

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu pelaksanaan dari penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Juni 2023. Penelitian ini dilakukan pada UD. Tas Forway di Desa Banjarmadu, Kecamatan Karanggeneng, Kabupaten Lamongan.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian dengan dilandasi filsafat positif yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik.

3.3 Teknik Penarikan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) Populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen dari usaha tas Forway sebanyak 270 konsumen.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang terdapat dalam populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini merupakan sebagian dari beberapa konsumen tas Forway. Dari banyaknya populasi diatas, maka jumlah sampel yang diambil peneliti yaitu 161 konsumen. Jumlah ini berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\
&= \frac{270}{1 + 270(0,05)^2} \\
&= \frac{270}{1 + (270 \times 0,0025)} \\
&= \frac{270}{1 + 0,675} \\
&= \frac{270}{1,675} \\
&= 161
\end{aligned}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Standar eror / presentase ketidakpastian karena pengambilan sampel yang masih dapat dimaafkan sebesar 5%

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *Random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi tersebut. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 161 orang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Definisi data merupakan kumpulan beberapa informasi mengenai suatu hal yang diperoleh dari hasil pengamatan dan memerlukan adanya pengolahan. Data dapat berupa angka, gambar, huruf maupun simbol-simbol yang bisa digunakan

sebagai alat untuk melihat kejadian maupun konsep. Jenis data dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data secara langsung seperti *observasi*, wawancara, dan kuesioner.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2019) data sekunder merupakan data tambahan yang diperoleh dari beberapa sumber seperti jurnal, dari profil perusahaan dan izin penelitian.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan pengumpulan data adalah untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam proses penelitian dan untuk mengetahui jawaban dari hipotesis.

Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2019) observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung pada aktivitas instansi.

2. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2019).

3. Kuesioner (angket)

Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Untuk penilaian dengan 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

No	Pilihan Jawaban	Berbobot
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2019)

3.5 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019) Operasional variabel merupakan penjabaran dari variabel yang menggambarkan hubungan antara variabel tertentu untuk memudahkan dalam pengukuran variabel melalui beberapa indikator. Operasional variabel terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) sebagai definisi setiap variabel.

Sesuai dengan masalah yang telah diuraikan diatas, ada beberapa variabel yang tercantum yakni :

3.5.1 Variabel Bebas / Eksogen (X)

Menurut Sugiyono (2019) variabel bebas / eksogen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab timbulnya perubahan variabel endogen (terikat).

a. Harga (X1)

Menurut Tjiptono (2019) harga merupakan jumlah uang yang memiliki kegunaan sebagai alat bantu yang diperlukan untuk memperoleh atas suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler (2018:78) terdapat indikator dari variabel harga yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

b. Citra Merek (X2)

Menurut Sutiyono dan Brata (2020) citra merek merupakan bentuk atau identitas merek terhadap suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat membedakan suatu produk dengan produk lainnya.

Menurut Freddy Rangkuti dalam Qonita (2018) terdapat indikator dari variabel citra merek yaitu :

1. Nama baik
2. Mudah dikenal
3. Afinitas
4. Loyalitas merek

c. Kualitas Produk (X3)

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:249) kualitas produk adalah nilai positif terhadap suatu produk yang dapat memuaskan konsumen dengan menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam produk tersebut.

Menurut Owusu (2018:184) terdapat indikator dari variabel kualitas produk yaitu :

1. Fitur produk
2. Keandalan
3. Daya tahan
4. Kemampuan diperbaiki

d. Kualitas Pelayanan (X4)

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk atau jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang mampu memenuhi atau dapat melebihi harapan konsumen.

Menurut Tjiptono dan Candra (2019) terdapat indikator dari variabel kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti fisik
2. Reliabilitas
3. Kepastian
4. Daya tanggap
5. Empati

3.5.2 Variabel Intervening / Variabel Mediasi (Z)

Variabel Intervening / mediasi merupakan variabel perantara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi terhadap berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019).

Menurut Tjiptono (2020:21) keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen dapat mengenal produk dan melakukan evaluasi seberapa baik dari masing-masing alternatif tersebut dengan memutuskan untuk membeli salah satu produk yang sesuai.

Menurut Kotler dalam Susanti (2019:16) terdapat indikator dari keputusan pembelian yaitu :

1. Kemantapan pada suatu produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Melakukan pembelian ulang

3.5.3 Variabel Terikat / Endogen (Y)

Variabel terikat / endogen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas / eksogen (Sugiyono, 2019).

Menurut Tjiptono (2019) kepuasan konsumen adalah situasi atau kondisi yang ditunjukkan oleh konsumen bahwa kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu produk terpenuhi dengan baik.

Menurut Tjiptono (2019) terdapat indikator dari variabel kepuasan konsumen yaitu :

1. Dimensi kepuasan pelanggan
2. Konfirmasi harapan

3. Minat beli ulang
4. Kesiediaan untuk merekomendasikan

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu cara untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dengan tujuan untuk diuji kebenarannya sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono, 2019). Tujuan metode ini adalah untuk membatasi penemuan menjadi data yang konkret.

3.6.1 Structural Equation Modeling (SEM)

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis model persamaan jalur adalah *Structural Equation Modelling* (SEM). SEM merupakan salah satu metode analisis data yang digunakan untuk menguji arah hubungan yang relatif sulit dalam pengukurannya (Ghozali, Imam 2015).

Alasan peneliti dalam menggunakan metode SEM antara lain :

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

SEM terdiri dari 2 jenis yaitu :

1. *Covariance based structural equation modelling*

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 modelling*

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

3.6.2 Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) mampu menggambarkan variabel laten (tidak dapat diukur secara langsung) dan dapat diukur berdasarkan indikator-indikatornya (Ghozali, 2015). PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik terhadap data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (*missing value*) dan multikolinieritas. Alasan yang melatarbelakangi penggunaan alat uji PLS dalam penelitian ini antara lain :

- a. 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.
- b. PLS merupakan alat analisis data yang akurat dan tidak didasarkan pada beberapa asumsi.

Langkah pengujian menggunakan PLS dengan *Software Smart PLS* adalah sebagai berikut :

- a. *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, 2015).

- b. *Inner model* (inner relation) adalah hubungan antara 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, 2015).

Menurut Ghozali (2015) alat analisis data yang digunakan dalam pengujian PLS yaitu :

1. Model Pengukuran (Outer Model)

Tahap pertama dalam evaluasi model, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*). Terdapat dua model pengukuran dalam *outer model* antara lain :

A. Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk memperoleh nilai yang sebenarnya atau valid (Sugiyono, 2019). Didalam uji validitas terdapat 2 uji yang digunakan dalam sistem PLS antara lain :

1) *Convergent Validity*

Uji ini digunakan untuk mengetahui kesesuaian setiap hubungan indikator dengan variabel latennya. Pengukuran ini dianggap cukup apabila nilai *outer loading* diatas 0,7 dan nilai *Average Variance Ekstracted* (AVE) diatas 0,5.

2) *Discriminant Validity*

Pengukuran indikator refleksif (pencerminan indikator) yang didasarkan pada *cross loading* (membandingkan) dengan variabel latennya. Dengan nilai *cross loading* diatas 0,7 dimana nilai variabel ke variabel itu sendiri

juga nilai variabel ke variabel lain. Nilai diagonal / nilai teratas tidak boleh lebih kecil dari nilai yang lain.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah pengujian yang digunakan untuk melihat seberapa jauh pengukuran bebas dari variabel kesalahan acak. (Sugiyono, 2019). Terdapat dua cara pengukuran pada uji Reliabilitas dengan indikator reflektif yaitu :

1) *Composite Reliability*

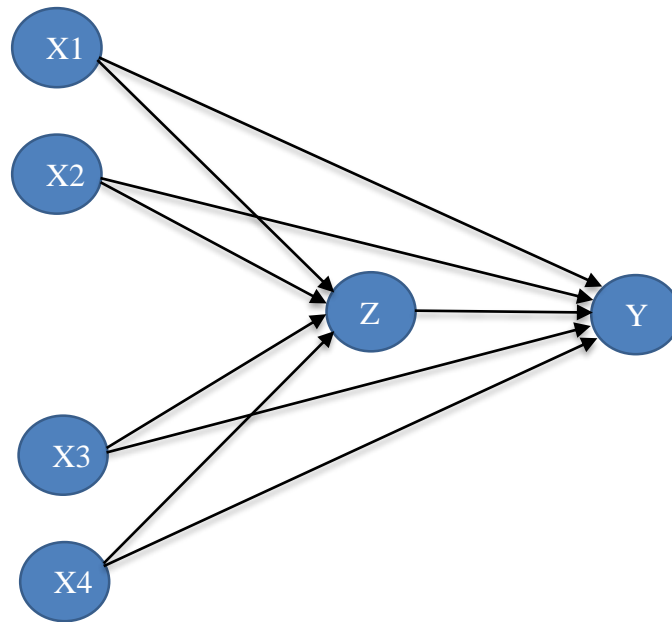
Indikator yang mengukur sebuah variabel dengan nilai reliabelnya $> 0,7$ walaupun pun bukan termasuk standart mutlak.

2) *Cronboach's Alpha*

Sebuah ukuran yang menggambarkan nilai reliabilitas semua indikator, yang nilainya diukur antara 0 sampai 1. Juga dapat dikatakan Reliabel jika nilai yang diperoleh diatas 0,7.

2. Model Struktural (Inner Model)

Inner model merupakan model yang digunakan untuk memprediksi hubungan sebab akibat antar variabel laten, Model ini juga sebagai syarat dalam uji SEM. Ghozali, Imam (2015).



Gambar 3. 1
Analisis Jalur

Model ini juga digunakan untuk melihat serta menganalisis nilai yang ada. Terdapat komponen yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (inner model) yaitu :

1) R-Square

R-Square merupakan nilai yang menggambarkan seberapa besar hubungan variabel X mempengaruhi variabel Y. Jika nilai R-Square sebesar 0,67 maka dapat dikatakan kuat, nilai 0,33 dikatakan moderat dan nilai 0,19 dikatakan lemah.

3. Uji Mediasi

Variabel mediasi (Z) berperan sebagai perantara hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) sehingga variabel independen (X) tidak langsung mempengaruhi berubahnya variabel dependen (Y).

Dalam pengujian ini terdapat 3 pengelompokan dalam uji mediasi yaitu :

a. *Non Mediation*

Jika hubungan antar variabel eksogen dan endogen positif dan variabel mediasi negatif

b. *Full Mediation*

Jika variabel eksogen dan endogen negatif dan variabel mediasi positif

c. *Partial Mediation*

Jika variabel eksogen dan endogen positif dan variabel mediasi juga positif

Dan juga dapat dilihat jika Nilai Koefisien $> 0,05$ yang bernilai negatif dan sebaliknya.

4. Uji Hipotesis

1. Menentukan formulasi hipotesis

a. H_{01} : harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

H_{a1} : harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

b. H_{02} : citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

- H_{a2} : citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- c. H_{03} : kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H_{a3} : kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- d. H_{04} : kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H_{a4} : kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- e. H_{05} : harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- H_{a5} : harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- f. H_{06} : citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- H_{a6} : citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- g. H_{07} : kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

- H_{a7} : kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- h. H₀₈ : kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- H_{a8} : kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
- i. H₀₉ : keputusan pembelian tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H_{a9} : keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
- j. H₀₁₀ : keputusan pembelian memediasi tidak berpengaruh positif dan signifikan hubungan antara harga terhadap kepuasan konsumen
- H_{a10} : keputusan pembelian memediasi positif dan signifikan hubungan antara harga terhadap kepuasan konsumen
- k. H₀₁₁ : keputusan pembelian memediasi tidak berpengaruh positif dan signifikan hubungan antara citra merek terhadap kepuasan konsumen
- H_{a11} : keputusan pembelian memediasi positif dan signifikan hubungan antara citra merek terhadap kepuasan konsumen

1. H_{012} : keputusan pembelian memediasi tidak berpengaruh positif dan signifikan hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

H_{a12} : keputusan pembelian memediasi positif dan signifikan hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

m. H_{013} : keputusan pembelian memediasi tidak berpengaruh positif dan signifikan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

H_{a13} : keputusan pembelian memediasi positif dan signifikan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

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 Coefisien atau Koefisien Jalur pada T-statistic

3. Kriteria keputusan

a) Bila $T\text{-statistik} > T\text{-tabel}$, maka H_0 dinyatakan ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y)

- b) Bila $T\text{-statistik} < T\text{-tabel}$, maka H_0 dinyatakan diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel (X) dengan variabel (Y)
- 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

