

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:65) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan pendekatan deskriptif kuantitatif merupakan salah satu metode penelitian dengan fokus pada permasalahan dan fenomena yang terjadi, serta hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka-angka yang bermakna.

. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (M) (Studi Kasus Konsumen CFC Basko Mall Kota Padang).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada CFC Basko Mall Kota Padang, dengan waktu penelitian yaitu 2025.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu yang akan menjadi fokus perhatian yang memberikan pengaruh dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan rumusan masalah dan perumusan hipotesis yang akan dianalisa dalam penelitian ini, maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah variabel citra merek (X1), kualitas layanan (X2), kepuasan pelanggan (M), dan loyalitas pelanggan (Y).

3.3.1 Variabel Dependen Y (Variabel Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi variabel lainnya yang sifatnya bebas. Definisi variabel terikat menurut Sugiyono (2019:39) adalah variabel yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y).

3.3.2 Variabel Independen X (Variabel Bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi variabel lain. Definisi variabel bebas menurut Sugiyono (2019:39) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu citra merek (X1), dan kualitas layanan (X2).

3.3.3 Variabel Mediasi (M)

Menurut Sugiyono (2017:40) variabel mediasi adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, dan menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel perantara pada variabel independen dan dependen. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (M).

3.4 Sampel dan Populasi

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasi adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada CFC Basko Mall Kota Padang.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2019:81) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan harus bersifat representatif (mewakili)”. Pengambilan sampel penelitian haruslah dapat mewakili populasi atau dengan kata lain sampel tersebut representatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini ialah menggunakan rumus *10 time rule of thumb*, karena rumus ini dipakai ketika menguji hubungan antar variabel dengan memakai teknik SEM PLS. Menurut Sofyani (2023) rumus *10 time rule of thumb* adalah rumus yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan cara mengalikan jumlah indikator dalam suatu penelitian dengan angka 10 atau dalam kata lain jumlah sampel yaitu 10 kali jumlah indikator dalam penelitian.

Menurut Hair et al., (2017) jumlah sampel yang lebih dari 100 itu lebih baik, rumus *10 time rule of thumb* ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum yang spesifik dan dapat mewakili untuk teknik analisis

dengan SmartPLS. Berikut perhitungan sampel dengan rumus *10 time rule of thumb*:

$$\text{Sampel} = \text{Jumlah indikator} \times 10$$

$$\text{Sampel} = 16 \times 10$$

$$\text{Sampel} = 160$$

Jadi, berdasarkan perhitungan di atas maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 160 responden.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* adalah suatu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dalam populasi dengan pertimbangan atau sesuai kriteria penelitian. Kriteria atau pertimbangan yang diterapkan terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 1
Kriteria Sampel

No	Kriteria Sampel
1.	Bersedia mengisi kuesioner.
2.	Konsumen yang sudah pernah berbelanja lebih atau sama dengan 2 kali pada CFC Basko Mall Kota Padang.

Sumber: Olahan Sendiri

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dari responden yaitu konsumen yang melakukan pembelian produk CFC di Basko Mall Kota Padang. Jenis data menurut waktu pengumpulan data yaitu *cross section*. Data *cross section* adalah data yang dikumpulkan pada tahun penelitian saja. Sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat data *cross section*.

3.5.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Sugiyono (2022), data primer ialah sumber yang langsung yang memberi datanya untuk peneliti, seperti dengan hasil wawancara dan kuesioner. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu konsumen yang melakukan pembelian pada CFC Basko Mall Kota Padang.

b. Data Sekunder

Sugiyono (2017:213) berpendapat bahwa data sekunder adalah sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpul

data. Data sekunder dapat diperoleh dari literatur, buku. Data sekunder digunakan sebagai bahan referensi untuk menyusun teori-teori yang berhubungan dengan objek peneliti.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data yang kemudian akan diteliti. dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode berupa:

a. Angket/Kusioner

Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kusioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Tipe pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan tertutup/angket tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah tersedia.

b. Observasi

Sugiyono (2018:229) mendefinisikan observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila di bandingkan dengn teknik lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

c. Studi Kepustakaan

Sugiyono (2012) menjelaskan bahwa studi kepustakaan merupakan kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) operasional variabel ialah suatu variabel berbentuk apapun yang diidentifikasi oleh peneliti dalam memperoleh informasi serta menarik kesimpulan darinya. Definisi operasional sebagai batasan definisi variabel-variabel penelitian sehingga dapat menjadi pedoman untuk melakukan suatu kegiatan. Berikut ini definisi operasional dari variabel penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Loyalitas Pelanggan

Griffin (2019) loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang dipegang erat oleh pelanggan untuk membeli atau mengedepankan suatu produk berupa barang atau jasa secara konsisten, hal ini menyebabkan pembelian berulang pada *brand* yang sama meskipun pelanggan tersebut mendapatkan pengaruh situasional atau marketing dari kompetitor untuk mengganti *brand* lain.

Secara operasional loyalitas pelanggan yaitu adanya keinginan seseorang konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sama, mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh CFC, serta membeli suatu produk dengan kuantitas lebih banyak dari sebelumnya.

2. Kepuasan Pelanggan

Oskar & Purba (2020:409) Kepuasan pelanggan merupakan sebuah pandangan yang dimana jika keinginan konsumen dibawah yang diharapkan akan membuatnya kecewa.

Secara operasional dapat disimpulkan kepuasan pelanggan yaitu adanya perasaan senang atau sedih yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan produk yang ditawarkan oleh CFC.

3. Citra Merek

Citra merek (*brand image*) menurut Keller Syarifudin (2019:10) adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut.

Secara operasional definisi citra merek yaitu persepsi konsumen terhadap sebuah merek, yang dimana pandangan dan penilaian merek dimata konsumen CFC.

4. Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Meithiana (2019:61) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Adapun definisi operasional kualitas layanan yaitu segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan dan ekspektasi konsumen CFC.

Setiap variabel mempunyai instrumen penelitian. Menurut Hardani et al., (2020:116) Instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti agar proses kegiatan, pengumpulan data lebih mudah dan hasilnya lebih baik. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran salah satunya skala likert (skala bertingkat). Menurut Sugiyono (Yuliarmi & Marhaeni, 2019:11), skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat maupun persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut merupakan tabel instrumen penelitian dengan disertai beberapa indikator yang mempengaruhi variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Instrumen Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator	Item Pertanyaan & Skala Pengukuran	Sumber
1.	Loyalitas Pelanggan (Y)	1. Adanya pembelian ulang. 2. Pembelian dengan kuantitas lebih banyak. 3. Adanya frekuensi kunjungan yang lebih sering. 4. Pemberian rekomendasi kepada orang lain. 5. Menunjukkan daya tahan dari pesaing.	1-10 (Skala Likert)	Astuti dan Amanda (2019:69)

No	Variabel Penelitian	Indikator	Item Pertanyaan & Skala Pengukuran	Sumber
2.	Kepuasan Pelannggan (M)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesediaan merekomendasika n.	1-6 (Skala Likert)	Indrasari (2019:92)
3.	Citra Merek (X1)	1. <i>The level of physical attributes</i> 2. <i>The level of the Functional implication</i> 3. <i>The psychosocial implication.</i>	1-6 (Skala Likert)	Da Silva dan Alwi dalam Meithiana (2019:102)
4.	Kualitas Layanan (X2)	1. berwujud (<i>tangibles</i>) 2. keandalan (<i>reliability</i>) 3. ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 4. jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) 5. empati (<i>emphaty</i>)	1-10 (Skala Likert)	Lupiyoadi dan Hamdani dalam Meithiana (2019:63-64)

Dalam penelitian ini jawaban setiap instrument menggunakan skala likert menggunakan pembobotan seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. 3
Skor Jawaban Setiap Pernyataan

No	Pernyataan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2022)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut P. Sinambela dan Dr. Sarton Sinambela, S.E (2021) analisis deskriptif adalah analisis statistik yang dapat menggambarkan variabel didukung dengan data-data berupa angka yang telah dikumpulkan sebelumnya yang bertujuan untuk mencapai pemahaman dan kesimpulan. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai data yang digunakan dalam suatu penelitian salah satunya dengan menghitung tingkat capaian responden (TCR).

Untuk mengetahui masing-masing kategori jawaban dari setiap variabel maka dihitung dengan Tingkat capaian responden (TCR) dengan rumus berikut ini:

$$TCR = \frac{Rs}{n} \times 100\%$$

n

Keterangan:

- TCR : Tingkat capaian responden
- Rs : Rata-rata skor jawaban responden dimana rumus yaitu

$$Rs = \text{Total skor} / \text{Responden}$$
- n : Jumlah skor maksimum
- 100 % : Angka tetap skor

Adapun kriteria jawaban responden menurut P. Sinambela dan Dr.

Sarton Sinambela, S.E (2021) sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Tingkat Capaian Responden

No	Angka	Keterangan
1.	0% - 20,99%	Kurang baik
2.	21% - 40,99%	Cukup
3.	41% - 60,99%	Cukup baik
4.	61% - 80,99%	Baik
5.	81% - 100%	Sangat baik

Sumber: P. Sinambela dan Dr. Sarton Sinambela, S.E., 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tingkat pencapaian jawaban dari responden 81% - 100% memiliki kriteria sangat baik, 61% - 80,99% memiliki kriteria baik, 41% - 60,99% memiliki kriteria cukup baik, 21% - 40,99% memiliki kriteria cukup, dan 0% - 20,99% memiliki kriteria kurang baik

3.8.2 Analisis Structural Equation Modeling

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis data berupa *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji hipotesis dengan melalui aplikasi perangkat lunak yaitu SmartPLS. *Structural Equation Model* (SEM) yaitu sekelompok teknik statistika yang digunakan untuk menguji hubungan yang kompleks dan tidak dapat diselesaikan hanya dengan menggunakan persamaan regresi linear. SEM dapat dianggap sebagai perpaduan antara analisis regresi dan analisis faktor. Disisi lain, SEM juga dapat merujuk kepada *Path Analysis* atau *Confirmatory Factor Analysis*, karena keduanya adalah jenis khusus dari SEM. SEM dapat membangun hubungan antara satu atau lebih variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen.

SEM terdapat tiga kegiatan yang dilakukan secara bersamaan, yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen (*Confirmatory Factor Analysis*), pengujian model hubungan antara variabel (*Path Analysis*), dan pengembangan model yang sesuai untuk tujuan prediksi (model struktural dan analisis regresi). Sebuah model SEM yang lengkap terdiri dari dua bagian, yaitu model pengukuran dan model struktural. Menurut Hair et al (2021) model pengukuran digunakan untuk menilai validitas dan validitas diskriminan. Sementara model struktural digunakan untuk menggambarkan hubungan yang diajukan dalam hipotesis.

3.8.3 *Partial Least Square (PLS)*

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode analisis *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan aplikasi SmartPLS. Menurut Jogiyanto dan Abdillah (2009) menyatakan analisis *Partial Least Squares (PLS)* adalah teknik statistika multivarian yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. Sedangkan menurut Ghazali (2006) menjelaskan bahwa PLS adalah software yang dapat digunakan untuk analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel).

Oleh karena itu, PLS dipilih sebagai alat analisis untuk menganalisis dan memprediksi keberadaan variabel laten independen dan dependen dalam penelitian ini, terutama disebabkan oleh ukuran sampel yang tidak terlalu besar. Terdapat 2 tahap dalam teknik analisis memakai PLS yaitu model pengukuran dan model struktural.

3.8.3.1 *Model Pengukuran (Outer Model)*

Model pengukuran (*outer model*) yaitu model yang dapat menganalisis hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. Menurut (Ghozali dan Latan, 2020:67), *Outer model* atau model pengukuran menggambarkan bagaimana hubungan setiap blok indikator dengan variabel latennya. Model ini menunjukkan bagaimana indikator dapat

menggambarkan variabelnya untuk diukur. Model ini digunakan untuk uji validitas dan reabilitas. *Outer model* merujuk pada penilaian terhadap instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, dan dilakukan evaluasi validitas dan reliabilitas pada instrumen tersebut. Menurut Ghazali dan Latan (2020:68) pengukuran yang dilakukan melalui model pengukuran yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability (cronbach's alpha)*.

1) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas ini berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen indikator refleksif dengan program SmartPLS 3.0 dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk setiap indikator konstruk.

Tabel 3. 5

Kriteria Uji Validitas Konvergen

Uji	Parameter	Rule of Thumbs
Uji Validitas Konvergen	Faktor <i>loading</i>	Lebih dari 0.7
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Lebih dari 0,5

Sumber: Ghazali dan Latan (2020)

2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Menurut Hartono (Jogiyanto, 2009) Validitas diskriminan terjadi jika dua instrumen yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstraknya, dan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan

korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Menurut Chin (Jogiyanto, 2009) Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

Tabel 3. 6
Uji Validitas Diskriminan

Uji	Parameter	Rule of Thumbs
Uji Validitas Diskriminan	<i>Cross loading</i>	>0,70 untuk setiap variabel

Sumber: Ghozali dan Latan (2020)

3) *Composite Reliability (cronbach's alpha)*

Selain uji validitas, pengukuran model juga melakukan uji reliabilitas suatu konstruk untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Akan tetapi penggunaan *Cronbach's Alpha* akan memberikan nilai yang lebih rendah sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability* dalam menguji reliabilitas suatu konstruk.

Tabel 3. 7
Kriteria Uji Composite Reliability

Uji	Parameter	Rule of Thumbs
<i>Composite Reliability</i>	<i>Composite Reliability</i>	>0,70
	<i>Cronbach's Alpha</i>	>0,70

Sumber: Ghozali dan Latan (2020)

3.8.3.2 Model Struktural (Inner Model)

Menurut Haryono (2017: 384), Evaluasi model struktural (*inner model*) merupakan uji yang digunakan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Beberapa jenis evaluasi model struktural antara lain sebagai berikut:

1) *R-square (R²)*

Menilai model struktural dalam PLS diawali dengan melihat nilai *R-squares* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Hasil *R-squares* merepresentasikan jumlah variance dari konstruk yang dijelaskan oleh model. *Rule of thumb* untuk nilai *R-squares* adalah: nilai 0.75, 0.50 dan 0.25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah (Chin, dalam Ghazali, 2021).

2) *Effect size f² (F-Square)*

Ukuran efek (F-Square) atau dapat disebut f^2 digunakan untuk mengetahui perubahan nilai R-Square jika konstruk tertentu dihilangkan sebagai evaluasi apakah memiliki dampak signifikan terhadap konstruk endogen (variabel dependen). Nilai f^2 0.02, 0.15 dan 0.35 dapat diinterpretasikan bahwa prediktor variabel laten memiliki pengaruh kecil, menengah dan besar.

3.9 Uji Hipotesis

Setelah model secara keseluruhan dan secara parsial diuji, maka pada tahap berikutnya dilakukan pengujian hipotesis. Menurut Ghozali dan Latan (2020:147), uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai T-statistik dibandingkan dengan nilai T-tabel = 1,96 pada tingkat signifikansi p value = 0,05. Apabila nilai T-statistik > T-tabel, maka dapat disimpulkan variabel eksogen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel endogen.