6) Menilai kriteria *Goodness-of-fit*

Pada langkah ini dilakukan penilaian kesesuaian dalam pengukuran input yang digunakan dengan prediksi model atau yang sering disebut dengan *goodness-of-fit*. Terlebih dahulu dilakukan evaluasi kesesuaian data dengan asumsi dalam SEM.

Setelah asumsi SEM telah dievaluasi, selanjutnya yaitu menentukan kriteria yang digunakan dalam evaluasi model dan pengaruh yang ditunjukkan dalam model tersebut. Penilaian ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh model yang digunakan mampu menjelaskan data sampel yang ada (sesuai atau *fit*) melalui beberapa penilaian sebagai berikut (Ghozali, 2014) :

1. CMIN/DF

CMIN/DF merupakan nilai chi-square yang dibagi dengan degree of freedom. Nilai rasio untuk mengukur fit adalah < 2 (Ghozali, 2014).

2. RMSEA

Root mean square error of approximation (RMSEA) merupakan ukuran yang mencoba memperbaiki kecenderungan statistic chi-

square menolak model dengan jumlah sampel yang besar. Ukuran RMSEA yang dapat diterima bernilai antara 0.05 sampai 0.08 (Ghozali, 2014).

3. GFI

Goodness of fit index (GFI) yaitu ukuran non-statistik yang nilainya berkisar dari 0 (poor fit) sampai 1.0 (perfect fit). Nilai GFI yang tinggi menunjukkan fit yang lebih baik. Banyak peneliti menganjurkan nilai di atas 90% sebagai ukuran fit (Ghozali, 2014).

4. AGFI

Adjusted goodness-of-fit merupakan pengembangan dari GFI yang disesuaikan dengan ratio degree of freedom untuk proposed model dengan degree of freedom untuk null model. Nilai yang direkomendasikan adalah sama atau > 0.90 (Ghozali, 2014).

5. TLI

Tucker-Lewis Indeks (TLI) merupakan ukuran yang menggabungkan ukuran parsimoni ke dalam indek komparasi antara proposed model dan null model dan nilai TLI berkisar dari 0 sampai 1.0. Nilai TLI yang direkomendasikan adalah sama atau > 0.90 (Ghozali, 2014).

6. NFI

NFI atau normed fit index merupakan ukuran perbandingan antara proposed model dan null model. Nilai NFI akan bervariasi dari 0

(no fit at all) sampai 1,0 (perfect fit). Seperti halnya TLI tidak ada nilai absolute yang dapat digunakan sebagai standar, tetapi umumnya direkomendasikan sama atau > 0.90 .

Dari penjelasan tersebut, dapat dilihat bahwa nilai pengujian dengan program AMOS adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Goodness of Fit

No.	<i>Goodness of fit</i>	<i>Cut off value</i>
1	CMIN / DF	< 2
2	RMSEA	$0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$
3	GFI	$> 90 \%$
4	AGFI	$\geq 0,90$
5	TLI	$\geq 0,90$
6	NFI	$\geq 0,90$

Sumber : Ghozali, 2014