

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Studi ini dilaksanakan pada usaha UMKM kerajinan tas tenun UD. Gampang Jaya yang terletak di Dusun Kucur Desa Sidomukti Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan. Dilaksanakan pada bulan Feb 2023 sampai bulan Juli 2023.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, menggunakan Skala Likert. (Priadana, Sidik dan Sunarsi, Denok 2021: 51). Analisis kuantitatif adalah penelitian yang direncanakan untuk mengungkap efek samping secara logis secara komprehensif melalui pengumpulan informasi dari landasan normal dengan menggunakan ilmuwan itu sendiri sebagai instrumen kunci.

3.3 Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah pengelompokan semua individu yang memiliki tujuan, karakteristik, atau orang yang sama karena dipandang sebagai peneliti yang paling kredibel. (Wijayanti, Ratna, *et al*, 2021: 59). Dalam penelitian ini populasi yang diperoleh dari pelanggan UD. Gampang Jaya berjumlah 150 pelanggan.

Tabel 3.1
Daftar Pelanggan UD Gampang Jaya

Daftar Pelanggan Pada UD. Gampang Jaya								
Minggu Ke	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu	Total
I	5	2	4	6	3	7	10	37
II	2	7	10	4	-	8	2	33
III	3	9	11	5	3	5	2	38
IV	10	3	3	10	7	6	3	42
Jumlah Populasi								150

Sumber : UD. Gampang Jaya (2022)

3.3.2 Sampel

Wijayanti, Ratna, *et al* (2021: 60), Sampel merupakan bagian dari populasi. Subset ini dipilih karena banyak permasalahan peneliti tidak mungkin mempelajari keseluruhan populasi. Oleh sebab itu sampel pada studi ini terdiri dari 150 respondent.

3.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling ialah suatu proses yang digunakan oleh peneliti untuk mengidentifikasi sampel yang akan dipakai untuk pengamatan atau untuk menghasilkan kesimpulan tentang seluruh populasi yang diteliti (Wijayanti, Ratna, *et al*, 2021: 60).

Dalam penelitian ini menggunakan *sampling jenuh* yaitu contoh spesifik jika dikalikan dengan angka tidak akan menambah perwakilan dan tidak mempengaruhi keakuratan data yang telah didapat. (Sugiyono, 2019: 139).

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi dasar atau pokok sebagai informasi awal atau kontekstual. Data primer yaitu jenis informasi yang diekstraksi langsung dari sumber primer seperti *interview*, survei, tes, dan sumber lain (Balaka, Muh Yani, 2022: 21).

Sumber data utama dalam hal ini diperoleh melalui teknik penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah strategi pengumpulan data dimana tanggapan terbatas pada satu pertanyaan yang harus dijawab (Sugiyono, 2019: 199)

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang didapat langsung dari pihak ketiga, yang berupa laporan, resume, buku, atau dokumen lainnya. (Priadana, Sidik & Sunarsi, Denok, 2021: 48).

Dalam hal ini, sumber data sekunder diambil dari buku pedoman, jurnal, dan artikel yang membahas teori harga, promosi, desain produk, kualitas produk, loyalitas pelanggan, serta keputusan pembelian.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Priadana, Sidik & Sunarsi, Denok (2021: 203) Teknik pengumpulan data merupakan sarana mengumpulkan data yang

diperlukan. Pada situasi ini, peneliti menggunakan Kuesioner sebagai teknik mengumpulkan data, yang dilakukan dengan mengirimkan pertanyaan khusus kepada responden. (Sugiyono, 2019: 199).

Pengumpulan data pada saat penyebaran kuesioner, disebarakan melalui media *online* atau *google form* kepada pembeli UD. Gampang Jaya. Skala pengukuran bermaksud menciptakan informasi kuantitatif yang tepat. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden tentang harga, promosi, desain produk, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan keputusan pembelian kepada pelanggan UD. Gampang Jaya di Dusun Kukur, Desa Sidomukti. (Priadana Sidik 2021: 179) *Skala Likert* adalah skala yang dapat dimanfaatkan untuk menguji penilaian individu atau kelompok dalam kaitannya dengan gejala sosial. Instrumen *skala Likert* seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2
Skala Likert

Alternative Jawaban	Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Tidak Setuju	TS	2
Ragu-ragu	RG	3
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Priadana, Sidik & Sunarsi, Denok (2021: 179)

3.5 Operasional Variabel

Menurut Priadana, Sidik & Sunarsi, Denok (2021: 14) Operasional Variabel adalah mendefinisikan aktivitas peneliti dalam mengukur atau memanipulasi suatu variabel.

3.5.1 Variabel Independen

Variabel Bebas (Independen) adalah faktor yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif. (Wijayanti, Ratna *et al*, 2021: 37)

1. Persepsi Harga (X_1)

Ramli & Silalahi (2020: 2591) menyatakan bahwa harga suatu produk dirasakan semakin baik, maka pembeli akan semakin puas. Persepsi harga saat ini menjadi isu yang memungkinkan anggota UMKM memberikan harga terbaik setiap saat.

Suhandi *et al* (2021: 2951) indikator persepsi harga adalah :

- a. Keterjangkauan sebuah harga
- b. Kesamaan biaya dengan mutu produk.
- c. Intensitas harga
- d. Keselarasan biaya dengan kegunaan barang.

2. Promosi (X_2)

Promosi merupakan suatu bujukan atau pengaruh yang digunakan untuk meyakinkan atau mendesak pelanggan agar bersedia membeli produk ataupun jasa yang diciptakan oleh perusahaan (Preastuti, 2020: 424).

Menurut Assauri, Sofyan (2010) dalam jurnal akmami (2020: 210), adapun indikator promosi :

- a. Menyampaikan informasi
- b. Meyakinkan dan mempengaruhi

- c. Memberikan kesan
- d. Memenuhi keinginan

3. Desain Produk (X₃)

Menurut Pero, *et al* (2018: 615) menyatakan desain produk adalah kompilasi dari semua fiturnya untuk memenuhi kebutuhan fisik dan fungsional konsumen dengan lebih baik.

Menurut Azany (2018: 615) indikator desain produk adalah :

- a. Variasi desain, yaitu desain yang di iklankan dengan pilihan dan fitur untuk memikat konsumen.
- b. Model terbaru, khususnya pengembangan desain terbaru agar konsumen tidak jenuh dengan brand image.
- c. Desain yang mengikuti trend, atau pengembangan produk inovatif yang menghasilkan desain yang sesuai dengan tren saat ini.

4. Kualitas Produk (X₄)

(Dadang 2019: 605) kualitas produk yaitu konsumen melihat adanya kenyamanan pada produk yang bersangkutan, yang memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan cara yang sesuai dengan harapan mereka.

Menurut Sudarma, Gito (2018: 612) menjelaskan indikator untuk menilai kualitas produk, yaitu:

- a. Daya tahan barang
- b. Kualitas produk memenuhi spesifikasi konsumen

- c. Estetika produk

3.5.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen (terikat) ialah permasalahan yang akan diselesaikan peneliti dan merupakan tujuan dari penelitian (Wijayanti, Ratna, *et al*, 2021: 37)

1. Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut Hasan, Ali (2018: 83), Pelanggan Loyal adalah mereka yang tidak hanya membeli barang kami secara teratur tetapi juga menunjukkan komitmen dan perilaku positif tentang perusahaan.

Menurut Graffin (2019: 31) indikator loyalitas pelanggan, yaitu :

- a. Melaksanakan pembelian berulang (*makes regular repeat purchases*).
- b. Membeli barang dan jasa antar lini (*purchases across product and service lines*).
- c. Menyarankan kepada orang lain (*refers other*).
- d. Mendorong loyalitas terhadap tarikan pesaing (*demonstrates on immunity of the full of the competition*).

3.5.3 Variabel Intervening/Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang menjadi penghubung variabel bebas dengan variabel terikat. Variabel ini berfungsi seperti variabel independen (Wijayanti, Ratna, *et al*, 2021: 39).

1. Keputusan Pembelian (Z)

(Tirtaatmaja, *et al* 2019: 15) keputusan pembelian merupakan rangkaian aktivitas pelanggan sebelum membeli hingga sikap pelanggan sesudah pembelian produk.

Menurut Tobing, R & Bismala (2015) dalam jurnal akmami (2020: 210) indikator dari keputusan pembelian adalah:

- a. Produk yang dipilih
- b. *Brand* yang populer
- c. Keputusan pada saat pembelian
- d. Situasi saat pembelian

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam analisis ini adalah model persamaan struktural (SEM) dengan alat *smart-PLS* versi 3.0 meliputi *uji outer model*, *uji inner model*, dan *uji mediasi*.

3.6.1 Structural equation modeling (SEM)

Structural equation modelling (SEM) yaitu analisis metode statistik yang disempurnakan dari analisis regresi digabungkan dengan analisis faktor dan analisis jalur. Analisis SEM dapat menyelesaikan analisis data sekaligus atau secara bersamaan, yang hanya dengan menginput data kasar (*raw data*) (Hardisman (2021: 1).

3.6.2 Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) adalah metode analisis statistik multivariat yang mampu menganalisis secara bersamaan variabel eksogen dan endogen. Sebagaimana halnya dengan SEM, PLS juga dapat dilihat sebagai analisis faktor gabungan dan regresi, serta pemodelan secara bersamaan. Perangkat lunak (*software*) utama pada analisis PLS saat ini adalah *SmartPLS* (Hardisman 2021: 3). Secara umum, baik metode analisis maupun analisis fungsi dalam PLS-SEM dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu *analisis outer model* dan *analisis inner model*, atau model struktural.

3.6.3 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis *Outer Model* menunjukkan validitas dan reliabilitas prediktor atau instrumen penelitian dalam mengukur variabel laten. Analisis yang digunakan ialah *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *reliability* (Hardisman 2021: 6).

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah instrumen untuk menentukan skor yang benar. Sugiyono (2019: 87). Terdapat 2 uji validitas yang digunakan dalam PLS diantaranya sebagai berikut :

a. *Convergent Validity*

Convergent Validity (validitas konvergen) penilaian validitas setiap prediktor dengan skala pengukur. Indikator validitas ditetapkan oleh *loading factor* $>0,7$ untuk *confirmatory research*, misalnya pada penelitian yang sudah

pernah dilakukan uji awal instrumen penelitian tersebut sebelumnya. Pada penelitian *explonatory*, seperti pada penelitian yang menggunakan instrumen yang baru nilai *loading factor* dapat diterima, dan prediktor dapat dinyatakan valid bila 0,5. Hal ini tergantung pertimbangan keilmuan penelitian terhadap substansi yang ditelitinya. Validitas konvergen dapat ditetapkan menggunakan nilai AVE (*average variance extracted*). Prediktor dianggap valid ketika nilai $>0,5$.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity (validitas diskriminan) yaitu menilai validitas prediktor bila dibandingkan dengan variabel lain. Indikator yang digunakan adalah *cross loading*. Prediktor dikatalan sah jika skor *cross loading* $>0,7$.

Selain itu dapat juga dengan menggunakan kriteria *Fornell-Lorcker* untuk meyakinkan validitas diskriminan. Indikator yang ditetapkan nilai akar dari AVE. Standarnya adalah nilai pada semua variabel laten harus lebih tinggi dari nilai terhadap variabel lain.

2. Reliabilitas

Reliabilitas ditentukan menggunakan skor *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. Prediktor dianggap reliabel jika angka *Cronbach's alpha* atau *Composite reliability* $>0,7$ untuk *confirmatory research*, dan bisa juga diterima 0,6 untuk *explanatory research*. Nilai *Cronbach's alpha* (α) merupakan

indikator yang lebih umum digunakan untuk menentukan reliabilitas. Pada instrumen penelitian secara umum, instrumen atau kuesioner dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach's alpha* >0,6. Selengkapnya interpretasi *Cronbach's alpha* bisa dilihat pada tabel 3.2 Hardisman (2021: 8). Interpretasi nilai ini juga dapat diterapkan pada analisis dengan SmartPLS.

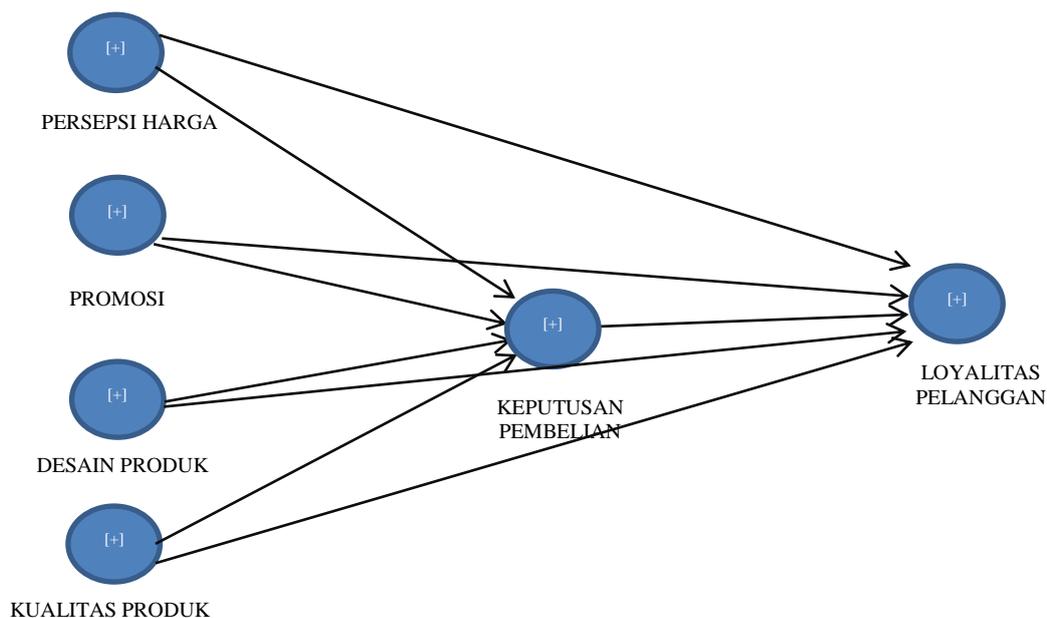
Tabel 3.3
Interpretasi Reliabilitas Berdasarkan *Cronbach's alpha*

Nilai Alfa Cronbach	Interpretasi
>0,9	Sangat Baik
>0,8 – 0,9	Baik
>0,7 – 0,8	Diterima
>0,6 – 0,7	Dipertimbangkan
>0,5 – 0,6	Jelek (Kurang)
<0,5	Tidak dapat Diterima

Sumber : Hardisman: Analisis *PLS-SEM*. Bintang Pustaka Madani, Yogyakarta, 2021

3.6.4 Model Struktural (*Inner model*)

Inner model adalah analisis yang digunakan untuk mendeteksi pengaruh antar variabel laten, hal ini dapat digunakan sebagai ketentuan pada analisis SEM menurut Ghozali, Imam (2006: 61) dikutip dalam Skripsi Wardani, Nuriyah Dita (2021: 35).



Gambar 3.1
Analisis Jalur

Model ini juga diterapkan untuk meninjau dan menganalisis skor yang ada. Ada uji pada *inner model* yaitu:

1. *R-Square*

R-Square adalah instrumen yang digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh hubungan variabel X dengan variabel tersebut Y, menurut Ghazali, Imam (2006: 59) dalam Skripsi Wardani, Nuriyah Dita (2021: 36). Apabila angka *R-Square* 0,67 dianggap kuat, nilai 0,33 dianggap moderat dan skor 0,19 dianggap lemah.

3.6.5 Uji Mediasi

Menurut Sekaran, Uma (2013: 69) dalam Skripsi Nuriyah, Dita Wardani (2021: 36) Uji mediasi berfungsi sebagai alat untuk memediasi antara faktor bebas dan terikat sekaligus memberikan

dukungan kepada variabel mediasi (intervening). Pada analisis ini terdapat 4 pengelompokkan dalam mediasi yaitu: *Non Mediation* apabila hubungan antara faktor eksogen dan endogen positif dan variabel mediasi negatif. *Full Mediation* terjadi ketika variabel eksogen, endogen negatif dan variabel mediasi positif. *Partial Mediation* terjadi ketika variabel eksogen, endogen variabel mediasi positif. *Perfect Mediation* terjadi ketika tidak ada efek variabel independen hingga dependen ketika variabel mediator dimasukkan dalam persamaan. Dan juga variabel dilihat apabila *P values* dalam *Specific Indirect Effect* > 0.05 yang memiliki angka negatif begitu sebaliknya.

3.6.6 Menentukan Keputusan Hipotesis

1. Menetapkan Hipotesis

- a) H_{01} : Persepsi Harga memiliki pengaruh positif signifikan dengan loyalitas pelanggan UMKM kerajinan tas tenun UD. Gampang Jaya dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*
- b) H_{02} : Promosi berpengaruh positif secara signifikan dengan loyalitas pelanggan pada UMKM kerajinan tas tenun UD. Gampang Jaya dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*
- c) H_{03} : Desain Produk berpengaruh positif secara signifikan dengan loyalitas pelanggan pada UMKM kerajinan tas tenun UD.

Gampang Jaya dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*

- d) H_{04} : Kualitas Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM kerajinan tas tenun UD. Gampang Jaya dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*
- e) H_{05} : Persepsi Harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM kerajinan tas tenun UD. Gampang Jaya dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*
- f) H_{06} : Promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM kerajinan tas tenun UD. Gampang Jaya dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*
- g) H_{07} : Desain Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM kerajinan tas tenun UD. Gampang Jaya dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*
- h) H_{08} : Kualitas Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM kerajinan tas tenun UD. Gampang Jaya dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*
- i) H_{09} : Keputusan Pembelian berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM kerajinan tas

tenun UD. Gampang Jaya dengan metode *Structural Equation Modeling (SEM)-Partial Least Square (PLS)*

2. Menetapkan *T-tabel* dan menghitung *T-hitung*

- a) Tentukan *T-tabel* dengan taraf 5%
- b) *T-hitung* dapat ditentukan dari hasil perhitungan PLS dalam analisis jalur pada *T-statistic*.

3. Standart Keputusan

- a) Dalam hal *T-statistik* $> T\text{-tabel}$, *H0* ditolak dan *Ha* diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel (X) dengan variabel (Y).
- b) Apabila *T-statistik* $< T\text{-tabel}$, *H0* diterima dan *Ha* ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel (X) dengan variabel (Y).
- c) Jika *P Value* > 0.05 dianggap tidak signifikan
- d) Jika *P Value* < 0.05 dianggap signifikan
- e) Apabila angka koefisien > 0.000 maka terbilang Positif
- f) Dalam angka koefisien < 0.000 maka terbilang Negatif

4. Kesimpulan

Hasil perhitungan diatas, dapat membandingkan antara *T-statistik* dengan *T-tabel* atau kemungkinan untuk mencapai kesimpulan apakah *H0* ditolak dan *Ha* diterima atau sebaliknya.

3.7 Jadwal Penelitian

Tabel 3.4
JADWAL PENELITIAN SKRIPSI TAHUN AKADEMIK 2022/2023
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN

No.	Kegiatan	Feb. 2023				Mart. 2023				Apr. 2023				Mei. 2023				Jun. 2023				Jul. 2023
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
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 selesai																			■	■	
13	Ujian skripsi																				■	■

