



BAB III

METODE PENELITIAN

© Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.1 Obyek Penelitian

Obyek yang diteliti pada penelitian ini adalah pemasaran media sosial, citra merek, dan kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan di DKI Jakarta. Sedangkan subyek penelitian dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Kenangan. Kopi Kenangan sendiri merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman dengan produk utamanya adalah minuman yang berbahan dasar kopi.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Sekaran dan Bougie (2017:95), “Desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data yang dibentuk untuk menjawab pertanyaan penelitian”. Schindler (2022:78-85), mengklasifikasikan dimensi desain penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Sebuah penelitian dilihat dari sejauh mana berbagai pertanyaan yang muncul terhadap setiap permasalahan yang dibahas dalam sebuah penelitian. Adapun penelitian ini bersifat formal dan ditujukan untuk menjawab setiap pertanyaan yang telah dirumuskan untuk menciptakan sebuah solusi yang terbaik demi kemajuan obyek penelitian. Fokus penelitian ini adalah untuk menjawab setiap hipotesis sehingga mampu untuk melihat adanya hubungan sebab-akibat antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

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.



2. Pengendalian Variabel-Variabel Oleh Peneliti

© Dalam penelitian ini, desain yang digunakan adalah *ex-post facto design*, yaitu desain penelitian dimana peneliti tidak memiliki kemampuan untuk melakukan manipulasi terhadap setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk melihat berbagai fenomena dan/atau perubahan perilaku yang disebabkan oleh suatu peristiwa.

3. Cakupan Topik

Berdasarkan klasifikasi cakupan topik penelitian, penelitian ini digolongkan sebagai sebuah penelitian yang berbasis studi statistik, dimana pengujian penelitian dilakukan secara kuantitatif dalam rangka mencoba menemukan karakteristik populasi berdasarkan pada pengujian dari sampel.

4. Pengukuran Penekanan Teknik Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif yang berfokus pada kuantitas, frekuensi, dan besarnya suatu fenomena berdasarkan pada kualitas dari instrumen penelitian yang digunakan.

Kompleksitas Desain

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *single-methodology design*, yaitu metode pengumpulan data melalui survei.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data responden, peneliti mengimplementasikan teknik studi komunikasi yaitu dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dalam bentuk survei kuisioner.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



7. Lingkungan Penelitian

③ Lingkungan penelitian dalam penelitian ini digolongkan sebagai penelitian lapangan, dimana setiap data dikumpulkan dari setiap responden pelanggan Kopi Kenangan di area DKI Jakarta.

8. Dimensi Waktu

Pengumpulan data pada penelitian ini termasuk ke dalam *cross-sectional study*, dimana penelitian dilakukan terhadap suatu sampel dalam satu periode tertentu.

9. Kesadaran Persepsi Partisipan

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari persepsi partisipan yang baik dan tidak menyimpang dalam kehidupan sehari-hari serta tidak adanya intervensi untuk menghasilkan hasil penelitian yang terbaik.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Radjab dan Jam'an (2017:99), "Populasi adalah keseluruhan obyek yang akan atau ingin diteliti". Sedangkan, sampel didefinisikan sebagai sumber data yang akan diolah untuk kemudian dapat menggambarkan keseluruhan sebuah populasi (Syahza, 2021). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Kenangan yang telah melakukan transaksi pembelian di area DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Teknik non-probability sampling menurut Sugiyono (2018:84) "Teknik non-probability sampling adalah suatu metode yang tidak memberikan kesempatan pada seluruh anggota di populasi dalam menjadi sampel untuk penelitian". Adapun jenis metode *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu suatu metode dalam menetapkan sampel suatu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



penelitian yang berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Radjab dan Jam'an, 2017).

Pertimbangan penggunaan metode ini dilakukan akibat ada jumlah populasi yang besar, sehingga digunakan karena alasan waktu, tenaga, dan biaya. Peneliti dalam pengambilan sampel menetapkan berbagai pertimbangan sebagai berikut:

1. Responden berdomisili di area DKI Jakarta.
2. Responden pernah melakukan transaksi pembelian produk Kopi Kenangan.
3. Responden berusia 17 tahun ke atas dengan pertimbangan bahwa individu berusia 17 tahun dianggap sudah matang dan memahami setiap butir pertanyaan kuesioner.

Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan persamaan Limeshow yang dikemukakan oleh Riduwan (2013), karena jumlah populasi yang melakukan pembelian pada Kopi Kenangan di area DKI Jakarta tidak diketahui. Dengan alasan tersebut, rumus ini merupakan solusi yang tepat bagi penelitian ini. Dalam penelitian ini rumus Limeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Dimana:

- Jumlah sampel (n)
- Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96 (z)
- Maksimal estimasi = 0,5 (P)
- Alpha (0,10) atau *sampling error* 10% (d)

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.



Dengan total sampel sebesar:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{(0.10)^2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan Limeshow, maka dalam penelitian ini ditetapkan bahwa sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden, didapatkan dari hasil pembulatan perhitungan Limeshow.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini akan berfokus di area DKI Jakarta. Alasan pemilihan tersebut dikarenakan peta persebaran gerai Kopi Kenangan berada di area DKI Jakarta sehingga memudahkan untuk mencari responden sebagai sampel penelitian.

3.5 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yang terdiri dari: (1) Pemasaran Media Sosial – X1, (2) Citra Merek – X2, dan (3) Kepuasan Pelanggan – Y. Setiap variabel dalam penelitian ini akan diwakili oleh setiap indikator-indikatornya. Kemudian, setiap indikator untuk masing-masing variabel dituangkan dalam bentuk pernyataan dalam kuesioner penelitian. Adapun indikator-indikator dari setiap variabel penelitian adalah sebagai berikut:



Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Pemasaran Media Sosial

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

Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Content Creation</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat konten yang menarik melalui laman media sosial Instagram dan Tik Tok Kopi Kenangan 2. Konten pada laman media sosial Instagram dan Tik Tok Kopi Kenangan meyakinkan saya untuk mengonsumsi produk Kopi Kenangan 	Interval
<i>Content Sharing</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat menemukan informasi terkait produk di dalam laman media sosial Instagram dan Tik Tok Kopi Kenangan 2. Saya dapat menemukan informasi terkait promosi di dalam laman media sosial Instagram dan Tik Tok Kopi Kenangan 	Interval
<i>Connecting</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Kenangan memberikan respon yang baik terhadap pelanggan melalui komentar postingan akun media sosial Instagram dan Tik Tok 2. Saya dapat memberikan kritik dan saran melalui laman media sosial Instagram dan Tik Tok Kopi Kenangan 	Interval
<i>Community Building</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Kenangan memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk mengikuti acara yang diselenggarakan melalui laman media sosial Instagram dan Tik Tok Kopi Kenangan 2. Kopi Kenangan melakukan <i>reposting</i> konten pelanggan pada laman media sosial Instagram dan Tik Tok 	Interval

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.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Indikator	Pertanyaan	Skala
<i>Favorability of Brand Association</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Kenangan memberikan manfaat bagi saya 2. Saya puas mengonsumsi produk Kopi Kenangan 	Interval
<i>Strength of Brand Association</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah mengonsumsi Kopi Kenangan mampu membentuk ikatan emosional yang kuat dengan saya 2. Saya dengan mudah memahami informasi terkait produk Kopi Kenangan 	Interval
<i>Uniqueness of Brand Association</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kopi Kenangan memiliki nama produk yang unik 2. Kopi Kenangan memberikan varian rasa yang beragam dalam <i>menu</i>-nya terutama pada produk minuman kopi 3. Saya dapat mengenali produk Kopi Kenangan hanya dari tampilan kemasannya 	Interval



Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Indikator	Pertanyaan	Skala
Kualitas produk	1. Menurut saya, bahan baku yang digunakan dalam produk Kopi Kenangan berkualitas baik 2. Menu Kopi Kenangan yang dibeli memiliki cita rasa yang sesuai dengan harapan	Interval
Kualitas Pelayanan	1. Saya dilayani dengan ramah ketika hendak melakukan pembelian produk Kopi Kenangan 2. Saya puas dengan pelayanan Kopi Kenangan	Interval
Faktor Emosional	1. Saya merasa senang ketika mengonsumsi produk Kopi Kenangan 2. Saya selalu tertarik untuk mengonsumsi produk Kopi Kenangan	Interval
Harga	1. Produk Kopi Kenangan relatif lebih terjangkau dibandingkan kompetitornya 2. Harga produk Kopi Kenangan sebanding dengan kualitas yang diberikan	Interval
Biaya dan Kemudahan Mendapatkan Produk	1. Produk Kopi Kenangan relatif mudah untuk didapatkan 2. Saya tidak memerlukan biaya yang besar untuk mendapatkan produk Kopi Kenangan	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang hendak diperoleh merupakan data primer, yaitu data yang berasal langsung dari responden sebagai sumber utama untuk kemudian diolah oleh peneliti (Radjab dan Jam'an, 2017). Adapun peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbasis komunikasi dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Kopi Kenangan di DKI Jakarta. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Google form* sehingga penyebaran dapat dilakukan

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.

secara daring melalui berbagai media sosial seperti, Whatsapp, Line, dan Instagram.

Setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini diukur menggunakan Skala Likert.

Tabel 3.4
Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Uma Sekaran dan Roger Bougie,
Research Methods for Business: A Skill-Building Approach, 2017

3.7 Pengolahan dan Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif dilakukan bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap jawaban responden berkaitan dengan penyebaran kuesioner dengan tidak adanya tujuan untuk menarik kesimpulan secara umum (Sugiyono, 2018). Maka, analisis deskriptif digunakan untuk merepresentasikan opini responden melalui jawaban terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian (Ferdinand, 2014). Analisis deskriptif dalam penelitian ini dilihat melalui nilai *loading factor* hasil dari perhitungan dan pengolahan *partial least square* (PLS) yang kemudian dijadikan penjelasan secara deskriptif secara keseluruhan terhadap setiap indikator variabel penelitian. Berikut adalah interpretasi dari nilai *loading factor*.



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.



Tabel 3.5
Interpretasi *Loading Factor*

Loading Factor	Interpretasi
0.70 – 1.00	Sangat tinggi
0.40 – 0.70	Tinggi
0.20 – 0.40	Rendah
0.00 – 0.20	Sangat rendah

Sumber: Hair et.al, *Multivariate data analysis: A global perspective*, 2010

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.7.2 Analisis Data Inferensial

Penelitian ini menggunakan data inferensial, yaitu data yang berasal dari sampel yang akan menggambarkan karakteristik populasinya (Hardani et.al., 2020). Setiap data yang diperoleh dari responden kemudian akan diolah oleh peneliti menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Pengolahan data kemudian dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Pemilihan alat bantu penelitian tersebut adalah adanya keunggulan dalam metode analisis yang kuat serta tidak memerlukan jumlah sampel pada batasan skala tertentu, sebagaimana dikemukakan oleh Ghazali (2014). Adapun langkah-langkah penggunaan metode PLS sebagai alat bantu penelitian terdiri dari:

a. Merancang Model Struktural (*Inner Model*)

Merupakan tahapan utama dalam pengolahan data, dimana menggambarkan hubungan keterkaitan variabel laten.

b. Merancang Model Pengukuran (*Outer Model*)

Selanjutnya, pada Model Pengukuran ini akan menguraikan hubungan antara setiap indikator variabel terhadap variabel latennya.

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.



c. Melakukan Kontruksi Diagram Jalur

Untuk mempermudah dalam memahami *inner model* dan *outer model*, maka pada tahap ini dilakukan pembuatan diagram jalur (*path diagram*).

d. Melakukan Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan

1) Model Persamaan *Inner Model*

Model persamaan *inner model* berdasar pada hipotesis penelitian yang menjelaskan setiap hubungan antar indikator, hubungan eksternal, model pengukuran, dan variabel laten.

2) Model Persamaan *Outer Model*

Model persamaan *outer model* menggambarkan hubungan internal antar variabel laten.

e. Estimasi Koef, Jalur, *Loading* dan *Weight*

Semua koefisien yang dihitung, rute, faktor permuatan, serta bobot bagi indikator pertanyaan yang akan digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas data tercakup dalam estimasi yang dibentuk.

f. Evaluasi *Goodnes of Fit*

1) Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menentukan alat ukur yang digunakan dalam penelitian sudah tepat dan mampu menghasilkan data yang bersifat valid. Data dikatakan bersifat valid apabila setiap pertanyaan yang tertuang di dalam kuesioner mampu memberikan jawaban dan menjelaskan segala sesuatu dalam pengukuran yang dilakukan. Terdapat komponen-komponen dalam uji validitas yang terdiri dari:

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) *Convergent Validity*

Pengukuran besarnya hubungan antar konstruk dengan variabel latennya dilakukan menggunakan uji validitas konvergen. Uji validitas konvergen dilihat melalui nilai *Loading Factor*. Apabila penilaian loading factor > 0.7 dapat dikategorikan ideal. Tetapi, apabila terdapat nilai 0.5 sampai 0.6, maka hasil tersebut masih dapat diterima (Ghozali, 2014).

b) *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan dilakukan untuk memastikan konsep dari setiap variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Uji validitas diskriminan dilihat melalui nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Validitas diskriminan dilihat dari hubungan konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Validitas diskriminan yang baik adalah apabila nilai AVE (*Average Variance Extracted*) > 0.5 (Ghozali, 2014).

c) **Cross Loading**

Metode pengukuran dalam uji validitas lainnya adalah penilaian *Cross Loading*. Uji validitas dengan metode ini dilakukan apabila suatu indikator memiliki korelasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan variabel latennya daripada variabel latennya sendiri (Ghozali, 2014).

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji yang berfungsi untuk menjelaskan bahwa alat pengukur memiliki keandalan dan kepercayaan. Tujuannya adalah untuk menunjukkan konsistensi terhadap alat ukur yang digunakan

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.



secara berulang akan menghasilkan hasil yang sama. Adapun pada penelitian ini, jenis uji reliabilitas yang digunakan adalah Cronbach Alpha dan Composite Reliability dengan nilai reliabel yang akan diperoleh apabila bernilai > 0.7 .

a) Composite Reliability

Pengukuran konsistensi internal dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari *composite reliability* adalah > 0.7 (Ghozali, 2014).

b) Cronbach Alpha

Pengukuran konsistensi eksternal dapat dikatakan reliabel apabila nilai dari *cronbach alpha* adalah $>$ (Ghozali, 2014).

Tabel 3.6

Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
$> 0,20 – 0,40$	Agak Reliabel
$> 0,40 – 0,60$	Cukup Reliabel
$> 0,60 – 0,80$	Reliabel
$> 0,80 – 1,00$	Sangat Reliabel

Sumber: Imam Ghozali, Metode Alternatif Dengan *Partial Least Square (PLS)* (4th ed.), 2014

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau yang lebih sering dikenal sebagai uji *R square* (R^2) merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk menguraikan besaran proporsi variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (X). Diharapkan, nilai dari uji koefisien determinasi berada di antara 0 dan 1 (Ghozali, 2014).

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.



4) Uji Q Square (Q^2)

Uji *Q square* dilakukan untuk mengukur baik atau tidaknya suatu nilai observasi berdasarkan model dan estimasi parameternya. Sebuah model dikategorikan memiliki relevansi prediktif apabila nilai $Q^2 > 0$. Sedangkan apabila nilai $Q^2 < 0$, maka model tersebut tidak memiliki relevansi prediktif.

g. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melakukan Uji T. Uji ini memiliki fungsi sebagai penguji suatu variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dan positif atau tidak. Hasil dari uji ini diperoleh dari hasil *output* PLS berdasarkan uji T. Adanya pengaruh yang signifikan dapat terungkap bila nilai *t* hitung memiliki nilai lebih tinggi dari *T* tabel serta bernilai lebih kecil dari taraf signifikansi 5% atau 0.05 dan dinyatakan positif apabila nilai *Original Sample* (*O*) pada uji *T* statistik lebih tinggi dari 0. Berikut merupakan hipotesis dari penelitian ini:

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh positif Pemasaran Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan.

Maka uji hipotesis tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. $H_0: \beta_1=0$: Pemasaran Media Sosial (X_1) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan.

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. 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.

- b. $H_a: \beta_1 \neq 0$: Pemasaran Media Sosial (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan.

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh positif Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan.

Maka uji hipotesis tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. $H_0: \beta_1 = 0$: Citra Merek (X2) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan.
- b. $H_a: \beta_1 \neq 0$: Citra Merek (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan.

Selanjutnya, dijelaskan tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini pada tingkat 0,05 atau $\alpha = 5\%$. Adapun dasar penetapan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai thitung lebih besar atau sama dengan ttabel ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$), maka dinyatakan hipotesis dapat diterima.
- b. Jika nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel ($t_{hitung} < t_{tabel}$), maka dinyatakan hipotesis tidak dapat diterima.

Sedangkan, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Original Sample* (O) pada uji T statistik lebih rendah dari 0 . maka dinyatakan H_0 diterima. Artinya, bahwa terbukti tidak adanya pengaruh yang positif.



- b. Jika nilai *Original Sample* (O) pada uji T statistik lebih tinggi dari 0 . maka dinyatakan H0 ditolak. Artinya, bahwa terbukti adanya pengaruh yang positif.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

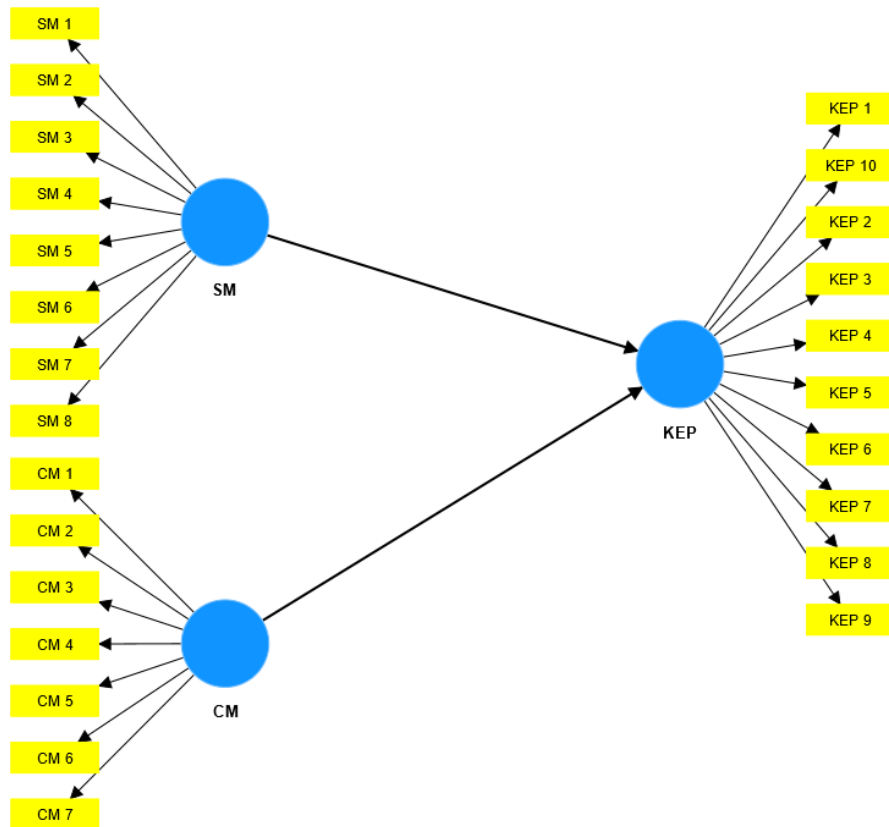
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

3.7.3 Kerangka Model Penelitian

Berikut disajikan gambar kerangka model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Gambar 3.1

Kerangka Model Penelitian



Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 4.0