

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu dari pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dimulai dari bulan November tahun 2022 sampai dengan bulan April tahun 2023. Adapun seluruh rangkaian penelitian ini bertempat pada UMKM Kabupaten Lamongan.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Sugiyono (2018) dalam Erlangga, H., *et al.* (2021), mengemukakan pengertian penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan langkah penelitian yang berdasarkan pada prinsip *positivisme*. Metode akumulasi data melalui sarana penelitian dan analisis data yang memiliki sifat statistik. Pengumpulan data tersebut bertujuan guna membuktikan hipotesis yang telah ditentukan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, inovasi produk, promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian dimediasi kepuasan konsumen pada UMKM Kabupaten Lamongan. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti.

### 3.3 Teknik Penarikan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) dalam Ricky, W., *et al.* (2019) dijelaskan pengertian populasi Menurutnya populasi merupakan penyamarataan suatu objek atau subjek yang memiliki karakteristik serta kualitas khusus. Karakteristik tersebut telah ditentukan oleh peneliti untuk dikaji lebih mendalam. Setelah melakukan pengkajian, peneliti kemudian mengambil sebuah kesimpulan. Jumlah populasi yang dipakai peneliti berjumlah 1.900.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Arifin (2017) dalam Handayani, S., *et al.* (2020), mengemukakan bahwa dalam penelitian diperlukan pengambilan sampel. Hal ini dilakukan karena kecil kemungkinan peneliti dapat mengumpulkan data dari seluruh populasi. Alasan dilakukan pengambilan sampel tersebut karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga.

Peneliti menggunakan rumus slovin untuk menemukan jumlah sampel. Hasil perhitungan didapat sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{1.900}{1 + 1.900(0.05)^2} = \frac{1.500}{5.75} = 330$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = presentase ke-tidak pastian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat dimaafkan

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus yang didasarkan atas tingkat prosentase kelonggaran 5% diperoleh sampel sebesar 330 responden yang dapat mewakili populasi.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Sumber Data**

Adapun dalam penelitian ini, sumber data yang dipergunakan yaitu:

##### **1. Data Primer**

Sugiyono (2015) dalam Handayani, S., *et al.* (2020) menyatakan, data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Sumber data tersebut didapat melalui wawancara. Dalam wawancara, peneliti melakukan riset ke lapangan. Selain itu, peneliti juga menyebarkan kuisioner.

##### **2. Data Sekunder**

Sugiyono (2015) dalam Handayani, S., *et al.* (2020) data sekunder merupakan data pelengkap. Data tersebut tidak diperoleh secara langsung dari lapangan. Data sekunder didapat dari *website*, penelitian terdahulu, dan buku.

#### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Langkah yang tepat untuk memperoleh data adalah dengan teknik pengumpulan data. Adapun metode pengumpulan data yakni:

### 1. Observasi

Menurut Sugiyono (2016) dalam Hakim, L., & Saragih, R. (2019) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik. Teknik observasi tidak terbatas pada manusia saja, tetapi juga pada obyek-obyek alam yang lain. Peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh data yang sesungguhnya di lapangan, yakni situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan.

### 2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016) dalam Hakim, L., & Saragih, R. (2019) wawancara adalah satu dari beberapa bagian dari teknik pengumpulan data. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti memiliki suatu tujuan. Melalui wawancara, peneliti dapat mengumpulkan data yang dibutuhkan. Data tersebut berguna sebagai pendukung untuk menguraikan sebuah permasalahan yang sedang diteliti. Wawancara tersebut ditujukan kepada responden yang sudah ditetapkan.

### 3. Kuisioner

Menurut Sugiyono (2016) dalam Hakim, L., & Saragih, R. (2019) kuisioner merupakan teknik pengumpulan data. Teknik tersebut berisikan pertanyaan atau pernyataan. Pertanyaan atau pernyataan tersebut diperuntukkan kepada responden. Alat yang berupa pertanyaan atau pernyataan disebut kuisioner. Kuisioner adalah salah satu alat untuk mengumpulkan data. Melalui kuisioner, peneliti dapat mengukur variabel yang akan diuji. Hasil tersebut dapat diketahui dari data yang

diberikan oleh responden. Dalam penilaian kuisioner ini menggunakan “Skala Likert” yaitu dengan menghitung bobot pertanyaan dan jumlah seluruhnya agar dapat mengetahui nilai setiap responden. Bobot penilaian sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup**

Sangat Tidak Setuju	=	Berbobot 1
Tidak Setuju	=	Berbobot 2
Cukup Setuju	=	Berbobot 3
Setuju	=	Berbobot 4
Sangat Setuju	=	Berbobot 5

Sumber: Sugiyono (2015) dalam Wardani, N. D. (2021)

### 3.5 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan penjelasan lengkap dari suatu variabel ke dalam indikator. Jika operasional variabel dipilih pada variabel yang digunakan dalam penelitian, maka suatu permasalahan dapat diukur dengan mudah

#### 3.5.1 Variabel Bebas (Independent Variable)

Sugiyono (2015) dalam Wardani, N. D. (2021) menuturkan tentang variabel bebas. Variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat. Berikut adalah contoh dari beberapa variabel bebas:

##### 1. Kualitas Produk (X1)

Kotler & Amstrong (2008) dalam Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021) mengemukakan tentang kualitas produk. Kualitas produk

berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh UMKM. Produk yang memiliki kualitas baik berdampak pada kepuasan konsumen. Konsumen dapat memperoleh kepuasan apabila produk yang dibeli memiliki kemampuan untuk melakukan fungsinya. Menurut Tjiptono (2001) dalam Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021) indikator-indikator kualitas produk yaitu:

- a. Kinerja (*Reformari*)
- b. Keistimewaan tambahan (*Features*)
- c. Keandalan (*Reliability*)
- d. Daya Tahan atau Keawetan

## **2. Inovasi Produk (X2)**

Menurut Buchari (2004), dalam Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021), inovasi adalah pembaruan produk. Untuk melakukan pembaruan produk, pelaku UMKM melakukan pengamatan terhadap konsumen dan segmentasi pasar. Suatu produk dikatakan inovatif jika menjadi daya Tarik bagi konsumen. Sependapat dengan Lukas & Ferrell (2000) dalam Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021), inovasi produk memiliki beberapa indikator, yaitu:

- a. Produk baru
- b. Produk yang benar-benar baru
- c. Perluasan lini

### 3. Promosi (X3)

Kotler & Armstrong (2016) dalam Solihin, D. (2020), mengemukakan perihal promosi. Promosi adalah salah satu alat untuk komunikasi. Komunikasi tersebut dilakukan oleh konsumen dan produsen. Sehingga, tujuan dari komunikasi adalah untuk menyampaikan informasi. Kotler & Armstrong (2016) dalam Solihin, D. (2020) memaparkan perihal indikator dari promosi sebagai berikut:

- a. Periklanan (*Advertising*)
- b. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)
- c. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)
- d. Publisitas (*Publicity*)

### 4. Harga (X4)

Kotler & Keller (2012) dalam Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021), menjelaskan tentang harga. Harga adalah beban uang dalam transaksi pembayaran. Transaksi pembayaran tersebut dilakukan untuk membeli atau mendapatkan kebutuhan, yaitu produk atau layanan tertentu. Harga memiliki empat indikator yakni:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Daya saing harga
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

## 5. Lokasi

Menurut Heizer & Render (2015) dalam Mardiasih, T. S. (2019) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan yang membuat strategis bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan bisnis perusahaan. Tjiptono (2014) dalam Muhtarom, A., *et al.* (2022) lokasi memiliki 4 indikator, yakni:

- a. Keterjangkauan lokasi
- b. Kelancaran akses menuju lokasi
- c. Kedekatan lokasi
- d. Suasana aman dan luas

### 3.5.2 Variabel Mediasi

Menurut Sugiyono (2015) dalam Wardani, N. D. (2021) variabel mediasi dapat dimaknai sebagai variabel tengah atau perantara. Variabel tersebut terletak diantara variabel independen dan dependen. Sehingga, variabel independen tidak langsung berpengaruh terhadap perubahan atau timbulnya variabel dependen.

Kotler & Keller (2012) dalam Nst, R. M., *et al.* (2021) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian. Perasaan tersebut berbanding lurus terhadap harapan atas kinerja hasil produk dari perusahaan. Irawan (2008) dalam Worek, S. E. G., & Sepang, J. L. (2021) menyebutkan beberapa indikator dari kepuasan konsumen sebagai berikut:



- a. Puas terhadap produk dan layanan
- b. Melakukan pembelian berulang kali
- c. Merekomendasikan produk kepada orang lain
- d. Harapan terpenuhi

### **3.5.3 Variabel Terikat (Dependen Variable)**

Sugiyono (2015) dalam Wardani, N. D. (2021) menjelaskan tentang variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Selain itu variabel bebas yang bisa mempengaruhi variabel terikat bisa lebih dari satu variabel.

Menurut Kotler & Armstrong (2008) dalam literatur Anam, M. S., *et al.* (2021) ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Beberapa tahapan tersebut terdiri dari pengenalan terhadap kebutuhan, pencarian informasi tentang produk, evaluasi alternatif sebelum pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Selain itu, terdapat beberapa indikator dalam keputusan pembelian. Beberapa indikator tersebut, yaitu sebagai berikut:

- a. Kemantapan pada sebuah produk
- b. Kebiasaan dalam membeli produk
- c. Melakukan pembelian ulang

## **3.6 Metode Analisis Data**

### **3.6.1 Structural Equation Modeling (SEM)**

Menurut Ghozali, I. (2006) dalam Wardani, N. D. (2021) SEM merupakan salah satu metode dalam menganalisis data. SEM digunakan

untuk menguji arah hubungan yang dalam pengukurannya relatif susah.

Alasan peneliti menggunakan metode SEM yakni:

1. SEM mampu menguji secara bersamaan hipotesis yang rumit.
2. SEM mampu menguji secara bersamaan model hubungan timbal balik yang tidak bisa dianalisis dengan regresi linier.
3. SEM mampu menganalisis sampel dengan jumlah yang relatif sedikit atau kecil.
4. SEM dapat melakukan analisis data yang bersifat laten dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analytic*)

Jenis SEM secara garis besar terbagi menjadi 2 jenis, yakni sebagai berikut:

1. *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis kovarian (*Covariance Based SEM*)

SEM jenis ini mengharuskan variabel maupun indikatornya untuk saling berkorelasi. Alat yang digunakan untuk mengukur CB-SEM yaitu AMOS, LISREL, EQ dan M-Plus.

2. *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis komponen atau varian (*Component atau Varian Based SEM*)

SEM jenis ini tidak mengharuskan variabel maupun indikatornya untuk saling berkorelasi. Alat yang digunakan untuk mengukur yaitu PLS.

### **3.6.2 Partial Least Square (PLS)**

Menurut Ghazali (2008) dalam Wardani, N. D. (2021) mendefinisikan PLS merupakan salah satu alat pengujian statistik yang dapat menangani berbagai model yang rumit juga dapat diterapkan dalam skala

data. PLS juga dapat membangun suatu hubungan untuk pengujian yang diusulkan. Alasan penulis menggunakan alat uji PLS dalam penelitian ini yakni:

1. Penelitian ini menggunakan variabel *laten* (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dengan menggunakan indikator sebagai alat bantu. PLS dapat mengkonfirmasi indikator dari setiap konsep atau faktor.
2. PLS merupakan alat analisis data yang akurat dan tidak didasarkan pada beberapa asumsi.

Terdapat dua tahapan pengujian menggunakan PLS melalui *Software SmartPLS* (Maharani, 2017 dalam Wardani, N. D. 2021) yakni sebagai berikut:

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Yakni hubungan antara variabel *laten* dengan indikatornya. *Outer model* pada penelitian ini menggunakan indikator yang terikat, dimana indikator membentuk variabel *laten*. (Ghozali, I. 2006 dalam Wardani, N. D. 2021).

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Yakni hubungan antar variabel *laten* dengan menggambarkan hubungan antar variabel *laten* tanpa menghilangkan sifat aslinya. Diperkirakan bahwa variabel *laten* dan variabel sama dengan satu sehingga kriteria lokasi dapat dihilangkan atau tidak disertakan dari model. (Ghozali, I. 2006 dalam Wardani, N. D. 2021).

### 3.6.3 Model Pengukuran (*outer model*)

Model Pengukuran atau *outer model* memiliki dua bentuk, yaitu:

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memperoleh nilai yang sebenarnya atau *valid* (Sugiyono, 2017 dalam Wardani, N. D. 2021). Dalam uji validitas terdapat 2 uji yang digunakan dalam sistim PLS, yakni:

##### a. *Convergent Validity*

Digunakan untuk mengetahui kesesuaian setiap hubungan indikator dengan variabel latennya. *Rule of Thumb* atau alat untuk menilai validitas konvergen adalah nilai *loading factor* harus lebih dari 0.7. Selain itu, nilai *average variance inflation factor* (AVE) harus lebih besar dari 0.5 (Ghozali & Latan, 2015 dalam Hamid, R. S., & Anwar, S. 2019)

##### b. *Discriminant Validity*

Terdapat cara untuk menguji validitas diskriminan. Cara tersebut menggunakan indikator *reflektif* adalah dengan melihat nilai *cross loading*. Dalam nilai ini, setiap variabel harus lebih besar dari 0.70 (Ghozali & Latan. 2015 dalam Hamid, R. S., & Anwar, S. 2019)

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji akurasi, stabilitas, dan ketepatan alat dalam mengukur konstruk (Ghozali & Latan, 2015 dalam Hamid, R. S., & Anwar, S., 2019). Indikator reflektif dapat dilakukan untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan menggunakan dua cara, yakni sebagai berikut:

a. *Composite Reliability*

*Rule of Thumb* untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0.70 (Ghozali & Latan, 2015 dalam Hamid, R. S., & Anwar, S., 2019)

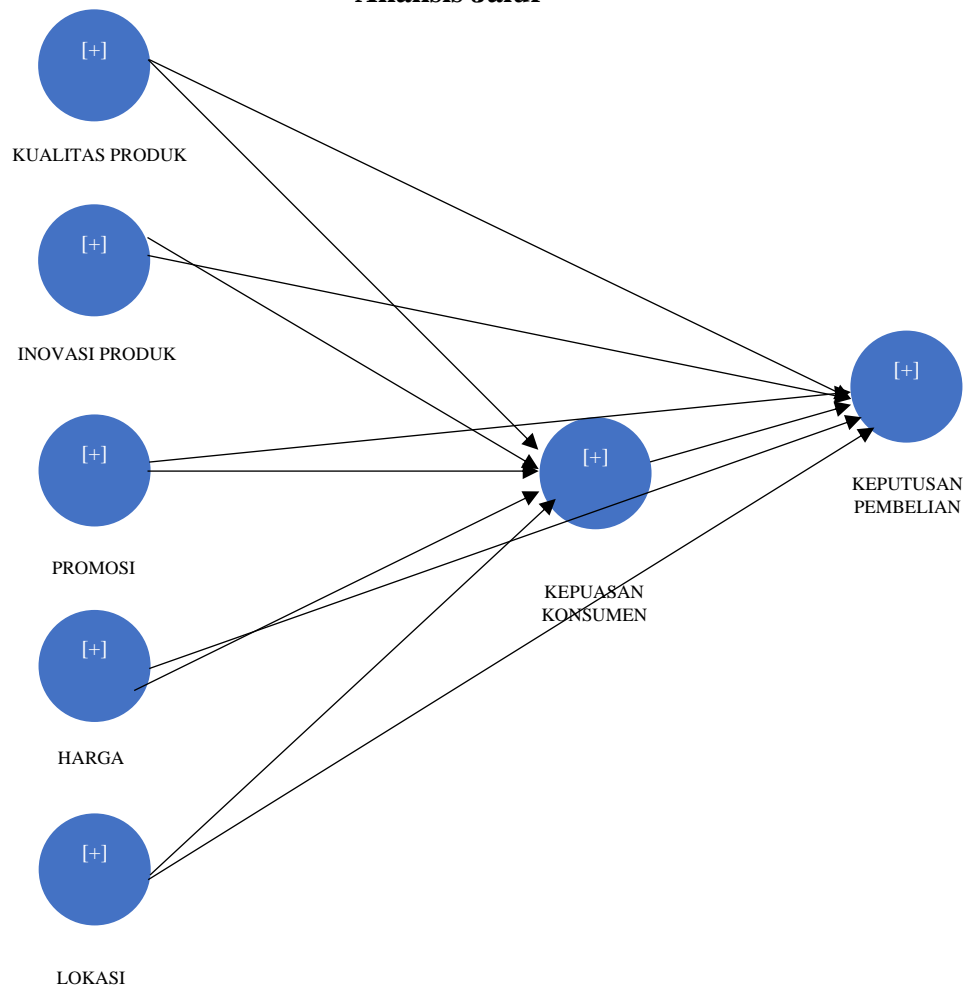
b. *Cronbach's Alpha*

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$  (Ghozali, 2014 dalam Ummah, M. 2022)

#### **3.6.4 Model Struktural (*Inner model*)**

Tahap kedua dalam evaluasi model adalah evaluasi model struktural (*inner model*). *Inner model* merupakan model yang digunakan untuk memprediksi sebab akibat hubungan antar variabel laten. Model ini juga sebagai syarat dalam uji SEM (Ghozali, 2014 dalam Ummah, M. 2022).

**Gambar 3. 1**  
**Analisis Jalur**



Terdapat beberapa komponen yang menjadi kriteria dalam penilaian ini, yakni:

### 1. Nilai *R-Square*

Nilai *R-Square* digunakan untuk menghitung seberapa jauh pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Ghazali, I. (2006) dalam Wardani, N. D. (2021) kriteria *R-Square* terdiri dari tiga penggolongan, yakni sebagai berikut:

- a. Nilai 0.67 dikatakan kuat

- b. Nilai 0.33 dikatakan sedang (*moderate*)
- c. Nilai 0.19 dikatakan lemah (*weak*)

## 2. Koefisien Jalur (*Path Coefisien*)

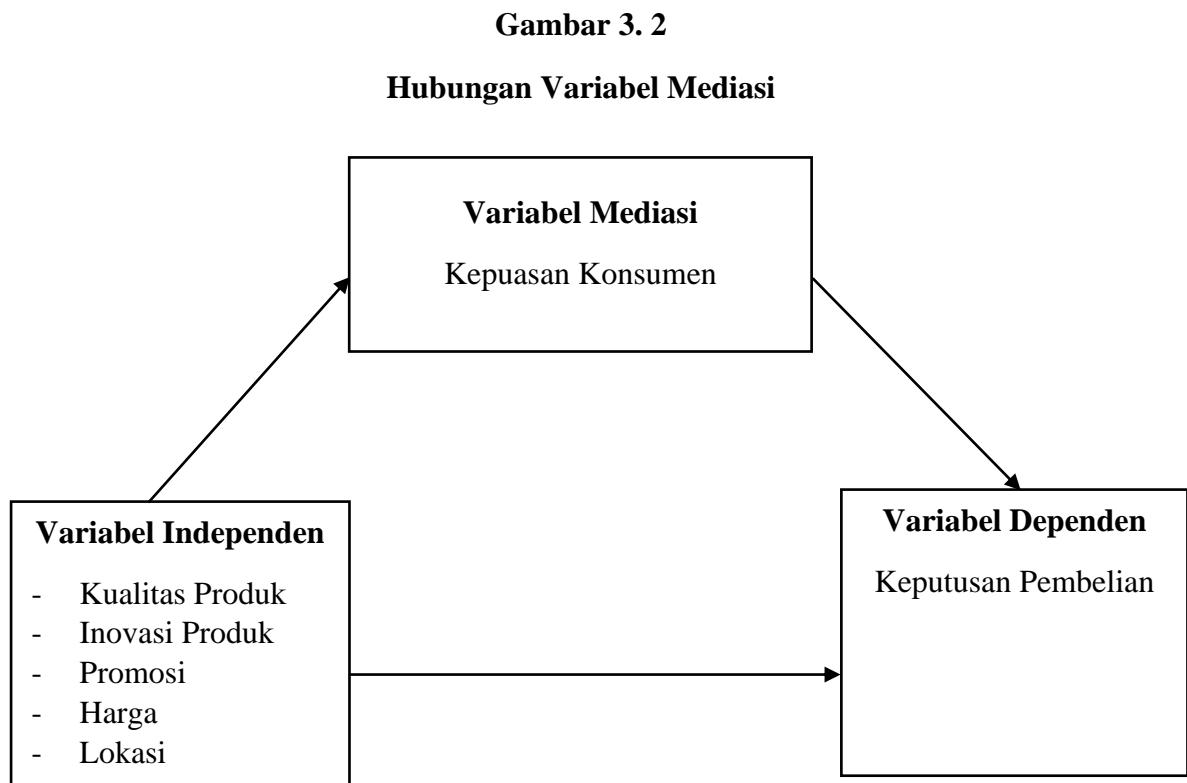
Uji ini digunakan untuk memperlihatkan arah hipotesis positif atau negatif. Apabila nilai berada di atas angka 0, maka bisa dikatakan memengaruhi dan bersifat positif. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai berada di bawah 0 maka bersifat negatif dan dikatakan tidak berpengaruh.

### 3.6.5 Uji Mediasi

Uji mediasi menurut Sekaran, U. (2013) dalam Wardani, N. D. (2021) berfungsi untuk memediasi atau menghubungkan antar variabel bebas dengan variabel terikat dan juga mengarah kepada variabel mediasi atau *intervening*. Metode pengujian mediasi dapat digunakan untuk:

1. Metode pengujian mediasi dilakukan untuk menguji pengaruh langsung variabel eksogen atau variabel bebas (variabel yang mempengaruhi variabel lain) terhadap variabel endogen atau variabel terikat (variabel yang dijelaskan oleh variabel eksogen) dengan mencantumkan variabel mediasi.
2. Metode pengujian mediasi dilakukan untuk menguji pengaruh langsung variabel eksogen (bebas) dengan variabel endogen (terikat) tanpa mencantumkan variabel mediasi.
3. Metode pengujian mediasi dilakukan untuk menguji pengaruh variabel eksogen (bebas) terhadap variabel mediasi.

4. Menguji pengaruh dari variabel mediasi terhadap variabel endogen (terikat). Menurut Baron, *et al.* (1986) dalam Wardani, N. D. (2021) dalam bentuk gambar, dijelaskan sebagai berikut:



Sumber: Baron, *et al.* (1986) dalam penelitian Wardani, N. D. (2021)

**Keterangan:**

1. Jika pada hubungan pada (c) signifikan, tetapi mediasi tidak signifikan. Ini berarti bahwa mediasi tidak diharapkan maka dikatakan sebagai variabel *non mediation*.
2. Jika hubungan pada (c) tidak signifikan, tetapi variabel mediasi signifikan, maka variabel mediasi menjadi sangat berfungsi atau diperlukan. Maka hubungan ini dinamakan *Full mediation*.



3. Jika hubungan antara (c) signifikan dan mediasi juga signifikan maka ada atau tidaknya sebuah mediasi tidak berpengaruh terhadap hubungan (b). maka hubungan ini dinamakan hubungan *Partial mediation*.

Bisa dilihat juga jika *P Value* pada *Specific Indirect Effect*  $> 0.05$  maka nilainya Negatif, begitupun sebaliknya.

### 3.6.6 Menentukan Keputusan Hipotesis

#### 1. Menentukan formulasi hipotesis

1. H<sub>01</sub>: Kualitas Produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.

H<sub>a1</sub>: Kualitas Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.

- a. H<sub>02</sub>: Inovasi Produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.

H<sub>a2</sub>: Inovasi Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.

- b. H<sub>03</sub>: Promosi tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- H<sub>a3</sub>: Promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- c. H<sub>04</sub>: Harga tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- H<sub>a4</sub>: Harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- d. H<sub>05</sub>: Lokasi tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- H<sub>a5</sub>: Lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.

- e. H<sub>06</sub>: Kualitas Produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- H<sub>a6</sub>: Kualitas Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- f. H<sub>07</sub>: Inovasi Produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- H<sub>a7</sub>: Inovasi Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- g. H<sub>08</sub>: Promosi tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- H<sub>a8</sub>: Promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.

- h. H<sub>09</sub>: Harga tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- H<sub>a9</sub>: Harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- i. H<sub>010</sub>: Lokasi tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- H<sub>a10</sub>: Lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- j. H<sub>011</sub>: Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.
- H<sub>a11</sub>: Kepuasan Konsumen berpengaruh positif secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis Metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)* pada UMKM Kabupaten Lamongan.

2. Menentukan T-tabel dan menghitung T-hitung
  - a. Menentukan T-tabel dengan tingkat 5%
  - b. T-hitung bisa dilihat dari hasil perhitungan PLS di *Form Path Coeffisien* atau Koefisien Jalur pada *T-statistic*.
3. Kriteria keputusan
  - a. Jika  $T\text{-statistik} > T\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  dinyatakan ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
  - b. Jika  $T\text{-statistik} < T\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  dinyatakan diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
  - c. Jika  $P\text{ Value} > 0.05$  maka dikatakan tidak Signifikan.
  - d. Jika  $P\text{ Value} < 0.05$  maka dikatakan Signifikan.
  - e. Jika nilai Koefisien  $> 0.000$  maka bernilai Positif.
  - f. Jika nilai Koefisien  $< 0.000$  maka bernilai Negatif.
4. Kesimpulan

Dari hasil perhitungan yang dipaparkan di atas, maka perbandingan antara T-statistik dengan T-tabel ataupun dengan *probabilitas* guna mengambil kesimpulan apakah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.7 Jadwal Penelitian

Tabel 3. 2

JADWAL PENELITIAN SKRIPSI TAHUN 2023

No	Jadwal Kegiatan	Nov-22				Des-22				Jan-23				Feb-23				Mar-23				Apr-23				Mei-23				Juni-23				Juli-23			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Draft Proposal	■	■	■																																	
2	Survey Awal				■	■	■																														
3	Konsultasi Proposal					■	■	■																													
4	Seminar Proposal									■																											
5	Komprehensif									■	■	■	■																								
6	Proposal Jadi													■																							
7	Proses Penelitian													■	■	■																					
8	Analisis data																	■	■	■	■	■															
9	Konsultasi																					■	■	■													
10	Pembuatan Laporan																									■	■	■									
11	Penulisan																									■	■										
12	Skripsi jadi																											■	■								
13	Ujian skripsi																																	■			