

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu pelaksanaan dari penelitian ini dimulai dari bulan Agustus 2022 sampai bulan Januari 2023. Penelitian dilakukan pada usaha lokal pengrajin genteng di Desa Kawistolegi, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan.

1.2 Jenis Penelitian

Penelitian merupakan proses pengumpulan informasi atau data dengan tujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan sebuah penyelidikan. Jenis pendekatan yang dilakukan oleh penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2015: 8) pendekatan kuantitatif adalah metode dengan dilandasi pada filsafat positif yang berguna untuk meneliti sampel tertentu, mengumpulkan dan menganalisis data berdasarkan sifat yakni kuantitatif atau statistik, dengan menggunakan jenis penelitian penjelasan (*eksplanasi*). Penelitian *eksplanasi* merupakan penelitian dengan menggunakan data dan menjelaskan hubungan antar variabel melalui uji hipotesis. Sedangkan metode yang digunakan yakni survei dengan pengambilan data atau informasi langsung menggunakan kuesioner.

3.3 Teknik Pengumpulan Sampel

3.3.1 Populasi

(Etta Mamag Sangadji dan Sophia, 2010: 185). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: subjek atau objek dengan kualitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bisa berupa subjek maupun objek penelitian.

Didalam penelitian ini peneliti menarik populasi dari konsumen usaha lokal pengrajin genteng di Desa Kawistolegi, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan sebanyak 260 konsumen. Pada bulan Juni 2022 sampai bulan November 2022.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015 : 81) sampel merupakan banyaknya populasi yang memiliki karakteristik. Jika populasi terlalu besar dan peneliti mendapatkan kesulitan, maka peneliti dapat menggunakan sampel sebagai cara untuk memperkecil banyaknya populasi maka dari itu sampel yang dipilih harus representatif.

Sampel dalam penelitian ini diambil sebagian dari konsumen usaha lokal pengrajin genteng di Desa Kawistolegi, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan.

3.3.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017:81) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 260 di hitung menggunakan sampling jenuh.

3.3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Data bias berwujud angka, gambar, huruf ataupun simbol-simbol yang bisa digunakan sebagai alat untuk melihat kejadian ataupun konsep. Jenis data dibagi menjadi 2 yaitu :

a. Data primer

Menurut Danang Sunyoto (2013:21), Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data primer penelitian ini adalah data yang diberikan langsung oleh responden melalui kuesioner, wawancara dan survei. Data ini diambil dari Sebagian responden yaitu pelanggan usaha lokal industri kecil genteng di Desa Kawistolegi Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan secara langsung melalui pengisian kuesioner dan juga menggunakan proses wawancara.

b. Data Sekunder

Data Sekunder Menurut Sugiyono (2012:141) mendefinisikan data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen". Data ini diambil dari perusahaan berupa dokumen data pelanggan selama 6 bulan terakhir yang diperoleh secara langsung saat kunjungan ke usaha lokal industri kecil genteng di Desa Kawistolegi Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Namun, digunakan juga teknik pengumpulan informasi yang dibutuhkan secara lebih mendalam. Metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Pada penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada beberapa konsumen usaha lokal pada industri kecil genteng di Desa Kawistolegi Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan kaitannya dengan kualitas produk, strategi pemasaran dan loyalitas pelanggan.

b. Kuesioner

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebar kuesioner kepada responden untuk mengetahui hubungan antar variabel. Menurut Sugiyono (2014: 230), kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pembagian kuesioner secara langsung. Setiap poin jawaban pada kuesioner ditentukan skornya menggunakan skala Likert. Data yang diperoleh dari kuesioner atau angket berupa nilai skor. Penelitian ini menyebarkan kuesioner kepada pelanggan dengan cara beberapa pertanyaan yang menanyakan kualitas produk, strategi pemasaran dan loyalitas pelanggan yang pernah melakukan pembelian di usaha lokal

industri genteng di Desa Kawistolegi Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan.

Menurut Sugiyono (2012:93) skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan (positif) atau tidak mendukung pernyataan (negatif). Kriteria pemberian skor untuk alternatif jawaban untuk setiap item sebagai berikut :

Tabel 3.1

Skala Likert

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

3.4 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015:43) Operasional variabel merupakan penjabaran dari variabel dengan menggambarkan hubungan antara variabel tertentu untuk mempermudah mengukur variabel melalui beberapa indikator.

Operasional variabel terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel dependen (terikat) sebagai definisi setiap variabel.

Sesuai dengan masalah yang telah diuraikan diatas, ada beberapa variabel yang tercantumkan yaitu :

3.4.1 Variabel Bebas / Eksogen

Menurut Sugiyono (2015:46) variabel bebas / Eksogen adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau penyebab timbulnya perubahan variabel endogen (terikat). Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah kualitas produk, strategi pemasaran, dan loyalitas pelanggan. Selanjutnya, variabel independen pada penelitian ini disebut sebagai variabel eksogen yaitu variabel yang nilainya tidak dipengaruhi / ditentukan oleh variabel lain.

a. Kualitas Produk (X1)

Pengertian kualitas produk menurut Philip Kotler dan Amstrong (2016: 37) adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Indikator kualitas produk menurut Philip Kotler dan Amstrong (2016:37) meliputi:

1. Bentuk (*form*)
2. Kinerja (*performance*)
3. Kesesuaian (*conformance*)
4. Ketahanan (*durability*)
5. Desain (*design*)

b. Strategi Pemasaran (X2)

Philip Kotler (2009) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya tercantum keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan. Corey dalam Tjiptono dan Chandra (2012:67).

Indikator strategi pemasaran menurut Tjiptono dan Chandra (2012:67) antara lain:

1. Pemilihan pasar
2. Perencanaan produk
3. Penetapan harga
4. Sistem distribusi
5. Komunikasi pemasaran (promosi)

c. Loyalitas Pelanggan (X3)

Menurut Peter dan Olson (2011:162) loyalitas pelanggan adalah sekedar perilaku pembelian berulang. Dengan demikian loyalitas pelanggan dapat dipandang sebagai dari loyalitas pelanggan yang terbagi hingga kepengabaian pelanggan.

Indikator loyalitas pelanggan menurut Peter dan Olson (2011) adalah :

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan
3. Keyakinan
4. Konsisten

3.4.2 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, 2015 : 69)

Variabel mediasi berada di antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel ini memediasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Creswell, 2013).

Menurut Porter (2013:419) persaingan sangatlah penting bagi keberhasilan atau keunggulan perusahaan, Porter (2013:419) menyebutkan bahwa ada beberapa indikator yang dapat mengukur daya saing antara lain :

Indikator daya saing menurut Porter (2013:419) adalah :

1. Keunikan produk
2. Harga bersaing
3. Kualitas produk

3.4.3 Variabel Terikat / Endogen (Y)

Variabel terikat / Endogen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh beberapa variabel bebas / Eksogen (Sugiyono, 2015: 146)

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang nilainya bergantung variabel lain, variabel ini biasanya dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Swastha (2020) menyatakan bahwa performa penjualan dapat diukur dengan dua cara, yaitu pertama, mencapai target penjualan, yang dapat diukur dengan unit produk yang terjual. Kedua, kenaikan jumlah penjualan, keuntungan yang meningkat di peroleh dari total nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu. Menurut Swastha (2020), Kinerja tenaga penjualan ditentukan oleh tenaga itu sendiri, seberapa besar kinerja yang dimiliki oleh tenaga penjualan.

Indikator Performa penjualan menurut Swasta (2020) adalah :

1. Target Penjualan
2. Mencapai volume penjualan
3. Mendapatkan laba

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah sebuah cara untuk menganalisis data yang sudah dikumpulkan untuk diuji kebenarannya sesuai dengan hipotesis yang dibuat (Sugiyono 2015:110). Tujuan metode ini adalah untuk membatasi penemuan menjadi data yang konkret.

3.5.1 *Structural Equation Modeling (SEM)*

SEM merupakan salah satu metode analisis data yang digunakan untuk menguji arah hubungan yang relatif sulit dalam pengukurannya (Ghozali, Imam 2006 : 52).

Alasan peneliti menggunakan SEM antara lain :

- a. SEM dapat digunakan untuk model yang sangat kompleks yaitu terdiri dari banyak variabel laten dan manifest tanpa mengalami masalah dalam estimasi data
- b. SEM dapat menganalisis jumlah sampel yang relatif kecil.
- c. SEM mampu melakukan analisis data yang bersifat laten dengan menggunakan analisis jalur (*Path Analytic*).
- d. SEM dapat digunakan untuk menghitung variabel moderator secara langsung, karena penelitian ini sendiri terdiri dari 1 variabel moderator.

SEM terdiri dari 2 jenis yaitu :

1. *covariance based structural equation modeling*

Jenis SEM yang mengharuskan variabel maupun indikatornya untuk saling berkorelasi yang dapat diukur dengan menggunakan berbagai alat yakni AMOS, LISREL, EQS, dan Mplus.

2. *Variance based structural equation modeling*

Jenis SEM yang tidak mengharuskan variabel maupun indikatornya untuk saling berkorelasi yang dapat diukur dengan menggunakan alat yaitu PLS.

3.5.2 Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) merupakan salah satu alat pengujian statistik yang mampu mengurus berbagai model yang rumit juga dapat diterapkan dalam skala data. PLS juga dapat membangun suatu hubungan untuk pengujian yang diusulkan (Ghozali, 2006:12).

Keunggulan dari metode PLS ini adalah data tidak harus berdistribusi normal multivariat, ukuran sampel tidak harus besar, dan PLS tidak saja bisa digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini analisis data statistik inferensial. Statistik inferensial, statistik induktif atau statistik probabilitas, adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi, Sugiyono (2013). Alasan yang melatar belakangi penggunaan alat uji PLS dalam penelitian ini antara lain:

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.

Langkah pengujian menggunakan PLS dengan *Software Smart PLS* : (maharani, 2017) adalah sebagai berikut

- 1 *outer model (outer relation/ measurement model)* yaitu hubungan antara variabel laten dengan indikatornya. *Outer model* pada penelitian ini menggunakan indikator yang terikat, dimana indikator membentuk variabel laten. Ghozali, Imam (2006:43).
- 2 *Inner model (inner relation)* adalah 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, Imam (2006:46).

3.5.3 Model pengukuran (*outer model*)

Terdapat dua model pengukuran dalam *outer model* yakni antara lain :

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah pengujian untuk mendapatkan nilai yang sebenarnya atau Valid. Sugiyono (2017:87). Didalam uji Validitas terdapat 2 uji yang dapat digunakan dalam sistem PLS antara lain :

- a. *Convergent validity* Uji ini digunakan untuk mengetahui kesesuaian setiap hubungan indikator dengan variabel latennya. pengukuran ini dianggap cukup apabila nilai *loading* faktor diatas 0,7 dan nilai *Average Variance Ekstracted (AVE)* diatas 0,5.

- b. *Discriminant validity* Pengukuran indikator refleksif (pencerminan indikator) yang didasarkan pada *cros loading* (membandingkan) dengan variabel latennya. dengan nilai *cros loading* diatas 0,7 dan nilai *fornell larcker criterion or HTMTI* dimana nilai variabel ke variabel itu sendiri juga nilai variabel ke variabel lain. Nilai diagonal / nilai teratas tidak boleh lebih kecil daripada nilai yang lain.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk melihat seberapa jauh pengukuran bebas dari variabel kesalahan acak. Sugiyono (2017:129).

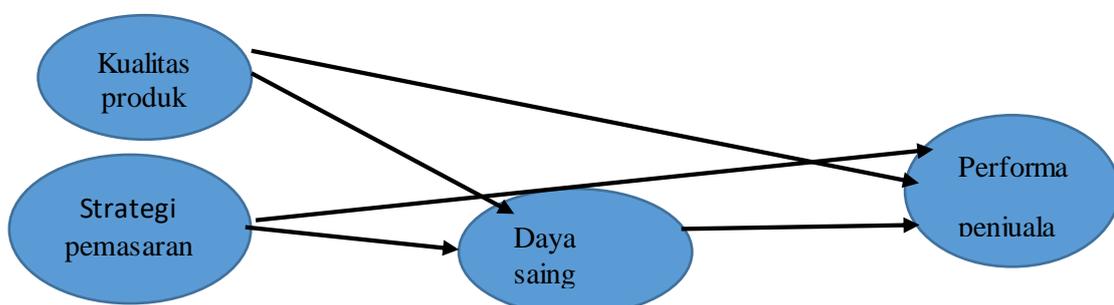
Terdapat dua model pengukuran pada uji Reliabilitas antara lain :

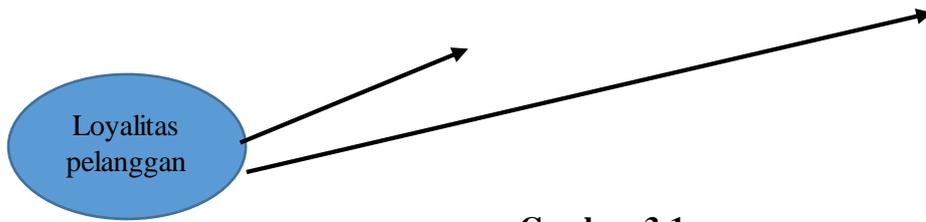
- a. *Composite reliability* (Cr) Indikator yang mengukur sebuah variabel dengan nilai reliabelnya $\geq 0,7$ walaupun bukan termasuk standart mutlak.
- b. *Cronbach's Alpha* Sebuah ukuran yang dihandalkan dengan nilai antara nol sampai satu. Juga dikatakan uji reliabilitas dapat dikatakan reliable jika nilai yang diperoleh diatas 0,7.

3.5.4 Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model merupakan model yang digunakan untuk menebak sebab akibat hubungan antar variabel laten, Model ini juga sebagai syarat dalam uji SEM.

Ghozali, Imam (2006:61)





Gambar 3.1
Analisis Jalur

model ini juga digunakan untuk melihat serta menganalisis nilai yang ada. Terdapat 3 uji yang dapat digunakan dalam inner model lain :

1 R-Square

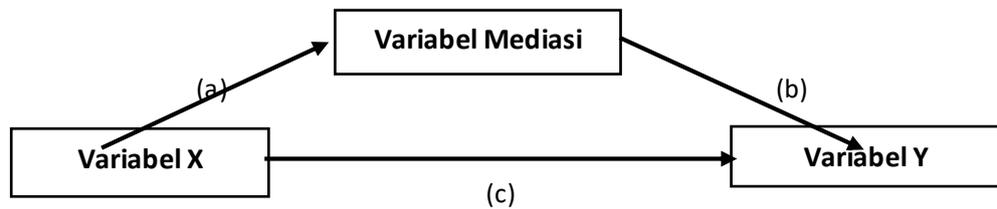
Dalam menilai struktural dimulai dengan melihat nilai *R-square* untuk setiap nilai variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Perubahan nilai *R-square* (R^2) dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Nilai *R-square* 0.75, 0.50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Hair et al. dalam Ghozali dan Latan (2015). Hasil dari PLS *R-square* merepresentasikan jumlah variansi dari konstruk yang dijelaskan oleh model (Ghozali dan Latan, 2015). Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dan model penelitian yang diajukan.

3.5.5 Uji Mediasi

Menurut Sekaran, Uma (2013: 69) Uji mediasi berfungsi untuk memediasi antara variabel independen dengan variabel dependen juga mengarah kepada variabel mediasi (*intervening*).

- a. Menguji pengaruh langsung variabel eksogen (variabel yang mempengaruhi variabel lain) terhadap endogen (variabel yang dijelaskan oleh eksogen) dengan menyertakan variabel mediasi.

- b. Menguji pengaruh langsung variabel eksogen dengan endogen tanpa menyertakan variabel mediasi.
 - c. Menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi.
 - d. Memeriksa pengaruh dari variabel mediasi terhadap variabel endogen.
- (Baron dkk : 1986). Dalam bentuk gambar, dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 3.2

Hubungan Variabel Mediasi

Keterangan :

- 1 Jika pada hubungan (c) signifikan, tetapi mediasi tidak signifikan. Dalam artian bahwa mediasi tidak diharapkan maka dikatakan sebagai variabel *non mediation*. Hubungan Variabel Mediasi Sumber : Baron dkk (1986) Variabel Mediasi Variabel X Variabel Y 53
- 2 Jika hubungan pada (c) tidak signifikan, tetapi variabel mediasi signifikan, maka variabel mediasi menjadi sangat berperan atau diperlukan, 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). Hubungan ini dinamakan hubungan *Parsial mediation*.

3.5.6 Menentukan Keputusan Hipotesis

1. Menentukan Formulasi Hipotesis
 - a. H01 : Kualitas Produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa penjualan.

- Ha1 : Kualitas Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa penjualan.
- b. H02 : Strategi Pemasaran tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa penjualan
- Ha2 : Strategi Pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa penjualan
- c. H03 : Loyalitas Pelanggan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa penjualan.
- Ha3 : Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa penjualan.
- d. H04 : Kualitas Produk tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Daya saing.
- Ha4 : Kualitas Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap Daya saing.
- e. H05 : Strategi Pemasaran tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Daya saing.
- Ha5 : Strategi Pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap Daya saing.
- f. H06 : Loyalitas Pelanggan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Daya saing.
- Ha6 : Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Daya saing.
- g. H07 : Performa penjualan tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Daya saing.

Ha7 : Performa Penjualan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Daya saing.

- h. H08 : performa penjualan tidak memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara kualitas produk dan daya saing

Ha8 : performa penjualan memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara kualitas produk dan daya saing.

- i. H09 : performa penjualan tidak memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara strategi pemasaran dan daya saing.

Ha9 : performa penjualan memediasi secara positif dan signifikan hubungan strategi pemasaran dan daya saing.

- j. H010 : performa penjualan tidak memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara loyalitas pelanggan dan daya saing

Ha10 : performa penjualan memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara loyalitas pelanggan dan daya saing.

2. Kriteria 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. Bila t-statistik $>$ t-tabel, maka H0 dinyatakan ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y)

- b. Bila $t\text{-statistik} < t\text{-tabel}$, maka H_0 dinyatakan di terima dan H_a di tolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel (X) dengan variabel (Y). 56
- c. Bila $P\text{ Value} > 0.05$ maka dikatakan tidak Signifikan
- d. Bila $P\text{ Value} < 0.05$ maka dikatakan Signifikan
- e. Bila nilai Koefisien > 0.000 maka bernilai Positif
- f. Bila Nilai Koefisien < 0.000 maka bernilai Negatif

4. Kesimpulan

Dari hasil perhitungan di atas, maka perbandingan antara $t\text{-statistik}$ dengan $t\text{-tabel}$ ataupun dengan probabilitas untuk mengambil kesimpulan apakah H_0 ditolak dan H_a diterima atau H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6 Jadwal penelitian

Tabel 3.2
JADWAL PENELITIAN SKRIPSI TAHUN 2023
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM LAMONGAN

No	jadwal kegiatan	Agu. 22				Sep. 22				Okt. 22				Nov. 22				Des. 22				Jan. 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	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																								■			