

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* dan digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2020). Metode ini disusun secara sistematis untuk menyelidiki fenomena dan mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang ada. Penelitian kuantitatif bersifat konfirmatif atau "*top-down*," di mana peneliti menguji teori serta hipotesis dengan menggunakan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, diterapkan metode kuantitatif dengan memanfaatkan kuisioner, yaitu teknik pengumpulan data melalui serangkaian proses pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018).

3.2 Objek Penelitian

Dalam memahami tentang suatu penelitian, istilah objek penelitian merujuk pada kondisi yang menggambarkan atau menjelaskan situasi subjek yang akan diteliti (Hamidah 2023). Di sisi lain, Sugiyono, (2020) menyatakan suatu objek pada penelitian menyelimuti semua hal yang akan dipilih oleh peneliti guna dianalisis, hal ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan, sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan hasil yang diperoleh. Objek penelitian juga dapat mencakup fenomena. Salah satu fenomena yang diamati adalah aplikasi *streaming* Viu saat ini yang mengalami penurunan jumlah pengguna dan saat ini menempati posisi kelima di Indonesia, serta kalah bersaing dengan aplikasi *streaming* lainnya. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada loyalitas pelanggan yang diukur berdasarkan kepuasan pelanggan terhadap aplikasi *streaming* Viu.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian merujuk pada seluruh pengguna aplikasi

streaming Viu di Indonesia yang menjadi subjek sasaran dalam penelitian ini. Iskandar., (2018) populasi adalah total skor dari beberapa individu yang karakteristiknya ingin diteliti, yang dalam konteks ini adalah pengguna Viu. Howel (2018:7) juga mendefinisikan populasi sebagai peristiwa yang menarik perhatian. Sementara itu, (Sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa populasi mencakup objek atau subjek dengan kualitas tertentu untuk diteliti. Pada penelitian ini, populasi yang diidentifikasi ialah seluruh pengguna aplikasi *streaming* Viu. Populasi ini terdiri individu-individu yang pernah menggunakan dan berlangganan Viu, dengan hasil yang tidak dipastikan secara pasti. Populasi ini akan menjadi dasar untuk pengukuran sejauh apa pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.

Adapun karakteristik profil responden dalam populasi penelitian ini mencerminkan demografi dari pelanggan aplikasi *streaming* Viu. Responden yang diidentifikasi adalah individu yang pernah menggunakan dan berlangganan, dan karenanya relevan untuk menilai pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.

- a. Umur : Responden berasal dari berbagai rentang usia, mencakup remaja hingga orang dewasa, di mana usia memainkan peran penting dalam membentuk preferensi terhadap aplikasi *streaming* seperti Viu.
- b. Jenis Kelamin : Data dari pria dan wanita dikumpulkan secara seimbang untuk mengeksplorasi perbedaan preferensi berdasarkan gender, khususnya terkait kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.
- c. Pendidikan Terakhir : Responden memiliki beragam latar belakang pendidikan, dari lulusan sekolah menengah hingga perguruan tinggi, yang memengaruhi kemampuan mereka dalam memahami dan memanfaatkan layanan digital seperti Viu.
- d. Domisili : Responden berasal dari berbagai lokasi, termasuk Kabupaten Tangerang hingga Jakarta, menunjukkan distribusi

pengguna berdasarkan wilayah geografis yang dipengaruhi oleh akses internet dan kecenderungan budaya setempat.

- e. Pekerjaan : Status pekerjaan responden, mulai dari pelajar hingga wirausahawan, memengaruhi pola konsumsi hiburan digital, yang erat kaitannya dengan daya beli serta ketersediaan waktu luang untuk menikmati layanan Viu.
- f. Pendapatan : Responden memiliki tingkat pendapatan yang bervariasi, mulai dari kelompok berpenghasilan rendah hingga menengah ke atas, yang mencerminkan kemampuan mereka untuk mengakses atau membeli layanan premium pada aplikasi Viu.

2. Sampel

Sampel merujuk pada sebagian kecil dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu (Sugiyono, 2018). Ketika populasi terlalu besar untuk dijangkau sepenuhnya dalam penelitian dikarenakan oleh keterbatasan anggaran, tenaga dan waktu, peneliti dapat memilih sampel yang mewakili populasi tersebut. Kesimpulan yang diperoleh dari analisis sampel harus dapat mencerminkan populasi secara akurat dan valid, dengan mengukur aspek-aspek yang memang direncanakan untuk diukur (Sujarweni, 2018). Suhardi (2023) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian kecil dari populasi yang mencerminkan karakteristik keseluruhan.

Sampel terdiri dari sejumlah bagian populasi yang dipilih dengan melalui prosedur tertentu untuk mewakili populasi secara keseluruhan. Ketika populasi yang diteliti terlalu besar secara menyeluruh disebabkan keterbatasan waktu, sumber daya, dan dana, pemilihan sampel menjadi pilihan yang lebih efisien. Peneliti harus memastikan bahwa sampel yang dipilih dan digunakan nantinya bersifat representatif agar dapat menggambarkan populasi dengan tepat.

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi metode *Non-Probability Sampling*. Metode ini, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2018), metode ini adalah teknik pengambilan sampel yang tidak

memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yakni teknik pemilihan sampel didasarkan pada kriteria tertentu yang sejalan dengan tujuan penelitian. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, khususnya ketika tidak semua anggota populasi memenuhi persyaratan tersebut (Sugiyono, 2018).

Oleh karena itu, standar dari penelitian ini terfokus pada poin sebagai berikut:

- a. Pelanggan minimal ditandai dengan telah di *instalnya* aplikasi *streaming* Viu.
- b. Pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi *streaming* Viu.
- c. Pelanggan yang pernah membeli atau berlangganan minimal 2x terhadap aplikasi *streaming* Viu.

Dengan adanya kriteria tersebut untuk mempermudah proses pengumpulan data penelitian, maka diperlukannya teknik pengambilan sampel. Teori *Hair et al*, (2019) dalam sebuah penelitian jumlah sampel yang akan dianalisis sebaiknya minimal 100 atau lebih, karena jika jumlahnya kurang dari itu, sampel dianggap tidak layak untuk diolah. Jumlah sampel minimum untuk penelitian ditentukan dengan mengalikan jumlah indikator penelitian dengan angka 5–10. Karena jumlah indikator penelitian berjumlah 21, penelitian memutuskan untuk mengalihkan dengan 7 (tujuh) untuk mencapai 100 sampel. Dengan demikian, jumlah sampel minimum untuk penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Minimum Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 7 \\ &= 21 \times 7 \\ &= 147\end{aligned}$$

Maka jumlah penelitian ini mengumpulkan sampel dari 147 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner, yaitu serangkaian pertanyaan tertulis. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dimana responden diminta untuk memberikan jawaban atas berbagai pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun sebelumnya, kemudian mengembalikannya kepada peneliti (Sugiyono, 2018). Pengukuran data primer dalam studi ini menggunakan *skala Likert*, yang bertujuan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi suatu individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Variabel penelitian telah ditetapkan dengan jelas, dimana setiap jawaban pada *skala Likert* memiliki rentang nilai dari yang sangat positif hingga yang negatif (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, pertanyaan disusun dengan skala yang berfokus pada penilaian positif.

Tabel 3.1 Kategori Jawaban Skala likert

Pilihan Jawaban	Skor Positif	Skor Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Sumber: (Laksito *et al.*, 2021)

3.5 Definisi Operasional

Sugiyono (2019) mendefinisikan operasional variabel mencakup semua aspek variabel yang telah dirumuskan oleh peneliti untuk diteliti, sehingga informasi yang diperoleh dapat digunakan untuk menarik kesimpulan tentang subjek yang diteliti. Kualitas layanan dianggap sebagai variabel bebas (independen), kepuasan pelanggan dianggap sebagai variabel perantara (intervening), dan kesetiaan pelanggan dianggap sebagai variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas layanan merupakan sebuah tingkat	<i>Tangibles</i>	Fasilitas Perlengkapan teknologi pendukung:

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator
	keunggulan yang diharapkan. Serta tindakan pengendalian keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen (Anugrah 2020:25)	<i>Reliability</i>	Kecepatan Ketepatan waktu: Tingkat kesalahan
		<i>Responsiveness</i>	Sikap simpatik pegawai: Responsif
		<i>Assurance</i>	Informasi yang relevan Komunikasi yang baik: Pengetahuan yang luas: Sikap Sopan santun
Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul dari perbandingan	Tetap loyal	Keputusan Pembelian
		Membeli produk baru perusahaan	Kesediaan Membeli Kembali
		Merekomendasikan produk	<i>Word-of-Mouth</i>
Mengabaikan merek pesaing	Reputasi Merek produk (atau hasil) yang dipersepsikan dengan harapan mereka. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan merasa tidak puas; sebaliknya, jika kinerja sesuai, pelanggan merasa puas. (Kotler & Keller 2022:448)		Antara kinerja
Loyalitas	Loyalitas	Dimensi	Kuantitas yang

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator
Pelanggan (Y)	pelanggan mencerminkan frekuensi pembelian konsumen terhadap merek atau jasa tertentu, kecenderungan mereka untuk berpindah, intensitas perpindahan tersebut, serta tingkat komitmen mereka dalam melakukan pembelian secara konsisten. Schiffman (2019:464)	Perilaku (<i>Behavioral Loyalty</i>) Dimensi Sikap (<i>Attitudinal Loyalty</i>)	Dibeli (<i>Quantity Purchased</i>): <hr/> Frekuensi Pembelian (<i>Purchase Frequency</i>): <hr/> Pembelian Ulang (<i>Repeated Buying</i>): <hr/> Perasaan tentang Merek (<i>Feelings about the Brand</i>): <hr/> Niat Pembelian di Masa Depan (<i>Future Purchase Intentions</i>)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan komponen vital dalam penelitian, memerlukan pemahaman mendalam untuk mengolah data yang telah dikumpulkan guna mendapatkan kesimpulan yang valid. Hasil analisis data digunakan untuk memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian serta menguji hipotesis yang diajukan (Hardani MSi *et al.*, 2020). Dalam studi ini, metode analisis data yang diterapkan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan basis *Partial Least Squares* (PLS). Hair *et al.* (2019) mengemukakan bahwa SEM adalah teknik multivariat yang menggabungkan analisis regresi dan analisis faktor untuk menilai hubungan antarvariabel laten secara simultan.

SEM memungkinkan pengujian hubungan simultan antara satu atau lebih variabel independen dan dependen, baik yang berbentuk faktor maupun konstruk yang terbentuk dari beberapa indikator. Untuk mendukung analisis

ini, digunakan perangkat lunak *SmartPLS*, yang dirancang untuk mengolah data kuantitatif primer dengan metode PLS.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, sehingga teknik analisis yang diterapkan bersifat statistik (Sugiyono, 2018). Dua jenis analisis statistik yang digunakan meliputi statistik deskriptif untuk memberikan gambaran tentang data, serta statistik inferensial untuk membuat kesimpulan berdasarkan data yang telah dianalisis.

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Sujarweni (2018) menjelaskan bahwa statistik deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik data dari sampel, mencakup nilai rata-rata, median, modus, persentil, desil, dan quartil, baik melalui analisis maupun grafik. Emory (2020) juga mengungkapkan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data sampel tanpa perlu menarik kesimpulan yang bersifat umum untuk populasi.

3.6.2 Uji Statistik Inferensial

Ratnasih (2019) analisis statistik inferensial bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara dua variabel, mengidentifikasi perbedaan dalam suatu variabel di berbagai subkelompok, serta menganalisis bagaimana variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Statistik inferensial berfokus pada penarikan kesimpulan dari data sampel yang digunakan untuk merepresentasikan populasi.

Hair *et al.* (2011), seperti yang dikutip dalam Ghazali & Latan (2020), merekomendasikan penggunaan PLS-SEM untuk penelitian eksploratif atau sebagai pengembangan dari teori struktural yang telah ada, seperti model TAM dalam studi ini. Proses evaluasi dalam PLS-SEM melibatkan dua tahap utama, yaitu penilaian outer model untuk mengukur validitas dan reliabilitas indikator, serta inner model untuk menguji hubungan antarvariabel laten (Ghozali, 2018).

3.6.2.1 Uji Measurement Model (*Outer Model*)

Outer Model merupakan model yang bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas. *Outer model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui validitas konvergen dan diskriminan, serta *composite reliability* dan *Cronbach alpha* untuk blok indikator. Sementara itu, *outer model* dengan indikator formatif dievaluasi berdasarkan substansi kontennya, yaitu dengan membandingkan bobot relatif dan signifikansi indikator konstruk (Latan, 2019). Dalam PLS-SEM, penilaian validitas dan reliabilitas model dilakukan (Ghozali, 2018). Ukuran yang digunakan untuk menguji validitas melalui *software Smart-PLS* mencakup: validitas konvergen, validitas diskriminan, serta *construct* reliabilitas dan *validity*.

1. *Convergent Validity*

Convergent Validity merupakan korelasi yang menguji nilai *outer loading*, dengan syarat nilai tersebut harus 0,7 atau lebih besar untuk membuktikan kesesuaian indikator." Selain itu, validasi konvergen juga membutuhkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) sebesar 0,5 dikarenakan jika nilai tersebut tercapai maka indikator dapat dinyatakan atau dianggap valid. (Ghozali, 2018)

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity adalah konsep yang memastikan bahwa pengukuran (variabel manifest) dari nilai konstruk yang berbeda, tidak menunjukkan hubungan yang tinggi satu sama lain. Uji validitas diskriminan dilakukan dengan cara memeriksa nilai dari *cross-loading*, yang mana setiap variabel reflektif seharusnya memiliki nilai lebih dari 0,70. Selain itu, validitas diskriminan dapat dianalisis dengan cara membandingkan pada akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dalam model. Validitas yang baik tercermin apabila akar kuadrat AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk. Nilai AVE yang dianggap memadai adalah lebih dari 0,50, karena menunjukkan bahwa

setidaknya 50% varian indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang bersangkutan (Abdillah, 2021; Hair, 2019; Latan, 2019).

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana instrumen-instrumen penelitian dapat menghasilkan informasi yang stabil dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas internal digunakan untuk mengevaluasi kualitas alat ukur berdasarkan data yang dikumpulkan dalam satu periode waktu. Dalam penelitian ini, digunakan metode Alpha Cronbach untuk menguji reliabilitas. Jika nilai alpha lebih dari 0,7, maka instrumen dapat dianggap reliabel, instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai. Nilai alpha $> 0,80$ menunjukkan bahwa seluruh item memiliki konsistensi internal yang tinggi dan dinilai reliabel (Ratnasih, 2019).

3.6.2.2 Uji Struktural Model (*Inner Model*)

Sebagaimana dijelaskan Ghazali & Latan (2020) bahwa *inner model*, juga dikenal sebagai model struktural, menunjukkan hubungan dan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk yang dibuat berdasarkan landasan teori. Model ini juga berperan dalam meramalkan interaksi antara kualitas variabel laten yang ada.

1. *R-square*

Menurut Ghazali (2018), dijelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah merupakan ukuran seberapa baik model dapat menjelaskan variasi-variabel dependen. Nilai R^2 ini berkisar antara nol dan satu, dan semakin rendah nilai R^2 , maka semakin sedikit yang dapat dilakukan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependennya. Sebaliknya, nilai R^2 yang lebih tinggi memperlihatkan jika variabel independen telah memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk melakukan prediksi terhadap suatu variabel dependen. Sanjaya *et al.* (2023) mengatakan bahwa nilai 0,75 menunjukkan model yang kuat, dan nilai 0,50 menunjukkan model yang

moderat, sedangkan nilai 0,25 menunjukkan model yang lemah.

2. *Effect Size* (f^2)

Effect Size atau *f-Square* adalah pengukuran tambahan yang digunakan untuk melakukan evaluasi kekuatan hubungan terhadap variabel independen dengan variabel dependen. Hardisman (2021) menjelaskan bahwa jika nilai *f-Square* $< 0,02$, maka pengaruh yang terjadi tidak signifikan. Nilai *f-Square* antara 0,02 sampai $< 0,15$ menunjukkan pengaruh yang kecil, sementara nilai dalam rentang 0,15 sampai dengan $< 0,35$ mengindikasikan pengaruh yang sedang. Nilai *f-Square* $> 0,35$ menunjukkan pengaruh yang kuat. Dalam hal ini, pengukuran *f-Square* untuk variabel terhadap variabel lain bisa dikategorikan sebagai kecil pada 0,02, sedang pada 0,15, dan besar pada 0,35.

3. *Predictive relevance* (Q^2)

Predictive relevance atau *Q-Square* dipergunakan untuk memvalidasi model konstruk pada variabel dependen. Nilai Q^2 ini tidak digunakan untuk menilai keseluruhan model, melainkan hanya untuk mengevaluasi relevansi prediktif model terhadap variabel dependen. Jika nilai $Q^2 > 0$, maka model dianggap memiliki *predictive relevance*, sementara jika $Q^2 < 0$, berarti model tersebut tidak relevan secara prediktif. Berdasarkan Ghazali (2018), kategori nilai Q^2 adalah sebesar 0,02 untuk kategori pengaruh lemah, sebesar 0,15 untuk kategori pengaruh moderat, dan sebesar 0,35 untuk kategori pengaruh yang kuat.

4. *Goodness of Fit* (GoF)

Pengujian hipotesis ini memiliki tujuan untuk melakukan penilaian untuk sejauh mana kelayakan dan juga akurasi pada model yang dilakukan secara mendalam, yang dimana berfungsi sebagai

validasi dalam PLS-SEM. Perhitungan indeks *Goodness of Fit* (GoF) didasarkan pada akar kuadrat daripada nilai *average communality index* atau disebut R^2 . Nilai C dapat berkisar antara 0 hingga angka tertentu, dengan nilai *communality* yang disarankan minimal 0,50. Untuk menginterpretasikan nilai *Goodness of Fit*, apabila nilainya mencapai 0,10, maka dianggap sebagai GoF kecil, 0,25 sebagai GoF moderat, dan 0,36 sebagai GoF besar (Pangestu, 2024).

3.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan pendekatan yang digunakan untuk menilai suatu hipotesis mengenai karakteristik populasi dengan memanfaatkan data sampel yang ada. Tujuan utama dari pengujian hipotesis adalah untuk mengukur ketepatan statistik suatu pernyataan, sehingga dapat ditarik kesimpulan apakah pernyataan tersebut diterima atau ditolak (Anuraga et al., 2021). Dalam pengujian hipotesis yang dilakukan dengan tingkat signifikansi lima persen (5%), nilai t-statistik yang digunakan adalah sebesar 1,96, yang diperoleh melalui metode bootstrapping. Beberapa kriteria perlu dipertimbangkan dalam pelaksanaan pengujian hipotesis, sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig > 0,05 dan t hitung > t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika nilai Sig < 0,05 dan t hitung < t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

