

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Karena pemilihan metode kuantitatif memungkinkan peneliti untuk dapat melakukan pengukuran dan menganalisis per variabel yang relevan secara objektif, dapat diterapkan pada populasi yang luas, serta memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan yang mewakili populasi yang diteliti. Instrumen yang valid dan reliabel itu dapat membuktikan bahwa hasil yang diberikan dari uji tersebut memiliki hasil yang sesuai dengan kondisi sesungguhnya dan sesuai dengan apa yang ingin diteliti (Yusuf M. , 2017). Untuk menganalisis sebuah penelitian ilmiah dengan dilakukan secara sistematis lalu dapat menganalisis semua bagian dan fenomena yang mempengaruhinya serta menganalisis hubungan di antaranya merupakan Pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini memiliki kunci yaitu dalam proses perhitungannya dan pengukuran, dengan menentukan jumlah sampel yang ditentukan berdasarkan populasi yang akan diteliti (Hardani MSi et al., 2020).

#### **3.2. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini berfokus kepada variabel loyalitas pelanggan dari pengguna layanan Paylater, khususnya kepada penggunaan SpayLater. Variabel ini menjadi fokus utama karena variabel tersebut dapat mencerminkan sejauh mana pelanggan tetap menggunakan layanan Spaylater walaupun masih banyak metode pembayaran lainnya yang tersedia. Analisis yang dilakukan membuktikan bahwa variabel loyalitas pelanggan memiliki pengaruh dari variabel independen yaitu Pengalaman pelanggan sebagai dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Subjek penelitian ini berfokus di wilayah Tangerang Raya, yang mana wilayah tersebut meliputi beberapa lokasi yaitu Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan, ketiga lokasi tersebut dipilih karena total dari populasi lokasi tersebut perkembangan penggunaan Paylater terbilang banyak serta wilayah tersebut masuk kedalam Daftar kota/kabupaten *tier* 1. Dalam total populasi Kota/Kab *tier* 1 Wilayah Tangerang Raya memasuki urutan ke 3 yaitu memiliki populasi sebesar 6.590.719 orang, untuk *tier* 1 tetap menjadi kelompok wilayah terbanyak dalam penggunaan PayLater, walaupun persentasenya menurun selama periode 2021-2023, dan berbanding terbalik dengan *tier* 2 dan *tier* 3 yang mengalami peningkatan setiap tahunnya (Nasrullah Ahmad, 2024).

### **3.3. Populasi Dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi Dan Sampel**

Populasi dalam penelitian merujuk kepada keseluruhan objek yang akan di jadikan sebagai penelitian, objek tersebut bisa berupa kejadian, benda atau sekelompok orang atau juga kejadian yang memiliki karakteristik khusus yang dapat dijadikan sumber data dalam sebuah penelitian (Hardani MSi et al., 2020). Aiifiulahtin Utaminingsih Mohammad Maskan, (2019) menyebutkan jika ingin melakukan penelitian sikap konsumen terhadap satu produk tersebut, maka populasi penelitian mencakup seluruh konsumen produk yang menggunakan atau pernah menggunakan produk tersebut. Dan jika ingin melakukan penelitian motivasi pegawai departemen maka objek dalam penelitian tersebut adalah seluruh pegawai di departemen tersebut.

Pada penelitian ini, konteks populasi merupakan seluruh konsumen yang berdomisili di Tangerang Raya dan pernah menggunakan SPayLater minimal sekali transaksi. Hal tersebut

disebut populasi tak terhingga karena jumlah populasinya yang menggunakan SPayLater di Tangerang Raya tidak dapat diketahui secara pasti (Aiiifulahtin Utaminingsih Mohammad Maskan, 2019).

### 3.3.2. Sampel

Sampel didefinisikan bagian yang diambil menggunakan prosedur sampling sistematis, dengan pemilihan didasarkan pada karakteristik tertentu yang telah ditetapkan dari populasi target. Ini mempermudah karena peneliti tidak harus melakukan penelitian pada seluruh anggota populasi (Hardani MSi et al., 2020). Untuk menganalisis sebuah penelitian agar dapat dianalisis dengan baik yaitu membutuhkan minimal 100 sampel, karena jika data yang di olah kurang dari 100 sampel maka data tersebut tidak memenuhi syarat untuk diolah (Hair et al., 2022). Ukuran sampel minimum untuk di analisis yaitu 5-10 kali lipat indikator yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan 10 Indikator, maka jumlah yang dibutuhkan untuk dijadikan sampel minimum dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Jumlah banyaknya sampel bisa dihitung melalui rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Minimum sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 10 \times 10 \\ &= 100 \text{ Responden}\end{aligned}$$

hal ini menunjukkan bahwa ukuran sampel dari penelitian ini sangat minim yang hampir tidak memenuhi syarat untuk diolah. Maka dalam penelitian ini akan menggunakan lebih dari 100 responden sebagai sampel dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang valid.

### 3.3.3. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel *non-probability*, yang Hal ini berarti setiap individu dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang setara untuk dijadikan responden dalam penelitian. Metode *Non-probability sampling* yang digunakan dari penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan dari penelitian itu sendiri. Maka dari penelitian ini pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Responden yang pernah menggunakan pembayaran Spaylater minimal 1 kali transaksi.
2. Rentang usia responden  $\geq 18$  tahun (Memiliki KTP).
3. Responden bersedia untuk menjawab semua pernyataan
4. kuisoner.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data prime yang mana data tersebut didapatkan secara langsung oleh peneliti bukan dari data yang sudah ada, biasanya data tersebut dapat di peroleh dari metode wawancara, kuesioner, observasi, atau eksperimen. Dari penelitian ini pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, yang menggunakan platform *Google Form*. Kuesioner adalah Alat pengumpulan data yang berisikan daftar pernyataan atau kuesioner, yang disusun secara sistematis dan disebarakan kepada sampel penelitian yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Dalam penelitian ini, kuesioner disusun menggunakan pengukuran *skala likert* lima poin dan bagian evaluasi tanggapan seperti "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju". *Skala likert* terdiri dari beberapa pernyataan yang akan diperoleh dari jumlah poin dari setiap pernyataan, mulai dari tingkat persetujuan (*Agree*) hingga ketidaksetujuan (*Disagree*). Skala ini

berisi serangkaian pernyataan yang menggambarkan sikap responden terhadap objek yang diteliti.

Tabel 3. 1 *Skala Likert*

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

### 3.5. Definisi Operasional

Menurut buku Hardani MSi et al. (2020), operasional adalah fitur-fitur dalam penelitian yang bisa diukur dan diamati. Hal ini berperan penting dalam penelitian dengan melakukan identifikasi setiap variabel, sehingga peneliti lebih mudah untuk memproses pengukuran dan penerapan pendekatan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 3 jenis variabel, sebagai berikut:

1. *Variabel Independen* atau bebas (X): Pengalaman Pelanggan (X1)
2. *Variabel Intervening* atau mediasi (Z): Kepuasan Pelanggan (Z1)
3. *Variabel Dependen* atau terikat (Y): Loyalitas Pelanggan (Y1)

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Skala
Pengalaman Pelanggan (X1)	pengalaman pelanggan merujuk kepada seluruh interaksi dan	<b>1. Sense (rasa)</b> merujuk kepada pengalaman yang berkaitan dengan panca indra manusia (penciuman,	(Maharani et al., 2023)	Likert 1- 5

	<p>persepsi yang dimiliki pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Seluruh interaksi tersebut merupakan proses yang dirasakan selama perjalanan mereka mulai dari tahap awal pencarian informasi hingga tahap akhir yaitu pembelian, semua pengalaman yang dirasakan tersebut baik secara langsung ataupun tidak langsung</p>	<p>penglihatan, pendengaran, pengecap, dan peraba)</p> <p><b>2. Feel (perasaan)</b> merujuk kepada emosional dalam diri pelanggan selama berinteraksi dengan produk atau layanan</p> <p><b>3. Think (pikiran)</b> Merujuk kepada pemikiran kreatif pelanggan terhadap suatu produk maupun perusahaan</p>		
Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Skala

Kepuasan Pelanggan (Z1)	Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan dari kepuasan yang utarakan oleh pelanggan kepada produk atau layanan yang dirasakannya setelah proses pemberian layanan mauitu melebihi harapan ataupun yang sesuai dengan apa yang di harapkan	<p>1. <b>Customer attitude</b> merunjuk kepada sikap pelanggan terhadap produk atau layanan yang di rasakannya seperti mengekspesikan sebuah keuntungan maupun ketidakuntungan yang di rasakannya.</p> <p>2. <b>Customer happiness</b> merunjuk kepada kebahagiaan dan tingkat kepuasan yang di rasakan pelanggan terhadap layanan yang dia terima dari perusahaan</p> <p>3. <b>Customer Satisfaction</b> merujuk kepada pelanggan ketikan merasakan senang dan puas ketikan sudah menggunakan atau saat menggunakan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan</p>	(Supriyanto et al., 2021)	Likert 1-5
Variabel	Definisi	Indikator	Sumber	Skala

<p>Loyalitas Pelanggan (Y1)</p>	<p>Loyalitas pelanggan merupakan penggunaan produk secara terus atau berkomitmen berkelanjutan untuk menggunakan produk yang dipilihnya, dorongan tersebut bisa terjadi ketika keadaan mendesak maupun tidak mendesak, tidak hanya itu keinginan untuk pembelian kembali di kemudian hari juga merupakan bagian dari loyalitas pelanggan</p>	<p><b>1. Cognitive Loyalty</b> Merujuk kepada cara ferfikir pelanggan terhadap suatu layanan atau produk yang melibatkan penilaian rasional dan evaluasi</p> <p><b>2. Affective Loyalty</b> Merujuk kepada perasaan positif yang didasarkan oleh emosional pelanggan terhadap produk yang ia pilih yang membuat dorongan kepada diri sendiri untuk tetap setia kepada produk tersebut</p> <p><b>3. Conative Loyalty</b> Merujuk kepada niat awal pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang</p> <p><b>4. Action Loyalty</b> merujuk kepada aksi loyalitas yang dilakukan pelanggan untuk tetap setia kepada suatu produk dan akan melakukan rekomendasi produk</p>	<p>(Supriyanto et al., 2021)</p>	<p>Likert 1-5</p>
---------------------------------	--	--	----------------------------------	-------------------

		yang ia konsumsi atau beli kepada orang lain.		
--	--	---	--	--

### 3.6. Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS). Aplikasi yang digunakan dalam peneliti ini yaitu *SmartPLS* versi 4, dengan adanya fleksibilitas yang tinggi serta jumlah sampel yang kecil itu membuat aplikasi ini menjadi aplikasi yang cocok untuk digunakan. Tidak hanya itu *SmartPLS* juga dapat menjalankan jika data yang digunakan tidak berdistribusi normal, sehingga sangat sesuai dengan karakteristik dari data pengumpulan kuisioner yang mana itu memiliki penyebaran yang tidak merata dan tidak dapat memenuhi asumsi syarat normalitas. *Structural Equation Modeling (SEM)* mencakup 3 variabel yaitu independent, moderasi atau intervening, dan dependen. *Structural Equation Modeling (SEM)* adalah metode statistik yang memungkinkan analisis langsung hubungan antara struktur laten dengan indikator. *Structural Equation Modeling (SEM)* dapat digunakan jika model variabel lebih dari satu dependen dan memiliki variabel mediasi, tidak hanya itu *SEM* juga dapat untuk mengidentifikasi hubungan timbal balik (*recursive*). Metode ini didasarkan pada analisis kovarians, sehingga menghasilkan matriks kovarians yang lebih akurat dari pada analisis regresi linear sebagai output utamanya. (Sihombing et al., 2024).

#### 3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis data merupakan proses untuk mentransformasi data mentah menjadi informasi yang memiliki arti dan dapat digunakan dalam pemecahan masalah penelitian. Tujuan utamanya adalah menyederhanakan data agar dapat ditafsirkan serta dimanfaatkan untuk merumuskan kesimpulan. Dalam pendekatan kuantitatif,

analisis data dilakukan setelah seluruh data dari responden atau sumber lainnya terkumpul. Proses ini melibatkan teknik statistik sebagai alat analisis, baik statistik parametrik maupun non-parametrik yang termasuk dalam kategori statistik inferensial. Pendekatan kuantitatif sendiri dilandasi oleh paradigma positivistik, yang menekankan pada penggunaan metode ilmiah untuk mengkaji sampel atau populasi tertentu. Pengambilan sampel dalam penelitian kuantitatif sering kali menggunakan teknik acak, sedangkan instrumen dan teknik pengumpulan data disesuaikan dengan tujuan analisis. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian. (Karimuddin Abdullah et al., 2021)

### 3.6.2. Model Pengukuran (*Outer Model*)

#### 1. Uji Validitas

- a. *Validitas konvergen* ditunjukkan oleh nilai loading factor antara variabel laten dan indikator-indikator yang membentuknya. Penilaian *validitas konvergen* dilakukan dengan melihat korelasi antara skor item atau skor gabungan dengan skor konstruk, yang diperoleh melalui perhitungan menggunakan metode *Partial Least Squares (PLS)*. Jika *Average Variance Extracted (AVE)* lebih dari 0,5 Indikator dinyatakan memenuhi *convergent validity*.
- b. *Discriminant Validity* dilihat melalui nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai atau tidak, untuk melihat hal itu peneliti harus membandingkan nilai loading pada konstruk yang di tuju lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain, 0,7 merupakan angka minimal untuk dianggap indikator yang baik dan cross loading pada konstruk lainnya tidak lebih dari 0,6. Peneliti juga dapat melihat nilai AVE. Sebuah konstruk dianggap memiliki validitas diskriminan yang kuat apabila nilai square root dari AVE-nya lebih tinggi

dibandingkan korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya dalam model.

- c. Uji Construct Reliability & Validity (AVE) yang dilakukan dengan menggunakan nilai gabungan *reliabilitas* dan *cronbach's alpha* dari masing-masing blok indikator yang mengevaluasi konstruk. Konstruk dianggap reliabel jika memiliki nilai gabungan *reliabilitas* di atas 0,70 dan nilai *cronbach's alpha* di atas 0,70. Selain itu, validitas konvergen diperiksa menggunakan Rata-rata Variance Extracted (AVE), dan sebuah konstruk dianggap valid jika nilai AVE di atas 0,50.

### 3.6.3. Model Struktural (*Inner Model*)

1. *Koefisien determinasi R* persegi digunakan untuk menentukan seberapa besar kontribusi *variabel independen* terhadap *variabel dependen* dalam struktur endogen. Koefisien persegi ini dianggap kuat jika bernilai 0.67, sedang jika bernilai 0.33, dan lemah jika bernilai 0.19. Pengaturan persegi R menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Pengujian *Effect size (f<sup>2</sup>)* atau f-square bertujuan untuk melihat seberapa besar kekuatan pengaruh dari satu konstruk terhadap konstruk lainnya. *Interpretasi* Nilai f<sup>2</sup> dianggap kecil jika 0.02, sedang jika 0.15, dan besar jika 0.35.
3. *Evaluasi Goodness of Fit model* diukur menggunakan variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. Untuk dapat dikatakan baik maka Suatu model nilai *gof* harus di atas 0,38. (Sihombing et al., 2024).

## 3.7. Pengujian Hipotesis

Menguji kebenaran hipotesis penelitian itu diterima atau ditolak dengan cara *Bootstrapping*, teknik tersebut berfungsi untuk pengujian signifikan parameter dalam model tersebut, dengan dilakukannya resampling

sebanyak 5000 kali untuk memperoleh distribusi empiris dari parameter model. Pengujian ini diterima jika nilai T statistik melebihi nilai T tabel sebesar 1,96 pada tingkat signifikansi yaitu 5% atau biasanya disebut alpha 0,05, dari hasil yang di tunjukan tersebut dapat menunjukan bahwa setiap hubungan dari variabel-variabel yang ada dapat terbukti signifikan (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

