



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Kopi Kenangan. Sedangkan konsumen dan penikmat Kopi Kenangan yang berada di daerah Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara dijadikan sebagai subjek penelitian.

#### B. Desain Penelitian

Cooper dan Schindler dalam Noviyanti (2022) menyatakan bahwa desain dalam penelitian merupakan perencanaan dan desain yang disusun agar mendapatkan dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang muncul dalam penelitian. Desain atau rangkaian adalah rencana atau program penelitian tingkat tinggi yang memberikan gambaran tentang kegiatan yang dilaksanakan oleh peneliti dengan menulis hipotesis serta implikasi operasionalnya dalam menganalisis hasil data yang didapatkan.

#### C. Variabel Penelitian

Cooper dan Schindler dalam Marcellino (2022) mendeskripsikan variabel menjadi sebuah lambang dari peristiwa, tindakan, sifat, perlakuan dan sifat yang dapat diukur dan dievaluasi. Terdapat 2 jenis variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Untuk Variabel terikat meliputi keputusan pembelian (Y) sedangkan untuk variabel bebasnya meliputi kualitas pelayanan (X1) dan citra produk (X2). Di bawah ini digunakan pengukuran dan penjelasan terkait dengan 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. Kualitas Layanan (X1)

Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) Kualitas pelayanan merupakan keadaan dinamis sangat erat kaitannya dengan produk yang dihasilkan, jasa yang digunakan, sumber daya manusia yang dikembangkan, proses yang dihadirkan, lingkungan yang dijadikan sebagai tempat produksi dan sekurang-kurangnya memiliki kriteria atau mampu memberikan pelayanan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan/sesuai dengan ekspektasi konsumen. Terdapat 5 dimensi terkait dengan Variabel kualitas pelayanan yang terdapat dalam penelitian, berikut ini dalam tabel 3.1 dirangkum terkait dengan 5 variabel tersebut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan**

Dimensi	Indikator	Butiran Pernyataan	Skala
<i>Reliability</i>	Penyesuaian penggunaan SOP dalam pelayanan	Dalam hal ini perusahaan berjanji akan memberikan sebuah pelayanan yang baik sesuai dengan harapan dari konsumen	Interval
<i>Responsiveness</i>	Kesiapan untuk menanggapi permintaan konsumen	Kopi Kenangan selalu siap untuk menanggapi permintaan saya	Interval
<i>Assurance</i>	Setiap karyawan memiliki sifat sopan santun yang baik	Pegawai Kopi Kenangan selalu berperilaku sopan dalam memberikan pelayanan	Interval
	Setiap karyawan diberikan ilmu terkait dengan perusahaan	Pegawai Kopi Kenangan memiliki pengetahuan yang cukup luas tentang produk yang dijual	
<i>Empathy</i>	Sigap saat memberikan pelayanan	Pegawai Kopi Kenangan selalu sigap saat memberikan pelayanan	Interval
<i>Tangible</i>	Produk yang terlihat menarik secara visual	Produk yang dijual Kopi Kenangan sesuai dengan gambar yang terdapat pada menu	Interval

Sumber: Dimensi Kualitas Layanan dalam Kotler & Keller (2016:442)



## 2. Citra Merek (X2)

Menurut Hogan dalam Indrasari (2019:97) Citra produk merupakan gabungan dari berbagai informasi yang didapatkan dari sebuah produk, layanan dan merek yang dipasarkan oleh perusahaan. Variabel citra merek yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan tiga indikator dan item preposisional yang ditunjukkan pada tabel 3.2.

**Tabel 3. 2**  
**Operasionalisasi Variabel Citra Merek**

Sumber: Indikator Citra Merek menurut Biel dalam Firmansyah (2019:81)

Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Citra Perusahaan	Kopi Kenangan merupakan kedai kopi yang sudah dikenal secara nasional	Interval
Citra Produk	Produk yang dihidangkan sesuai dengan evaluasi dan masukkan para penikmat dan pecinta kopi kenangan	Interval
Citra Pemakai	Sebagai kedai kopi yang memiliki banyak cabang, Kopi Kenangan tetap dapat memberikan kesan yang baik bagi konsumen	Interval

## 3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Peter dan Olson dalam Indrasari (2019:70) Keputusan pembelian adalah proses integratif yang menyatukan informasi untuk mengevaluasi perilaku alternatif yang berbeda dan memilih salah satunya. Variabel keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan 5 indikator dan pernyataannya ditunjukkan pada tabel 3.3.



**Tabel 3. 3**  
**Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian**

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Pilihan Produk	Keunggulan produk	Saya memilih berbelanja di Kopi Kenangan karena Kopi Kenangan memiliki kualitas yang lebih baik dari kompetitor	Interval
	Manfaat produk	Saya memilih melakukan pembelian di Kopi Kenangan karena pelayanannya dapat memenuhi keinginan saya	
Pilihan Merek	Ketertarikan pada merek	Saya memilih Kopi Kenangan karena Kopi Kenangan memiliki daya tarik dan citra merek yang baik	Interval
Waktu Pembelian	Kesesuaian dengan kebutuhan	Saya dapat memesan produk di Kopi Kenangan pada saat saya membutuhkannya	Interval
Jumlah Pembelian	Keputusan jumlah pembelian	Saya akan memesan produk Kopi Kenangan lebih dari satu kali	Interval

Sumber: Indikator Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019:74)

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

*Non-probability sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel, yakni teknik yang tidak memberikan probabilitas yang sama untuk setiap item atau anggota populasi yang terpilih menjadi sampel (Ahyar et al. 2020:367). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Kenangan yang membeli produk Kopi Kenangan dari Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.





Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

## 1. Teknik Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan yang didapatkan melalui kuesioner, peneliti mengolah data dan melakukan analisis data dengan menggunakan alat bantu *software* yaitu PLS 7.0 dan SPSS 25.0. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

### 1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator-indikator penyusun variabel laten (Latan dan Ghozali, 2017:85).

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas suatu kuesioner. Suatu survei dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat mengatakan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali 2016:52).

Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan *product moment Pearson* dengan r-tabel sebesar 0,361. Item pernyataan dinyatakan valid apabila P-value < 0,05 dan factor loading > 0,5 (Latan dan Ghozali, 2017:89).

Rumus yang digunakan adalah rumus korelasi *product moment Pearson* berikut ini :

$$r = \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = korelasi

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.



X = skor tiap pertanyaan

Y = skor total

n = jumlah responden

## 5. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,70, nilai Composite Reliability > 0,70, dan nilai Average Variance Extracted (AVE) > 0,50 (Latan dan Ghazali, 2017:88). Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan rumus *cronbach's alpha* sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{K}{k-1} \right] \left[ \frac{1 - \sum^2 sb}{\sum^2 s_t} \right]$$

Keterangan:

r = reliabilitas internal seluruh instrumen

k = jumlah

$\sum^2 sb$  = jumlah varian butir

$\sum^2 s_t$  = Varian total

## 2. Analisis Deskriptif

Ghozali (2016:19) menyatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar deviasi, varians, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness*. Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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.



### a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk menentukan karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dll. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

$Fr_i$  = frekuensi relatif ke- $i$  setiap kategori

$\sum f_i$  = jumlah responden yang termasuk kategori- $i$

$n$  = total responden

### b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Seluruh nilai dari sampel dijumlahkan untuk mencari nilai rata-rata atau *mean* dalam kelompok sampel yang digunakan dalam penelitian, setelah dijumlahkan dibagi dengan banyaknya sampel yang digunakan. Berikut merupakan rumus umum *Mean* yang dapat digunakan dalam penelitian:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = rata-rata hitung (*mean*)

$x_i$  = nilai sampel ke- $i$

$n$  = jumlah sampel

### c. Rata-rata Tertimbang

Untuk menentukan nilai rata-rata tertimbang digunakan persamaan berikut ini:

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.





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.

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = skor rata-rata tertimbang

$f_i$  = frekuensi

$x_i$  = bobot nilai

$\sum f_i$  = jumlah responden

## 2. Rentang Skala

Setelah rata-rata diperoleh, interval skala dijelaskan untuk menentukan posisi responden menggunakan skor untuk setiap variabel. Oleh karena itu, diperlukan perhitungan rumus penskalaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Rs$  = rentang skala

$m$  = skor tertinggi pada skala

$n$  = skor terendah pada skala

$b$  = jumlah kelas atau kategori

Jika jumlah kelas atau kategori 5, skor tertinggi 5 dan skor terendah 1, maka rentang skala dapat ditentukan sebagai berikut: :

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

**Tabel 3. 5**  
**Rentang Skala**



Rentang skala	Citra Merek	Harga	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Sesuai	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah
1,81 – 2,60	Tidak Baik	Tidak Sesuai	Tidak Baik	Rendah
2,61 – 3,40	Cukup Baik	Cukup Sesuai	Cukup Baik	Cukup Tinggi
3,41 – 4,20	Baik	Sesuai	Baik	Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Sesuai	Sangat Baik	Sangat Tinggi

### 3. Skala Likert

Penulis dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, skala Likert digunakan untuk menentukan seberapa kuat subjek setuju dengan pernyataan pada skala lima poin. Responden diminta untuk memilih apakah mereka setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan dan setiap tanggapan diberi skor numerik untuk menunjukkan tingkat dukungan sikap, dan skor tersebut dapat dijumlahkan untuk mengukur keseluruhan sikap responden (Cooper dan Schindler, 2017:327). Berikut susunan skala Likert yang digunakan:

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

### 4. Penilaian Overall Fit

*Overall fit* merupakan salah satu penilaian yang digunakan dalam penelitian ini, penilaian ini dengan memakai SEM atau *Structural Equation Modeling* yang mampu diterima atau *fit*. Berikut ini merupakan indikator yang digunakan dalam *fit*:

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.



a. **Average Path Coefficient (APC)**

Latan dan Ghozali (2017:95) mengatakan bahwa untuk Nilai *cut-off P-value* dalam penggunaan APC harus memiliki nilai *fit* dengan rekomendasi nilai  $\leq 0,05$  dan nilai signifikansi sebesar 5%.

b. **Average R-Squared (ARS)**

Latan dan Ghozali (2017:95) mengatakan bahwa untuk Nilai *cut-off P-value* dalam penggunaan ARS harus memiliki nilai *fit* dengan rekomendasi nilai  $\leq 0,05$  dan nilai signifikansi sebesar 5%.

c. **Average Adjusted R-Squared (AARS)**

Latan dan Ghozali (2017:95) mengatakan bahwa untuk Nilai *cut-off P-value* dalam penggunaan AARS harus memiliki nilai *fit* dengan rekomendasi nilai  $\leq 0,05$  dan nilai signifikansi sebesar 5%.

d. **Average block VIF (AVIF)**

Latan dan Ghozali (2017:96) mengatakan bahwa idealnya, nilai yang direkomendasikan untuk AVIF adalah  $\leq 3,3$ , asalkan sebagian besar konstruk atau variabel dalam model diukur dengan dua indikator atau lebih. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima selama sebagian besar konstruk atau variabel dalam model diukur dengan satu indikator.

e. **Average Full Collinearity VIF (AFVIF)**

Latan dan Ghozali (2017:96) mengatakan bahwa idealnya, nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF adalah  $\leq 3,3$ , asalkan sebagian besar konstruk atau variabel dalam model diukur dengan dua indikator atau lebih. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima selama sebagian besar konstruk atau variabel dalam model diukur dengan satu indikator.



**f. Tenenhaus GoF**

Latan dan Ghozali (2017:96) mengatakan bahwa GoF mempunyai nilai dengan tingkatan yang berbeda-beda, tingkatan tersebut terbagi ke dalam 3 tingkat, jika nilai GoF  $\geq 0,10$  digolongkan nilai kecil, untuk nilai GoF  $\geq 0,25$  digolongkan sedang, dan untuk nilai GoF  $\geq 0,36$  termasuk ke dalam nilai yang besar.

**Sympson's Paradox Ratio (SPR)**

Latan dan Ghozali (2017:97) mengatakan bahwa idealnya, nilai indeks harus berada pada angka 1, jika nilai SPR berada pada nilai  $\geq 0,7$  masih dapat diterima, artinya 70% atau lebih jalur dalam model bebas dari *paradoks Sympson*.

**R-Squared Contribution Ratio (RSCR)**

Idealnya, indeks harus sama dengan 1, atau jika RSCR  $\geq 0,9$  masih dapat diterima, artinya 90% atau lebih jalur dalam model tidak terkait dengan R-kuadrat negatif (Latan dan Ghozali, 2017:97).

**i. Statistical Suppression Ratio (SSR)**

Jika nilai  $\geq 0,7$  untuk SSR, hal ini masih dapat diterima. Nilai tersebut menjelaskan bahwa 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *statistical suppression* (Latan dan Ghozali, 2017:98).

**Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)**

Untuk NLBCDR nilai yang masih dapat diterima adalah  $\geq 0,7$  yang berarti bahwa setidaknya 70% jalur yang didukung oleh model penelitian menolak hipotesis kausalitas lemah (Latan dan Ghozali, 2017:98).



## 5. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Ⓒ Saat mengevaluasi model struktural, fokusnya adalah pada hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antara variabel endogen. Dalam penelitian ini digunakan persamaan struktural sebagai berikut:

$$KP = \gamma_{11} * KL + \gamma_{12} * CM$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

KL = Kualitas Layanan

CM = Citra Merek

Adapun tujuan mengevaluasi model struktural adalah untuk melihat seberapa baik mereka menjelaskan varians dan memprediksi hubungan antar variabel laten dengan mencari signifikansi *P-values* (Latan dan Ghozali, 2017:85). Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan:

- a. Tanda atau arah, terdapatnya kaitan yang sangat erat antar variabel laten yang menunjukkan apakah hasil hubungan antar variabel tersebut memiliki efek yang dihipotesiskan. Dalam penelitian ini Hipotesis statistik yang digunakan adalah:

- (1) Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian

$$H_0: \gamma_{11} = 0$$

$$H_a: \gamma_{11} > 0$$

- (2) Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian

$$H_0: \gamma_{12} = 0$$

$$H_a: \gamma_{12} > 0$$

Kriteria pengujian hipotesis:

Tolak  $H_0$  apabila  $P\text{-value} < 0,05$

Tidak tolak  $H_0$  apabila  $P\text{-value} \geq 0,05$

- b. Koefisien determinasi atau  $R^2$ , untuk mengukur seberapa jauh model yang digunakan mampu menjabarkan variasi variabel laten endogen dengan menggunakan persamaan struktural. Jika nilai  $R^2$  tinggi, maka variabel independen semakin banyak, hal ini mampu mendeskripsikan variabel endogen dan persamaan strukturalnya akan menjadi semakin baik (Latan dan Ghozali, 2017:91).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.