

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Jangka waktu dan jadwal terlaksananya penelitian dimulai dari bulan Februari 2023 sampai dengan bulan Juli 2023. Penelitian ini bertempat di CV. Lamongan *Sports Center* Jl. Kusuma Negara No.3 Lamongan.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian adalah teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan penyelidikan. Menurut Priadana, Sidik & Sunarsi, Denok (2021: 51) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk mengungkapkan gejala secara holistik-konsektual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrument kunci.

3.3 Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Priadana, Sidik & Sunarsih, Denok (2021: 159) Populasi merupakan seluruh jumlah dari subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti. Jumlah populasi dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Daftar konsumen pada LA Restaurant

Daftar konsumen pada LA Restaurant							
Minggu ke	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu	Total
I	30	32	30	36	30	42	200
II	26	35	31	35	35	32	194
III	32	31	29	30	36	40	198
IV	30	26	31	35	30	33	185
Jumlah populasi							726

Sumber: LA Restaurant 2022

3.3.2 Sampel

Menurut Wijayanti, Ratna, *et al* (2021: 60) sampel adalah subset dari populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh populasi oleh karena itu diperlukan perwakilan populasi, sampel pada penelitian ini adalah

Sampel dari penelitian ini adalah Sebagian dari konsumen LA Restaurant di CV. Lamongan Sports Center. Dari banyaknya populasi di atas selama kurang lebih 1 bulan maka jumlah sampel yang peneliti ambil yakni 264. Jumlah ini berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{726}{1 + 780(0.05)^2}$$

$$n = \frac{726}{1 + 1,95} = \frac{726}{2,95}$$

$$n = 246$$

keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = presentasi ketidak pastian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat dimaafkan

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Fauzy, Akhmad (2019: 18) Teknik sampling merupakan bagian dari ilmu statistik mengenai pengambilan jika pengambilan Sebagian anggota populasi dilakukan dengan benar maka analisis analisis Sebagian populasi tersebut dapat digunakan untum dalam pengambilan sampel. Sebagian anggota dari populasi. Jika pengambilan jumlah sampel dari penelitian ini adalah 264.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel dengan cara sampel diambil tidak secara acak. (Fauzy, Akhmad, 2021: 24). Sementara itu teknik penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan, pengambilan sampel tersebut nantinya dilakukan secara sengaja dengan jalan mengambil sampel tertentu saja yang mempunyai karakteristik, ciri ataupun kriteria yang telah ditetapkan (Fauzy, Akhmad, 2021: 25). Dengan kriteria; konsumen membeli makanan di resto sebanyak 2 kali atau lebih dari 2 kali.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Data penelitian didapat berasal dari berbagai sumber yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik selama kegiatan penelitian berlangsung. Jenis data terbagi menjadi 2:

a. Data Primer

Data primer adalah basis atau utama yang digunakan dalam penelitian.

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya (Balaka, Muh Yani, 2022: 21)

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman atau Pustaka (Priadana, Sidik & Sunarsih, Denok, 2021: 48).

Data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua) data sekunder bisa didapatkan dari berbagai sumber seperti; buku, laporan, jurnal dan lain sebagainya.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Priadana, Sidik & Sunarsih, Denok (2021: 203) teknik pengumpulan data adalah tahapan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan Metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. *Kuisisioner*

Kuisisioner atau angket adalah suatu instrument pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam jumlah yang besar (Ismail & Albahri, 2019: 129). Untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan agar dapat meminimalkan waktu dan biaya dalam pengumpulan data, maka peneliti bermaksud menyebarkan kuesioner melalui *online*. Untuk penilaiannya sendiri menggunakan “Skala Likert” merupakan skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa ataupun fenomena sosial Pranatawijaya, Viktor Handrianus, *et al* (2019: 129)

Tabel 3.2
Skala Likert Pada Pertanyaan tertutup

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Pranatawijaya, Viktor Handrianus, *et al* (2019)

b. Wawancara

Menurut Priadana, Sidik & Sunarsih, Denok (2021: 193) wawancara merupakan tanya jawab secara tatap muka yang dilakukan oleh pewawancara dengan orang yang akan diwawancarai supaya untuk mendapatkan informasi terkait yang dibutuhkan.

3.5 Operasional Variabel

Menurut Priadana, Sidik & Sunarsih, Denok (2021: 14) operasional variabel adalah batasan dan cara pengukuran variabel yang akan diteliti. Definisi operasional dibuat agar untuk memudahkan dan menjaga konsistensi

pengumpulan data, menghindari perbedaan interpretasi serta membatasi ruang lingkup variabel.

Operasional variabel terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) sebagai definisi setiap variabel. Sesuai dengan masalah yang sudah diuraikan di atas, ada beberapa variabel yang tercantum yakni:

3.5.1 Variabel Bebas / Independen (X)

Variabel independent adalah variabel yang memengaruhi variabel dependen baik dengan pengaruh positif ataupun pengaruh negatif (Wijayanti, Ratna, *et al*, 2021: 37).

a. Promosi (X1)

Menurut (Handoko, 2017) dalam skripsi Septian, Daniel (2020: 12) promosi menggambarkan suatu tahap dari hubungan kegiatan pemasaran suatu jasa maupun produk barang.

Menurut Pasaribu, Ruth F.A, *et al* (2019: 14) terdapat 5 indikator dari promosi antara lain:

1. Periklanan
2. Penjualan personal
3. Promosi penjualan
4. Hubungan masyarakat
5. Pemasaran langsung

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Menurut Aswad, Realize & Wangdra (2018: 15) kualitas pelayanan adalah bagus tidaknya keahlian jasa terkait dari keahlian penyedia jasa dalam memberi ambisi konsumen secara tetap.

Menurut Parasuraman (2018:82) terdapat 4 indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Sopan santun
2. Cekatan
3. Kenyamanan konsumen
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan

c. Kepercayaan (X3)

Menurut Rosdiana & Haris (2018: 592) kepercayaan konsumen merupakan kesediaan konsumen dalam menerima tindakan yang dilakukan oleh penjual, dengan harapan penjual akan melakukan tindakan yang tepat agar membuat konsumen percaya.

Menurut Gustianto, Bobby, *et al* (2022: 58) terdapat 5 indikator kepercayaan sebagai berikut:

1. Kehandalan
2. Kejujuran
3. Kepedulian perusahaan / pemasar
4. Kredibilitas
5. Kesesuaian

d. Kenyamanan (X4)

Kenyamanan sebagai persepsi waktu dan upaya yang dihemat konsumen terkait dengan penggunaan layanan.

Menurut Torrico, Rodriguez, *et al* (2019: 3) indikator kenyamanan sebagai berikut:

1. Menghemat waktu
2. Dapat dilaksanakan di mana saja
3. Memberi kemudahan
4. Dapat dilakukan kapan saja

3.5.2 Variabel Intervening / Variabel Mediasi (Z)

Variabel ini disebut dengan variabel mediasi yaitu variabel antara yang menghubungkan variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel ini berperan sama seperti variabel independen (Wijayanti, Ratna, *et al*, 2021: 39)

Menurut (Suhardi & Taufik, 2018: 3435) keputusan pembelian yaitu kegiatan individu yang melibatkan secara langsung dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian dari produk yang telah ditawarkan oleh penjual.

Menurut Kotler (2018: 70) terdapat 3 indikator keputusan pembelian yakni sebagai berikut:

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

3.5.3 Variabel Terikat / Dependen (Y)

Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat, adalah permasalahan yang akan diselesaikan oleh peneliti atau merupakan tujuan dari penelitian (Wijayanti, Ratna, *et al*, 2021: 37)

Menurut Arini, *et al* (2018: 19) menjelaskan bahwa jika seseorang merasa senang atau kecewa yang muncul dikarenakan perbedaan kinerja yang mengarah pada barang (atau hasil) tentang keinginan pelanggan.

Menurut Septian, Daniel (2020:21) terdapat 5 indikator kepuasan konsumen yakni sebagai berikut:

1. Harapan
2. Kinerja
3. Perbandingan
4. Pengalaman
5. Konfirmasi

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian dngan menggunakan model persamaan *Structural Equation (SEM)* dengan alat *Smart-PLS versi 3.0* beberapa alat yang digunakan seperti uji outer model, uji inner model, uji mediasi.

3.6.1 Structural Equation Modeling (SEM)

Model SEM adalah model kausal berjenjang yang mencakup dua jenis variabel utama yaitu variabel laten dan variabel observasi. Variabel laten adalah variabel bentukan yang dibentuk dari beberapa proksi. Variabel observasi adalah variabel yang diamati dan diukur. Analisis SEM dapat menyelesaikan analisis data sekaligus atau secara bersamaan, yang hanya menginput data kasar (*raw data*) Hardisman, (2021: 1)

Analisis pada SEM membutuhkan sampel yang besar, yang stabil di atas 200 atau minimal dapat diolah diatas 100. Jika data tidak berdistribusi normal, analisis utama SEM tidak dapat dilakukan, maka dilakukan analisis *bootstrapping* atau analisis estimasi efek.

3.6.2 Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis statistik multivariat yang dapat menganalisis secara bersamaan beberapa variabel bebas (eksogen) dan variabel terikat (endogen) secara bersamaan. PLS juga merupakan sebagai salah satu bentuk analisis SEM, sehingga disebut juga PLS-SEM. Baik analisis SEM atau PLS-SEM mempunyai kesamaan yaitu melakukan analisis pemodelan antara variabel yang bersifat linier yang membutuhkan analisis kecocokan model. perangkat lunak (*software*) pada analisis PLS saat ini adalah *SmartPLS* (Garson, 2016; Ghozali & Luthan, 2015; Hair et al., 2017; Wong, 2019) dalam Hardisman (2021: 3)

Metode analisis sekaligus fungsi analisis pada PLS SEM dapat dibedakan menjadi dua kelompok yaitu analisis *outer model* dan *inner model*.

- a. Outer model (*outer relation/ measurement model*) adalah analisis yang digunakan untuk menguji validitas, dan reabilitas prediktor, pernyataan atau item pada setiap variabel pada instrumen atau kuesioner penelitian.
- b. Inner model (*inner relation*) adalah analisis struktural yang dilakukan untuk uji hipotesis.

3.6.3 Model Pengukuran (*Outher Model*)

1. Uji Validitas

Di dalam uji validitas terdapat 2 pengujian yang dapat digunakan dalam sistem PLS:

a. *Convergent Validity*

Penilaian validitas masing-masing prediktor terhadap skor gabungan. Prediktor atau item dinyatakan valid bila nilai *loading factor* $>0,7$ untuk *convirmatory research*, AVE (*average variance extracted*) dinyatakan valid bila nilai AVE $>0,5$.

b. *Discriminant Validity*

Menilai validitas prediktor dengan membandingkan keterkaitannya dengan variabel lain. Prediktor dinyatakan valid apabila nilai *cross loading* $>0,7$ atau *cross loading* dari prediktor yang dinilai lebih besar pada variabel latennya sendiri dibandingkan dengan nilai *loading*-nya terhadap variabel lain.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas ditentukan berdasarkan nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reability*. Prediktor dinyatakan realibel bila nilai *Cronbach alpha* atau *Composite reability* $>0,7$ untuk *Confirmatory research*, dan dapat juga diterima $>0,6$ untuk *explanatory research*.

Nilai Cronbach's Alpha (α) merupakan indikator yang lebih umum digunakan untuk menentukan reabilitas. Pada instrumen penelitian secara umum, instrumen atau kuesioner dikatakan realibel bila nilai *Conbach's Alpha* $>0,6$. Selengkapnya interpretasi Cronbach's

Alpha dapat dilihat pada tabel 3.2 (Hulin *et al*, 2001; Tavakol & Dennick, 2011; Ursachi *et al*, 2015) dalam Hardisman (2021: 8) . Interpretasi nilai juga dapat diterapkan pada analisis dengan SmartPLS.

Tabel 3.3
Interpretasi Reabilitas Berdasarkan *Cronbach's Alpha*

Nilai Alfa Cronbach	Interpretasi
>0,9	Sangat Baik
>0,8-0,9	Baik
>0,7-0,8	Diterima
>0,6-0,7	Dipertimbangkan
>0,5-0,6	Jelek (kurang)
<0,5	Tidak dapat diterima

Sumber: Hardisman: Analisis *PLS-SEM*. Bintang Pustaka Madani, Yogyakarta, 2021.

3.6.4 Model Struktural (*inner model*)

Inner model merupakan model yang digunakan untuk menebak sebab akibat hubungan antar variabel laten, Model ini juga sebagai syarat dalam uji SEM. Ghazali, Imam (2006: 61) dalam skripsi Wardani, Nuriyah Dita (2021: 35).

Model ini juga digunakan untuk melihat serta menganalisis nilai yang telah ada. Terdapat 3 uji yang bisa digunakan dalam *inner model* diantaranya:

1. *R-Square*

R-Square merupakan uji yang digunakan untuk memperlihatkan seberapa jauh pengaruh hubungan variabel X terhadap variabel Y, menurut Ghazali, Imam (2006: 59) dalam skripsi Wardani, Nuriyah Dita (2021: 36) jika nilai *R-Square* 0,67 maka bisa dikatakan kuat, nilai 0,33 dikatakan moderat dan nilai 0,19 dikatakan lemah.

3.6.5 Uji Mediasi

Menurut Sekaran, Uma (2013: 69) dalam skripsi Nuriyah Dita Wardani (2021: 36) uji mediasi berfungsi untuk memediasi antara variabel bebas dan variabel terikat juga mengarah kepada variabel mediasi.

Dalam pengujian ini terdapat 3 pengelompokan dalam mediasi yakni: *Non Mediation* jika hubungan antar variabel eksogen dan endogen positif dan variabel mediasi negatif. *Full Mediation* terjadi jika variabel eksogen, endogen negatif dan variabel mediasi positif, *Partial Mediation* terjadi jika variabel eksogen dan endogen positif dan variabel mediasi juga positif. Dan juga dapat dilihat jika *P Values* pada *Specific Indirect Effect* > 0.05 yang bernilai negatif dan sebaliknya (dalam skripsi Nuriyah Dita Wardani, 2021: 36).

3.6.6 Menentukan Keputusan Hipotesis

1. Menentukan formulasi hipotesis

- a. H₀₁: promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- b. H₀₂: kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- c. H₀₃: kepercayaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- d. H₀₄: kenyamanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- e. H₀₅: promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian

- f. H₀₆: kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian
 - g. H₀₇: kepercayaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian
 - h. H₀₈: kenyamanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian
 - i. H₀₉: keputusan pembelian berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
2. Menentukan T-tabel dan menghitung T-hitung
- a. Menentukan T-tabel dengan tingkat 5%
 - b. T-hitung bisa dilihat dari hasil perhitungan PLS di Form Path Coeffisien atau koefisien jalur pada T-statistic
3. Kriteria Keputusan
- a. Bila T-statistik $>$ T-tabel, maka H₀ dinyatakan ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y)
 - b. Bila statistik $<$ T-tabel, maka H₀ dinyatakan diterima dan H_a ditolak. Yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel (X) dan variabel (Y)
 - c. Bila P Value $>$ 0.05 maka dikatakan tidak Signifikan
 - d. Bila P Value $<$ 0.05 maka dikatakan Signifikan
 - e. Bila nilai koefisien $>$ 0.000 maka bernilai Positif
 - f. Bila nilai koefisien $<$ 0.000 maka bernilai Negatif

4. Kesimpulan

Dari perhitungan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa T-statistik dengan T-tabel atau dengan probabilitas untuk mengambil kesimpulan apakah H_0 ditolak dan H_a diterima dan apakah H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.7 Jawal Kegiatan

Tabel 3.4
JADWAL PENELITIAN SKRIPSI TAHUN 2023
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN

No		Nov. 22				Des.22				Jan.23				Feb.23				Mart.23				Apr.23					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					1	2	3	4		
1	Draft Proposal	■	■																								
2	Survey awal			■	■																						
3	Konsultasi proposal					■	■	■																			
4	Seminar proposal							■	■																		
5	Komprehensif								■	■																	
6	Proposal jadi									■	■																
7	Proses penelitian											■	■	■													
8	Analisis data													■	■	■	■										
9	Konsultasi															■	■	■									
10	Pembuatan laporan																	■	■	■	■						
11	Penulisan																			■	■	■	■				
12	Skripsi jadi																					■	■				
13	Ujian skripsi																							■			

