

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian berlangsung pada bulan Januari - Maret 2023. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis data pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif berupa nilai atau skor jawaban responden atas pertanyaan pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

Menurut Sugiyono dalam Maghfiroh, F. (2022) Metode kuantitatif yaitu diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu untuk menentukan hipotesis dengan menggunakan instrumen penelitian serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik.

3.3 Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono dalam Anisa, S. T. (2019) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan. Jumlah populasi dalam penelitian ini

berjumlah 540 konsumen, yang didapatkan dari rata-rata pengunjung perhari yakni 18 orang. maka jumlah pengunjung dalam 30 hari adalah :

$$18 \text{ Orang perhari} \times 30 \text{ Hari} = 540 \text{ konsumen.}$$

Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah 540 konsumen pada UMKM Angkringan Sakarepmu.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono dalam Mauldy, A., & Asep, S. (2020) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penentuan sampel Sugiyono dalam Mauldy, A., & Asep, S. (2020) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500.

Sampel yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UMKM Angkringan Sakarepmu karanggeneng lamongan selama 30 hari yang berjumlah 161 orang. jumlah ini berdasarkan perhitungan *slovin* dengan tingkat kesalahan 5%.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{540}{1+540(0,05)^2}$$

$$n = \frac{540}{1+2,35} = \frac{540}{3,35}$$

$$n = 161,194 \text{ Sehingga Menjadi } 161$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = presentasi ketidakpastian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat dimaafkan

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono dalam Maghfiroh, F. (2022) Teknik *Sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang digunakan terdapat beberapa macam sampel. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*.

Menurut Sugiyono dalam Sinaga, S. (2020) *Simple random sampling* dinyatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan yang dalam populasi itu. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 161

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Menurut Sugiyono dalam Maghfiroh, F. (2022), jika dilihat dari sumbernya, data dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang di dapatkan secara langsung dari hasil wawancara, observasi serta kuisisioner yang diberikan secara langsung kepada sampel responden yang mewakili seluruh populasi penelitian yaitu konsumen yang ada pada UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang ditentukan secara tidak langsung dari pihak lain terkait dengan penelitian yang dilakukan

berupa riwayat perusahaan, lingkup perusahaan, buku, literatur, artikel dan situs internet.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dan akurat penulis melaksanakan pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah studi langsung terhadap hal-hal yang berhubungan dengan penelitian. Observasi dilakukan pada UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan

2. Wawancara

Menurut Tersiana dalam Inaray, A. A. (2019), wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data penelitian melalui tanya jawab langsung kepada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk melangsungkan penelitian serta mengajukan pertanyaan yang harus diteliti.

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono dalam Hermawan, F. (2020), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini yaitu konsumen yang ada pada UMKM Angkringan Sakarepmu Karanggeneng Lamongan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert.

Adapun jawaban untuk responden terdiri dari lima alternatif yaitu:

Tabel 3. 1
Bobot Nilai Kuesioner

Kategori	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.5 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Sugiyono dalam Mauldy, A., & Asep, A. (2020) Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel independen yaitu lokasi, fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan dan variabel dependen yaitu loyalitas konsumen dan variabel intervening/mediasi yaitu keputusan pembelian.

3.5.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono dalam Mauldy, A., & Asep, A. (2020) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Terikat). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lokasi (X_1)

Menurut Kotler & Armstrong dalam Fauzi, C., Mandey, S. L., Rotinsulu, J. J. (2022) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Indikator Lokasi meliputi :

- a. Akses
- b. Visibilitas
- c. Lalu lintas
- d. Tempat parkir

2. Fasilitas (X_2)

Menurut Lupiyoadi dalam Isra, B. (2021) Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan. Menurut Tjiptono dalam penelitian Isra, B. (2021)

Indikator Fasilitas yaitu :

1. Tata Cahaya
2. Perlengkapan atau Perabotan
3. Pesan yang di sampaikan secara grafis
4. Unsur Pendukung

3. Harga (X₃)

Menurut Susilo, T., & Harini, C. (2018) harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

Menurut Kotler dalam Praja, G. N. J. (2021), Indikator dari Harga diantaranya yaitu:

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

4. Kualitas Pelayanan (X₄)

Menurut Kotler dalam Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani., N. D. (2021), Kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen terhadap pemberian layanan yang dilakukan oleh penjual dengan harapan sesuai kepada keinginan konsumen, apabila pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan termasuk dalam kualitas pelayanan yang baik. Menurut kotler Indikator Kualitas pelayanan yaitu :

- a. Bukti fisik
- b. Reabilitas
- c. Daya tanggap
- d. Jaminan
- e. Empati

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono dalam Mauldy, A., & Asep, S. (2020). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu

1. Loyalitas Konsumen

Menurut Cardia, D. (2019) Loyalitas konsumen merupakan kondisi dimana pelanggan atau konsumen secara teratur tetap melakukan pembelian pada suatu bisnis. Menurut Griffin dalam Rahma, A. W., & Ekowati, S. (2022) adapun indikator dari Loyalitas Konsumen yaitu :

- a. Melakukan pembelian secara teratur
- b. Membeli antar lini
- c. Mereferensikan kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis

3.5.3 Variabel Intervening/ variabel mediasi (Z)

Diartikan sebagai variabel tengah atau perantara yang terletak diantara variabel independen dan dependen sehingga variabel independen (terikat) tidak langsung mempengaruhi berubahnya maupun timbulnya variabel dependen. Sugiyono dalam Wardani, N. D. (2021).

1. Keputusan Pembelian (Z)

Menurut Tjiptono dalam Hidayati, N. L (2018), keputusan pembelian merupakan tahapan dimana pembeli memahami suatu

masalah, menggali petunjuk akan merk atau produk kemudian mempertimbangkan beberapa alternatif untuk pemecahan masalah kemudian melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dalam Isra, B. (2021), Indikator keputusan pembelian adalah

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternative
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian

Beberapa variabel yang sudah dijelaskan diatas di perjelas lebih rinci pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 2
Tabel Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Lokasi (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu Lintas 4. Tempat Pakir 	Skala Likert
Fasilitas (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tata Cahaya 2. Perlengkapan atau Perabotan 3. Pesan secara grafis 4. Unsur Pendukung 	Skala Likert

Harga (X ₃)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga 3. Daya saing harga 	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (X ₄)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti Fisik 2. Reabilitas 3. Daya Tanggap 4. Jaminan 5. Empati 	Skala Likert
Loyalitas Konsumen (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian secara teratur 2. Membeli antar lini 3. Mereferensikan kepada orang lain 4. Menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis 	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Z)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku pasca pembelian 	Skala Likert

3.6 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono dalam Maghfiroh, F. (2022), metode analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*) yang merupakan analisis persamaan struktural (*Structural Equation Model*) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran (*Outer Model*) sekaligus pengujian model struktural (*Inner Model*). Jogiyanto dalam Zulkarnain, R., Taufik, & Ramdansyah. (2020) menyatakan analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data.

3.6.1 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kasual jika belum melewati tahap purefikasi dalam model pengukuran. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Menurut Sholihin dalam Hartanto, A. (2019). *uji outhter model* dapat dilakukan melalui:

1. Validitas konvergen (*corvengent validity*)

Pengujian *convergent validity* dapat dilakukan dengan melihat nilai faktor loading untuk setiap indikatornya. Nilai faktor loading yang diharapkan adalah $>0,7$. Indikator dengan nilai faktor loading dibawah 0,40 harus dihapus dari model. Indikator yang memiliki nilai faktor loading 0,4 – 0,7 dapat dihapus jika indikator tersebut dapat meningkatkan AVE dan *composite reliability*. Hartanto, A. (2019).

2. Validitas diskriminan (*discriminant validity*)

Untuk menguji *discriminant validity* dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai cross loading. Nilai cross loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai cross loading dengan konstruk yang lain. Hartanto, A. (2019).

3. *Average Variance Extracted (AVE)*

AVE merupakan salah satu pengujian untuk melihat validitas suatu konstruk. Konstruk dikatakan valid jika memiliki nilai akar AVE $>0,5$.

4. *Composite Reliability dan cronbach's alpha*

Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketetapan instrument dalam mengukur konstruk. Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Rule of Thumb* untuk menilai reabilitas konstruk adalah nilai *composite*

reliability harus lebih besar dari 0.70. namun demikian, penggunaan *crombach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberi nilai yang lebih rendah (*under estimate*) sehingga lebih disarankan menggunakan *composite reliability*. Ghozali dalam Hamid, R. S., & Suhardi, A. M. (2019).

3.6.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model atau model struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. *Inner model* dapat diukur dengan menggunakan beberapa kriteria yaitu :

a. *R-Square*

Salah satu komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*) yaitu nilai R-Square. Nilai R-Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai R-Square 0.75, 0.50, 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, moderate, dan lemah. Ghozali dalam Hamid, R. S., & Suhardi, A. M. (2019).

b. *Path Coefisien*

Estimasi koefisien jalur (*path coefisien*) adalah suatu nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural yang diperoleh dengan prosedur *bootstrapping* dengan nilai yang harus signifikan . Zulkarnain, R., Taufik, & Ramdansyah. (2020).

c. *T-statistic*

Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai *statistic/signifikansi* nilai yang digunakan adalah (*two-tiled*) *t-value* 1.65 (*significance level* = 10%), 1.96 (*significance level* = 5%), dan 2.58 (*significance level* = 1%), Ghozali dalam Hamid, R. S., & Suhardi, A. M. (2019).

d. *Predictive Relavance*

Q-square dapat digunakan untuk mengevaluasi R-square dengan melihat Q-square (*predictive relevance*) untuk model variabel. Qsquare mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q-square lebih besar dari 0 (nol) akan memperlihatkan bahwa model mempunyai nilai Predictive Relevance, sedangkan apabila nilai Q-square kurang dari 0 (nol) akan memperlihatkan bahwa model kurang memiliki Predictive Relevance. Namun, jika hasil perhitungan memperlihatkan nilai Q-square lebih dari 0 (nol), maka model layak dikatakan memiliki nilai predektif yang relevan. Zulkarnain, R., Taufik, & Ramdansyah. (2020).

e. *Model Fit*

Model fit bisa dikatakan memenuhi kriteria bila, nilai SMSR harus kurang dari 0,05. Namun berdasarkan dari penjelasan dari situs SMARTPLS, Batasan atau kriteria model fit antara lain : nilai RMS Theta atau Root mean square Theta

< 0,102, nilai SMSR atau standardized root mean square < 0,10 atau < 0,08 dan nilai NFI < 0,9.

3.6.3 Uji Mediasi

Pengujian mediasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung nilai koefisien mediasi yang diperoleh dengan mengalikan nilai koefisien pengaruh langsung dan tidak langsung sehingga diperoleh koefisien pengaruh total yang selanjutnya menjadi pembagi dari pengaruh tidak langsung sehingga diperoleh nilai koefisien mediasi (VAF). Menurut Ghozali dalam Zulkarnain, R., Taufik, & Ramdasyah. (2020). hubungan dinyatakan dipengaruhi oleh variabel mediasi jika diperoleh nilai VAF > 60% yang artinya terjadi mediasi penuh. Sementara jika nilai VAF diperoleh $\geq 25\%$ maka hubungan variabel dinyatakan mengalami mediasi parsial.

3.6.4 Uji Hipotesis

Prosedur uji t digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian yang menggunakan metode PLS adalah dengan menggunakan metode *bootstrapping*. *Bootstrapping* merupakan suatu proses pengujian resampling yang dilakukan oleh sistem komputer untuk mengukur akurasi pada sampel estimate. Bootstrapping digunakan untuk melihat apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel yang diamati. Apabila nilai bootstrap > 1.96 maka dapat dikatakan hipotesis diterima, sedangkan apabila nilainya < 1.96, maka dapat dikatakan hipotesis ditolak Ghozali dalam Hartanto, A. (2019).

3.7 Jadwal penelitian

Tabel 3.3 Tabel Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Oktober 2022				November 2022				Desember 2022				Januari 2023				Februari 2023				Maret 2023				April 2023			
		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.	Pengajuan Judul	■	■																										
2.	Penentuan ACC Judul			■	■																								
3.	Penentuan Dosen Pembimbing					■																							
4.	Konsultasi Proposal Bab I-III						■	■	■	■																			
5.	Seminar Proposal										■																		
6.	Komperhensif											■																	
7.	Proses Penelitian											■	■	■	■														
8.	Analisis Data													■	■	■	■	■	■										
9.	Konsultasi Bab IV-Vi																	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
10.	Pendaftaran Ujian Skripsi																										■		
11.	Pelaksanaan Ujian Skripsi																											■	
12.	Penulisan Akhir Laporan																												■