



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah Konsumen Starbucks Coffee. Dengan subjek penelitian yang dipilih adalah 100 responden dengan dilakukan melalui pengisian dengan menyebarkan kuesioner secara langsung terhadap responden yang pernah mengunjungi yang merupakan konsumen dari Starbucks Coffee. Periode penelitian dilakukan pada bulan April 2017.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian (Cooper dan Schindler, 2014). Menurut Cooper dan Schindler (2014: 126-129) ada delapan perspektif klasifikasi desain penelitian, yaitu:

1. Tingkat perumusan masalah

Tingkat perumusan masalah merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Dalam studi ini dapat bersifat eksplorasi atau formal. Penelitian ini menggunakan studi formal yang dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan riset yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan perspektif metode pengumpulan data, penelitian ini dilakukan secara survey, menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden konsumen dari Starbuck Coffee dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut.

3. Pengendalian Variable – Variable oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* (desain laporan sesudah fakta). Dalam hal ini, peneliti tidak memiliki control terhadap variabel-variabel, artinya peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Ada dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan, dan berapa banyak. Studi kausal mengamati dan menjelaskan hubungan antar variabel. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu apakah terdapat pengaruh, Kepuasan pelanggan dan Kepercayaan merek, terhadap Loyalitas pelanggan pada Starbuck Coffee.

5. Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan studi lintas bagian (*cross-section*). Studi dengan dimensi *cross-*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sectional hanya dilaksanakan satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Ruang lingkup topic bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik, dimana lebih mementingkan keluasan dan bukan kedalamannya. Studi statistik berusaha untuk mengetahui karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitiannya, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual atau kondisi lapangan. Hal ini disebabkan karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner.

8. Persepsi subjek

Penelitian ini berdasarkan hasil kesimpulan yang bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian dimana persepsi subyek peneliti dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak menyimpang dari situasi sehari-hari.

C Variabel Penelitian

Berdasarkan masalah yang akan diteliti, ada beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini, yaitu Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan merek, sedangkan yang berperan sebagai variable dependen adalah Loyalitas Pelanggan.

Berikut adalah pengukuran yang digunakan dalam masing-masing variabel tersebut :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Variabel *Independent* (x)

Yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya terpengaruh variable dependen. Variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat atau dependen. Dalam penelitian ini variable independent terdiri dari:

- a) Kepuasan Pelanggan (X1)
- b) Kepercayaan Merek (X2)

Tabel 3.1

Indikator Penelitian Kepuasan pelanggan

Indicator	Kategori STS - SS	Skala
Konsumen merasa puas bila produk yang mereka gunakan berkualitas.	1 - 5	Interval
Konsumen merasa puas mendapatkan pelayanan yang baik	1 - 5	Interval
Konsumen merasa bangga menggunakan produk dengan merek tertentu	1 - 5	Interval
Produk yang mempunyai kualitas	1 - 5	Interval

Tabel 3.2

Indikator Penelitian Kepercayaan Merek

Indicator	Kategori STS - SS	Skala
Pelayanan Starbucks dapat dipercaya	1 - 5	Interval
Starbucks dapat memberikan keamanan dalam pelayanannya	1 - 5	Interval
Percaya bahwa Starbucks memiliki kualitas pelayanan yang memuaskan	1 - 5	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pelanggan percaya bahwa Starbucks memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya	1 - 5	Interval
---	-------	----------

2. Variabel *Dependent* (Y)

Variable dependen yaitu variable yang nilai dipengaruhi oleh variable independen, variable dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan

Tabel 3.3

Indikator Penelitian Loyalitas Pelanggan

Indicator	Kategori STS - SS	Skala
Anda akan mengatakan hal positif tentang Starbucks	1 - 5	Interval
Anda akan memberikan rekomendasi Starbucks pada pihak lain	1 - 5	Interval
Anda akan kembali memilih Starbucks	1 - 5	Interval
Anda tidak akan melakukan peralihan ke restaurant coffee lainnya	1 - 5	Interval
Untuk waktu yang akan datang, Starbucks akan menjadi pilihan pertama Anda	1 - 5	Interval
Percaya bahwa Starbucks merupakan restaurant coffee terbaik	1 - 5	Interval

D. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, sampel yang diperoleh diambil dengan cara *non-probability sampling* atau biasa disebut juga dengan penarikan sampel dengan tidak acak. Sedangkan teknik pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling* yaitu *sampling* yang pengambilan anggota sampelnya berdasarkan kriteria tertentu.



Dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel yang akan di ambil adalah konsumen pernah membeli dan mengkonsumsi produk Starbucks Coffee. Dalam Penelitian ini jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 100 orang responden yang pernah mengkonsumsi produk Starbucks Coffee.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang di peroleh dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang di dapat dari sumber pertama. Untuk memperoleh data primier yang di perlukan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner pada konsumen *Starbuck Coffee*. Kuesioner berupa daftar pertanyaan tertutup yang alternative - alternative jawabannya telah disediakan oleh penulis yang di sebarakan kepada 100 orang responden. Dengan penyebaran kuesioner ini di harapkan penulis bisa mendapatkan informasi dari responden yang merupakan konsumen *Starbuck Coffee*.

Desain skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu :

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Biasa Saja	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang dapat digunakan seperti :

1. Analisis Deskriptif

Menurut Cooper dan Schindler (2014), Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi, dan sangat membantu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data. Alat-alat analisis deskriptif yang digunakan antara lain :

a. Rata-rata hitung

Rata-rata hitung (*mean*) adalah jumlah nilai yang diamati dalam distribusi dibagi dengan jumlah pengamatan. Rumus rata-rata adalah:

$$\bar{X} = \sum \frac{Fi \cdot Xi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata – rata

Fi = Frekuensi pemilihan nilai

Xi = skor 1,2,3,4,5

n = Total jumlah frekuensi

b. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

RS = rentang skala penilaian

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kelas atau kategori yang dibuat

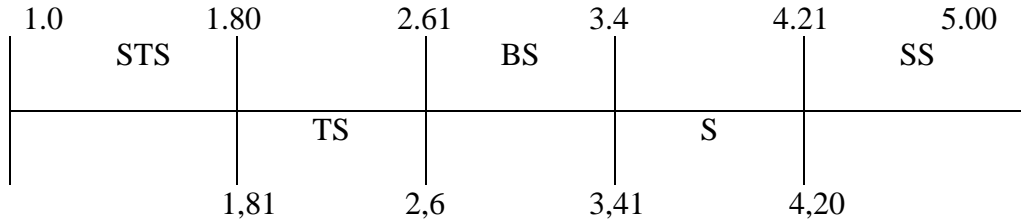


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut :

$$R_s = \frac{5-1}{5}$$



Keterangan :

- 1,00 – 1,80 => Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1,81 – 2,60 => Tidak Setuju (TS)
- 2,61 – 3,40 => Biasa Saja (BS)
- 3,41 – 4,20 => Setuju (S)
- 4,21 – 5,00 => Sangat Setuju (SS)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)

Evaluasi model structural berfokus pada hubungan- hubungan antara variable laten eksogen dan endogen serta hubungan antara variable endogen. Tujuan dalam menilai struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan- hubungan yang dihipnotis pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survei (Imam Ghozali, 2008).

Prosedur yang digunakan dalam pengembangan dan pengujian model serta pengolahan data adalah model persamaan structural (*Structural Equation Modeling*). Menurut Hengky



Latan (2014), *Structural Equation Modeling* adalah teknik multivariate generasi kedua yang menggabungkan antara analisis factor dan analisis jalur sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji dan mengetimasi secara simulasi hubungan antara multiple exogenous dan multiple endogenous variable dengan banyak indicator.

SEM memungkinkan dilakukannya analisis diantara beberapa variabel dependent dan independent secara langsung. SEM merupakan gabungan antara dua kode statistic, yaitu analisis factor yang di kembangkan sikologi atau sikometri atau sosiologi dan model persamaan stimulant yang dikembangkan ekonometri.

a. Penilaian Model Pengukuran

Measurement model adalah bagian dari model SEM yang terdiri dari variabel laten (konstruk) dan beberapa variabel manifes (indikator). Tujuan pengujian adalah untuk mengetahui seberapa tepat variabel-variabel manifes dapat menjelaskan variabel laten yang ada.

1) Uji Validitas Indikator

Dalam melakukan uji validitas dapat dilakukan dengan uji t dimana uji $t > 1,96$ atau *loading factor* di atas 0,5 menunjukkan indicator valid. Pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi antara skor item dengan skor konstraknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan adanya perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk jika indikator lain pada konstruk yang sama berubah (atau dikeluarkan dari model). Indikator reflektif cocok digunakan untuk mengukur persepsi sehingga penelitian ini menggunakan indikator reflektif. Dengan asumsi tertentu, analisis pemodelan kemudian memperluas konsep validitas. Validitas konvergen (memusat atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



fokus) bisa dibuktikan melalui satu konstruk ukur saja, misalnya melalui nilai muatan faktor yang tinggi. Konvergen dalam hal ini ditujukan untuk menggambarkan hubungan alat ukur yang mengukur atribut yang sama.

2) Uji Reliabilitas Indikator

Untuk menghitung reliabilitas model yang menunjukkan adanya indikator-indikator yang mempunyai derajat kesesuaian yang baik dalam satu model satu dimensi. Reliabilitas merupakan ukuran konsistensi internal indikator-indikator suatu konstruk yang menunjukkan derajat sejauh mana setiap indikator tersebut menunjukkan sebuah konstruk laten yang umum. Reliabilitas berikutnya ialah varians extracted dengan besar diatas atau sama dengan 0,5. Dengan ketentuan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator sudah mewakili secara benar konstruk laten yang dikembangkan. Uji reliabilitas dapat menggunakan uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

3) Uji Reliabilitas Konstruk

Hulland (1999) dikutip dalam jurnal Wahyu Widhiarso, menyatakan bahwa koefisien ini merupakan koefisien konsistensi internal yang mendekati nilai koefisien konsistensi internal Cronbach. Koefisien reliabilitas ini cocok untuk pengukuran konjenerik yang mengasumsikan bahwa presisi dan skala ukur antar *item* memiliki perbedaan dengan rumus:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$CR = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum e_i}$$

Keterangan:

λ = factor loading

e = nilai error

b. Penilaian Model Struktural

Pada model struktural akan dilakukan pengujian hipotesis penelitian dengan variable eksogen adalah kepuasan pelanggan, kepercayaan merek sedangkan variable endogennya adalah loyalitas pelanggan.

Adapun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

H2: Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Kepercayaan Merek

H3: Kepercayaan merek berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan

Kriteria keputusan yang di gunakan sebagai berikut:

Tolak H_0 jika t value > 1,96. Hal ini berarti Hipotesis terbukti.

Tidak tolak jika t value < 1,96. Hal ini berarti Hipotesis tidak terbukti.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

