

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama empat bulan dimulai dari Desember hingga April 2023. Waktu tersebut adalah waktu yang tepat guna melaksanakan penelitian berlandaskan dari pertimbangan waktu yang telah ditentukan oleh peneliti sehingga mampu memudahkan peneliti guna menyelesaikan penelitian.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan dan dilaksanakan di area Jabodetabek dan dilaksanakan secara daring (*online*). Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena mengacu pada survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam Netti dan Irwansyah (2018) menjelaskan jika 35,5% dari keseluruhan populasi pengguna internet di seluruh Indonesia mendengarkan musik secara *online*, dengan area Jabodetabek memiliki jumlah pendengar terbanyak yaitu 6,4 juta orang.

3.2 Desain Penelitian

Penelitian yang dijalankan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* guna mengevaluasi kepuasan dan loyalitas pelanggan layanan aplikasi *streaming* musik Spotify. Penelitian kuantitatif ialah metode penelitian yang dilakukan guna menguji serta membuktikan gambaran dari sebuah fenomena yang dirumuskan dalam bentuk variabel dari suatu teori dengan tujuan guna menggambarkan benar atau tidaknya teori tersebut dan tersedianya hubungan antar variabel (Zaluchu, 2020).

Penelitian yang dijalankan menggunakan survey Google Form sebagai media yang akan disebarakan kepada responden guna mengumpulkan data yang dibutuhkan serta menggambarkan hubungan pengaruh antar variabel yang digunakan penelitian yang dijalankan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Mengacu pada Firmansyah dan Dede (2022) populasi ialah keseluruhan dari suatu kelompok orang, lembaga, peristiwa, atau studi objek lainnya yang ingin digambarkan atau ingin diteliti. Penelitian yang dijalankan dilaksanakan di wilayah Jabodetabek, dengan target responden yaitu orang-orang yang ialah pengguna aplikasi layanan *streaming* musik Spotify.

3.3.2 Sampel

Mengacu pada Firmansyah dan Dede (2022) sampel ialah teknik yang digunakan oleh peneliti secara sistematis memilih sejumlah individu yang lebih kecil dari populasi guna dijadikan sumber data observasi atau eksperimen yang sesuai dengan tujuan suatu penelitian. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian yang dijalankan adalah *purposive sampling*. Mengacu pada Sugiyono dalam Nikmah et al. (2021:224) *purposive sampling* ialah teknik pengumpulan dan penentuan sampel yang menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu.

Kriteria yang perlu dipenuhi oleh responden guna menunjang hasil penelitian yang dijalankan adalah:

1. Berusia 18 tahun ke atas dikarenakan usia tersebut responden sudah layak guna menggunakan aplikasi layanan berbayar dan bertanggung jawab.
2. Pengguna aplikasi layanan *streaming* musik Spotify.
3. Pernah menggunakan layanan aplikasi *streaming* musik Spotify secara berbayar (Premium) minimal 3 (tiga) kali dalam kurun waktu 6 (enam) bulan terakhir.

Mengacu pada Wantara dan Tambrin (2019) ukuran sampel yang dibutuhkan guna menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) merekomendasikan antara 100 hingga 200 sampel responden. Sampel yang digunakan penelitian yang dijalankan berjumlah 200 orang yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi layanan *streaming* musik

Spotify berbayar (*Premium*) dalam kurun waktu 6 (enam) bulan terakhir ialah jumlah sampel yang akan digunakan guna penelitian yang dijalankan.

3.4 Pengembangan Instrumen

Penelitian yang dijalankan menggunakan 4 (empat) variabel, yaitu *customer loyalty* sebagai variabel dependen (variabel Z), *service quality* dan *price* sebagai variabel independen (variabel X1 dan X2), dan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* (variabel Y).

3.4.1 Customer Loyalty

Untuk mengukur variabel *customer loyalty*, indikator-indikator dari Haghkhah et al. (2020) akan di adaptasi. Skala ini diukur dengan menggunakan skala *Likert type 6 poin*, 1 = sangat tidak setuju, hingga 6 = sangat setuju. Alasan peneliti menggunakan skala *Likert type 6 poin* guna merujuk responden mampu memilih opsi yang merujuk kepada kesetujuan atau ketidak setujuan berlandasan dari perasaan dan pendapat pengguna ketika menggunakan produk (Thompson, 2018).

Tabel 3.1 Indikator Customer Loyalty

Sumber	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
Haghkhah et al. (2020) dan El-Adly (2019)	<i>Behavioural Loyalty</i>	<i>I am willing to put in extra effort to purchase raw materials and receive services from the supplier.</i>	Saya bersedia membayar ekstra untuk membeli jasa dan pelayanan yang ditawarkan oleh Spotify
		<i>The supplier always stimulates and encourages our company to purchase more.</i>	Aplikasi layanan musik Spotify selalu mendorong serta menstimulasi saya untuk melakukan pembelian.
		<i>I will continue staying at that hotel in the future</i>	Saya akan terus menggunakan aplikasi layanan musik Spotify untuk mendengarkan musik secara <i>online</i>
	<i>Cognitive Loyalty</i>	<i>I suggest other companies to do business with the supplier.</i>	Saya menyarankan orang lain untuk menggunakan jasa aplikasi layanan musik Spotify.
		<i>I have recommended the supplier to my colleagues because I trust it</i>	Saya merekomendasikan aplikasi layanan musik Spotify kepada kolega-kolega saya karena saya percaya pada layanan tersebut.
		<i>My company will certainly remain a customer of the raw materials/service supplier</i>	Saya bersedia menjadi pelanggan tetap layanan aplikasi musik Spotify.

3.4.2 Service Quality

Untuk mengukur variabel *service quality*, indikator-indikator dari Le et al., (2020) akan di adaptasi. Skala ini diukur dengan menggunakan skala *Likert type 6 poin*, 1 = sangat tidak setuju, hingga 6 = sangat setuju. Alasan peneliti menggunakan skala *Likert type 6 poin* guna merujuk responden mampu memilih opsi yang merujuk kepada kesetujuan atau ketidak setujuan berlandasan dari perasaan dan pendapat pengguna ketika menggunakan produk (Thompson, 2018).

Tabel 3.2 Indikator Service Quality

Sumber	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
Le et al. (2020) dan Sulaiman & Tjhin (2023)	<i>Reliability</i>	<i>The movie quality in Netflix is high</i>	Layanan musik Spotify memberikan kualitas musik yang tinggi
		<i>Logistics services of Cat Lai Port are stable and reliable.</i>	Pelayanan yang diberikan aplikasi Spotify bersifat stabil dan mampu diandalkan
		<i>In the process of providing logistics services, Cat Lai port does not make any significant mistakes.</i>	Ketika saya menggunakan layanan, aplikasi Spotify tidak menggambarkan permasalahan yang krusial
	<i>Responsiveness</i>	<i>The staff members of Cat Lai Port are always available at your requests when your cargoes face troubles at port.</i>	Pelayanan pelanggan aplikasi Spotify selalu siap ketika pelanggan menghadapi masalah ketika saya menggunakan layanan
		<i>The staff members of Cat Lai Port quickly perform logistics services for you</i>	Pelayanan pelanggan aplikasi Spotify cepat menanggapi layanan yang saya butuhkan
		<i>Netflix can quickly respond to users'</i>	Layanan musik Spotify mampu

		<i>requests</i>	menanggapi permintaan saya dengan cepat
<i>Assurance</i>		<i>You feel secure while using the logistics services of Cat Lai Port.</i>	Saya merasa nyaman dan aman ketika menggunakan pelayanan aplikasi musik Spotify
		<i>The staff members of Cat Lai Port have sufficient expertise to answer your questions about logistics services</i>	Pelayanan pelanggan aplikasi Spotify memiliki keahlian yang memadai guna menjawab pertanyaan saya terkait layanan yang ditawarkan
		<i>The behaviors of staff members of Cat Lai Port create confidence for you.</i>	Perilaku dari pelayanan pelanggan aplikasi Spotify menciptakan rasa percaya diri bagi saya
<i>Empathy</i>		<i>Cat Lai Port pays attention to the issues that you are most concerned about (cut-off time, clearance time, container position, etc.).</i>	Aplikasi layanan musik Spotify selalu memperhatikan berbagai masalah yang sering saya khawatirkan
		<i>The staff members of Cat Lai Port express interest to each customer like you.</i>	Pelayanan pelanggan aplikasi Spotify menggambarkan perhatian kepada setiap pelanggan yang menggunakan layanannya
		<i>The staff members of Cat Lai Port know how to care about your logistics services' needs</i>	Pelayanan pelanggan aplikasi Spotify memperhatikan kebutuhan layanan saya
<i>Tangibles</i>		<i>Machinery and equipment of Cat Lai Port (forklifts, warehouses, cranes, piers, etc.) always meet</i>	Fitur yang diberikan oleh aplikasi layanan musik Spotify memenuhi kebutuhan saya

		<i>the requirements of providing logistics services</i>	ketika menggunakan layanan yang ditawarkan
		<i>The working offices at Cat Lai Port are spacious, creating trust for you.</i>	Fitur yang diberikan aplikasi layanan musik Spotify lengkap, membuat saya percaya terhadap layanan yang digunakan
		<i>Netflix has a reasonable subtitle interface layout</i>	Aplikasi layanan musik Spotify memiliki tata letak fitur yang masuk akal

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

3.4.3 Price

Untuk mengukur variabel *price*, indikator-indikator dari Zielke (2018) dan Pasharibu et al. (2018) akan di adaptasi. Skala ini diukur dengan menggunakan skala *Likert type 6 poin*, 1 = sangat tidak setuju, hingga 6 = sangat setuju. Alasan peneliti menggunakan skala *Likert type 6 poin* guna merujuk responden mampu memilih opsi yang merujuk kepada kesetujuan atau ketidak setujuan berlandasan dari perasaan dan pendapat pengguna ketika menggunakan produk (Thompson, 2018).

Tabel 3.3 Indikator Price

Sumber	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi
Zielke (2018), Pasharibu et al. (2018), Fernandes & Guerra (2019), dan Hashem (2020)	<i>Affordability</i>	<i>The prices here are appropriate in relation to what I get for my money</i>	Harga yang ditawarkan aplikasi layanan musik Spotify sesuai dengan yang saya bayarkan
		<i>Compared with other stores, the price-performance ratio is very good here</i>	Rasio harga dengan performa yang diberikan aplikasi layanan musik Spotify sangat bagus dijalankan perbandingan aplikasi lainnya
		<i>The tariffs that are imposed by Go-</i>	Biaya yang dikenakan oleh aplikasi layanan

		<i>Car are affordable</i>	musik Spotify terjangkau
	<i>Discount</i>	<i>The tariffs that Go-car applies are worthed with the benefit received.</i>	Biaya yang berlaku pada aplikasi layanan musik Spotify layak dengan adanya keuntungan yang diberikan
		<i>The tariffs of Go-Car is much cheaper than other online taxis</i>	Harga yang ditawarkan oleh aplikasi layanan musik Spotify lebih murah dibandingkan dengan produk lainnya
		<i>Compared with other stores, the price-performance ratio is very good here</i>	Dijalankan perbandingan dengan produk lain, rasio harga dengan layanan aplikasi musik Spotify sangat baik
<i>Payment Method</i>	<i>I would be willing to pay to access the paid tier of the music streaming service</i>	Saya bersedia membayar guna mengakses fitur berbayar aplikasi musik Spotify	
	<i>I trust online payment methods</i>	Saya percaya dengan metode pembayaran <i>online</i> yang digunakan aplikasi musik Spotify	
	<i>I am willing to pay extra for food and medicine</i>	Saya bersedia membayar lebih guna menggunakan layanan aplikasi musik Spotify	

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

3.4.4 Customer Satisfaction

Untuk mengukur variabel *customer satisfaction*, indikator-indikator dari El-Adly (2019), Lesmana et al. (2021), serta Nobar dan Rostamzadeh (2018) akan di adaptasi. Skala ini diukur dengan menggunakan skala *Likert type 6* poin, 1 = Sangat tidak setuju, hingga 6 = sangat setuju. Alasan peneliti menggunakan skala *Likert type 6* poin guna merujuk responden mampu memilih opsi yang merujuk kepada kesetujuan atau ketidak setujuan

berlandaskan dari perasaan dan pendapat pengguna ketika menggunakan produk (Thompson, 2018).

Tabel 3.4 Indikator Customer Satisfaction

Sumber	Dimensi	Indikator Asli	Indikator Adaptasi	
El-Adly (2019), Ashfaq et al. (2019) dan A. N. H. Le & Ho (2019)	<i>Expectation</i>	<i>The staying experience at that hotel made me satisfied</i>	Saya merasa puas dengan pengalaman saya dalam menggunakan aplikasi layanan musik Spotify	
		<i>My choice to stay at that hotel was a wise one.</i>	Pilihan saya menggunakan aplikasi layanan musik Spotify ialah keputusan yang bijak	
		<i>The service level provided by online shopping sites for used products was better than what I expected.</i>	Tingkat pelayanan yang diberikan oleh aplikasi layanan musik Spotify lebih baik dari yang saya harapkan	
	<i>Perceived delivery of product/services</i>	<i>Overall, I feel satisfied about that hotel.</i>	Secara keseluruhan, saya merasa puas menggunakan pelayanan aplikasi musik Spotify	
		<i>Feeling happy, entertained, and satisfied visiting the Thousand Islands of Jakarta</i>	Saya merasa senang, terhibur, serta puas menggunakan layanan aplikasi musik Spotify	
		<i>I enjoy online shopping for used products.</i>	Saya menikmati layanan aplikasi musik Spotify guna mendengarkan musik	
		<i>Confirmation/dis-confirmation</i>	<i>I receive special offers that suits my needs from this brand</i>	Saya menerima penawaran yang sesuai dengan kebutuhan saya dari aplikasi layanan musik Spotify
			<i>I am very satisfied with the online shopping of used products.</i>	Saya merasa sangat puas menggunakan aplikasi layanan musik Spotify

		<i>Overall, most of my expectations with online shopping of used products were confirmed.</i>	Secara keseluruhan, ekspektasi saya menggunakan layanan musik Spotify terpenuhi
	<i>Complaint Behaviour</i>	<i>In resolving the problem, the restaurant gave me what I needed</i>	Dalam menyelesaikan suatu masalah, Spotify mampu memberikan saya apa yang saya butuhkan
		<i>The restaurant showed adequate flexibility in dealing with my problem</i>	Layanan musik Spotify menggambarkan fleksibilitas yang memadai dalam menangani masalah yang saya hadapi
		<i>The employees were appropriately concerned about my problem</i>	Bantuan layanan aplikasi Spotify sangat peduli dengan masalah saya

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Mengacu pada Makbul (2021) pengumpulan data ialah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti guna mengumpulkan data. Pengumpulan data diperlukan penelitian yang dijalankan guna menjawab permasalahan yang tertera di penelitian yang dijalankan. Dalam penelitian yang dijalankan metode yang digunakan adalah metode angket atau kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden guna diteliti ketika sudah dijawab oleh responden yang dituju. Kuesioner akan diberikan kepada responden secara daring yang dibuat oleh peneliti dengan menggunakan Google Form.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Mengacu pada Nuraini et al. (2019) analisis deskriptif ialah bentuk analisa yang bertujuan guna mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap fenomena yang diteliti, baik yang bersifat alamiah maupun rekayasa atau buatan manusia. Penelitian yang dijalankan bertujuan guna

mendesripsikan pengaruh dari *service quality*, *price*, dan *customer satisfaction* dalam membangun *customer loyalty* dalam menggunakan aplikasi layanan musik Spotify.

3.6.2 Uji Validitas Data

Mengacu pada Janna dan Herianto (2021), uji validitas ialah teknik pengujian data yang berfungsi guna mengukur tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menggambarkan alat ukur yang dipergunakan guna mendapatkan data tersebut mampu digunakan guna mengukur apa yang seharusnya di ukur, umumnya instrumen yang digunakan berupa kuesioner. Data yang telah dikumpul akan dianalisis dengan menggunakan *software* SPSS. SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) adalah sebuah program pengolahan data statistik yang berguna guna pengambilan keputusan terutama dalam bidang penelitian (Juliandi et al., 2018). *Software* SPSS akan digunakan sebagai pengukur tingkat validitas dari indikator yang sudah dijawab oleh responden guna menggambarkan korelasi yang krusial antar variabel. Pengukuran korelasi antar variabel akan menggunakan faktor analisis EFA (*Exploratory Factor Analysis*).

Kriteria validitas korelasi antar variabel yang digunakan penelitian yang dijalankan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Kriteria Validitas EFA

Factor Loading	Jumlah Sampel
0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

Data yang telah dikumpulkan dari responden akan dianalisis apakah suatu indikator mampu diterima dan digunakan atau harus dihapus. Uji *Exploratory Factor Analysis* yang ditentukan guna penelitian yang dijalankan adalah 0.40 dan indikator bersifat valid apabila memiliki *factor loading* lebih dari 0.40.

3.6.3 Uji Reliabilitas Data

Mengacu pada Notoatmodjo dalam Janna dan Herianto (2021:6) uji reliabilitas ialah ukuran yang menggambarkan jika alat ukur yang digunakan dalam penelitian memiliki keandalan sebagai alat ukur. Uji reliabilitas mampu dilakukan setelah indikator dikatakan valid mengacu pada uji validitas. Uji reliabilitas yang akan digunakan pada penelitian yang dijalankan adalah uji Cronbach *alpha coefficient*. Kuesioner akan dianggap reliabel apabila nilai Cronbach *alpha coefficient* lebih besar daripada 0,60.

3.6.4 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, peneliti akan menggunakan metode penelitian *Structural Equation Model* (SEM) melalui *software* AMOS. *Structural Equation Model* (SEM) adalah kumpulan teknik statistik yang memungkinkan serangkaian hubungan antara satu atau lebih variabel independen (IV) baik secara kontinu atau diskrit, dan satu atau lebih variabel dependen (DV), baik secara kontinu atau diskrit guna diperiksa.

Dalam pengujian SEM akan dilakukan kesesuaian dan pengujian statistik menggunakan *absolute fit indices* (AFI), mengacu pada Husain (2019) AFI ialah bentuk pengujian paling mendasar pada uji SEM dengan mengukur model secara menyeluruh. Instrumen pengukuran yang digunakan AFI adalah:

- X^2 (*Chi-Square Statistic*)

Chi-Square Statistic ialah pengukuran baik atau buruknya suatu model secara keseluruhan. Hasil pengukuran mampu dikatakan *fit* apabila jumlah data dari sampel yang telah dikumpulkan terpenuhi dengan nilai probabilitas (*p-value*) > 0.05.

- RMSEA (*The Root Mean Square Error of Approximation*)
RMSEA ialah indeks pengukuran yang digunakan apabila tersedia penyimpangan antara suatu model dengan sampelnya. Hasil pengukuran mampu dikatakan *fit* apabila nilai probabilitas yang didapat lebih kecil atau sama dengan 0.08.
- GFI (*Goodness of Fit Index*)
GFI ialah pengukuran keakuratan suatu model dalam menghasilkan kovarian dengan membandingkan keseluruhan model dengan hasil data yang telah dikumpulkan. Hasil pengukuran mampu dikatakan *fit* apabila nilai probabilitas > 0.95 .
- TLI (*Tucker Lewis Index*)
TLI ialah pengukuran yang digunakan apabila terjadinya permasalahan pada suatu model dengan membandingkan model yang diuji dengan model dasar. Hasil pengukuran mampu dikatakan *fit* apabila nilai probabilitas > 0.95 .
- CFI (*Comparative Fit Index*)
CFI ialah pengukuran tingkat perbandingan antara model yang telah dihipotesiskan dengan model dasar tetapi tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel. Hasil pengukuran mampu dikatakan *fit* apabila nilai probabilitas > 0.95 .
- CMIN/DF (*The Minimum Sample Discrepancy Function Divided with Degree of Freedom*)
CMIN/DF ialah pengukuran yang digunakan guna mengukur tingkat kesesuaian yang diperoleh suatu model Hasil pengukuran mampu dikatakan *fit* apabila nilai probabilitas < 2.00 guna mampu diterimanya suatu model.

Untuk menguji hipotesis mediasi, peneliti akan menggunakan pengujian *Sobel test*. Mengacu pada Zhao et al. (2022) *Sobel test* digunakan guna menguji adanya efek mediasi dari inovasi ilmu pengetahuan dan teknologi guna mengeksplorasi efek moderasi dari peningkatan struktur suatu industri dengan nilai probabilitas > 0.05 .