

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian adalah suatu proses atau metode yang dipakai untuk mendapatkan data. Dalam studi ini, menggunakan pendekatan kuantitatif, yang diartikan sebagai pendekatan sistematis untuk memahami fenomena dengan cara mengumpulkan data yang bisa dilakukan pengukuran dengan berbagai metode seperti statistik, matematika ataupun komputasi (Abdullah, 2022). Sugiyono (2022) untuk dapat mengumpulkan data, maka menggunakan instrumen penelitian, di mana data yang diperoleh dilakukan analisis secara kuantitatif memakai statistik deskriptif ataupun inferensial, yang kemudian disimpulkan rumusan hipotesis sebelumnya terbukti atau tidak. Dengan demikian, menggunakan pendekatan ini, penelitian dapat menghasilkan data numerik yang dapat diuji untuk melihat keterkaitan antar variabel pada hipotesis yang sudah dirumuskan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian atau dapat disebut sebagai variabel penelitian merupakan suatu hal yang menjadi perhatian dari peneliti (Abubakar, 2021). Penelitian ini berada dalam bidang manajemen pemasaran. Pada penelitian ini objek penelitiannya yaitu kualitas produk, suasana toko, minat beli ulang, serta kepuasan konsumen pada Janji Jiwa. *Brand* tersebut dikenal sebagai salah satu merek kopi lokal yang cukup populer di kalangan masyarakat dan memiliki jaringan yang luas, namun diidentifikasi terdapat tantangan dalam mempertahankan minat beli ulang konsumennya. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang hal-hal yang dapat mendorong konsumen untuk mengulangi pembelian menjadi hal penting agar dapat mempertahankan konsumen di tengah meningkatnya persaingan bisnis kopi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yaitu kelompok besar yang melibatkan objek ataupun subjek dengan karakteristik khusus yang ditentukan sebagai fokus kajian serta dasar penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2022). Dalam studi ini, populasinya yaitu konsumen Janji Jiwa. Jumlah pastinya populasi tersebut tidak dapat diketahui secara jelas karena jumlah konsumen akan terus berubah dan tidak ada data resmi yang menyatakan jumlah pastinya. Yoda (2024) menyatakan bahwa populasi infinit (populasi tidak terbatas) adalah populasi yang jumlah pastinya tidak teridentifikasi. Dengan demikian, populasi penelitian ini dikategorikan sebagai populasi infinit.

3.3.2 Sampel

Sugiyono (2022) sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih sebagai representasi dari seluruh populasi dalam suatu penelitian. Ketika populasi besar, peneliti kemungkinan tidak dapat meneliti semuanya karena karena terbatasnya biaya, tenaga serta waktu. Atas dasar ini, digunakan sampel yang berasal dari sebagian populasi tersebut (Azhari *et al.*, 2023). Pada penelitian ini, digunakan teknik *nonprobability sampling*. Sugiyono (2022) *nonprobability sampling* yakni teknik mengambil sampel, di mana tidak keseluruhan anggota populasi diberikan kesempatan yang setara untuk terpilih. Adapun jenis dari sampel tersebut yang digunakan yakni *sampling purposive*. Sugiyono (2022) *sampling purposive* yaitu teknik mengambil sampel yang didasarkan pada kriteria atau pertimbangan khusus. Jenis tersebut dianggap sesuai karena peneliti dapat memperoleh data dari responden dengan kriteria yang relevan sehingga dapat mendukung penelitian. Berikut kriteria responden dalam penelitian ini:

1. Pernah membeli produk kopi Janji Jiwa di Tangerang Selatan.
2. Domisili di Kota Tangerang Selatan.

Hair *et al.* (2019) sebaiknya ukuran sampel paling sedikit yaitu 100 atau dengan rumus menentukan jumlah sampel yaitu jumlah indikator x 5 hingga 10. Dengan 18 indikator yang ada dalam penelitian ini, maka

perhitungannya $18 \times 7 = 126$ responden. Peneliti menggunakan perkalian 7 agar jumlah sampel tidak berada di batas minimum yang berpotensi data kurang kuat secara statistik, namun juga tidak terlalu tinggi sehingga dapat realistis serta efisien untuk dikumpulkan. Dengan demikian, jumlah ini juga sudah memenuhi syarat minimum sampel yang disarankan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data diklasifikasikan menjadi dua yaitu data primer, kemudian sekunder. Data primer dikumpulkan secara langsung, misalnya melalui uji coba, wawancara, survei, ataupun lainnya. Lalu, data sekunder didapatkan dari sumber yang telah ada (Balaka, 2022). Penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria serta berisi pertanyaan mengenai variabel penelitian ini. Pertanyaan dalam kuesioner dikategorikan menjadi dua, yakni terbuka serta tertutup. Studi ini menerapkan pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan yang singkat dan telah disediakan pilihan jawaban (Nita, 2020).

Penyebaran instrumennya melalui *google form*. Kemudian, skala likert dipilih menjadi alat ukur untuk mengetahui sikap, pandangan ataupun persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu peristiwa yang terjadi (Abdullah, 2022). Kuesioner ini memiliki skala likert 1-4. Peneliti menggunakan skala 4 atau tidak ada pilihan jawaban netral agar jawaban yang diberikan responden lebih pasti dan tanpa ragu-ragu, hal ini penting untuk memperoleh data yang lebih jelas maupun terarah mengenai sikap atau persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Iriani *et al.* (2022) menyatakan penggunaan skala likert 4, tanpa opsi netral disarankan agar responden memberikan jawaban secara jelas dalam menyatakan pendapatnya, seperti mereka lebih cenderung setuju atau tidak setuju. Kemudian, Sugeng (2022) penelitian yang hanya memakai 4 pilihan jawaban bertujuan untuk menghindari ketidakpastian jawaban dari opsi tengah, ketika responden cenderung ragu, maka menyebabkan mereka akan lebih memilih opsi jawaban tengah (netral). Oleh sebab itu untuk menghindarinya, digunakan opsi 1-4.

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala	Keterangan
4	Sangat Setuju (SS)
3	Setuju (S)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: (Iriani *et al.*, 2022)

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional yakni penjabaran mengenai variabel yang disusun berlandaskan ciri-ciri serta indikator yang relevan dalam penelitian sebagai acuan dalam mengumpulkan data (Setyawan, 2021). Berikut definisi serta indikatornya:

Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pertanyaan
Minat Beli Ulang (Y)	<i>Repurchase intention</i> (minat beli ulang) adalah tindakan pembelian ulang oleh konsumen yang dilakukan setelah adanya pengalaman pembelian sebelumnya (pasca pembelian).	1. <i>Transactional intention.</i>	Saya ingin membeli kembali produk kopi Janji Jiwa di kemudian hari.
		2. <i>Referential intention.</i>	Saya akan memberikan rekomendasi mengenai produk kopi Janji Jiwa dengan orang lain.
		3. <i>Preferential intention.</i>	Saya lebih memilih produk kopi Janji Jiwa daripada merek lain.
		4. <i>Explorative intention.</i>	Saya akan mencari ulasan atau informasi lebih lanjut

			mengenai produk kopi Janji Jiwa.
Kepuasan Konsumen (Z)	Kepuasan konsumen adalah perasaan yang muncul setelah konsumen melakukan perbandingan antara hasil yang dirasakan dengan ekspektasinya.	1. <i>Expectations.</i>	Menurut saya cita rasa produk kopi Janji Jiwa dapat memenuhi ekspektasi saya.
		2. <i>Performance</i>	Saya merasa puas terhadap kualitas produk kopi Janji Jiwa.
		3. <i>Comparison.</i>	Saya puas terhadap aroma kopi Janji Jiwa setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan.
		4. <i>Confirmation</i>	Saya puas secara keseluruhan pada suasana toko Janji Jiwa.
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk yaitu karakteristik produk dalam memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen. Hal	1. Kinerja (<i>performance</i>)	Menurut saya produk kopi Janji Jiwa memiliki cita rasa yang baik.
		2. Estetika (<i>aesthetics</i>).	Menurut saya cara penyajian produk kopi Janji Jiwa menarik.

	tersebut mencakup kinerja, estetika, keunikan, reliabilitas, tingkat kesesuaian serta pemanfaatan.	3. Keunikan (<i>features</i>).	Menurut saya pilihan menu kopi Janji Jiwa beranekaragam.
		4. Reliabilitas (<i>reliability</i>).	Menurut saya rasa produk kopi Janji Jiwa selalu konsisten.
		5. Tingkat kesesuaian (<i>quality of conformance</i>).	Menurut saya kualitas produk kopi Janji Jiwa sesuai dengan standar yang ditentukan.
		6. Pemanfaatan (<i>fitness for use</i>).	Menurut saya tampilan kualitas produk Janji Jiwa sesuai dengan yang dipromosikan.
Suasana Toko (X2)	Suasana toko (<i>store atmosphere</i>) adalah persepsi konsumen terhadap elemen di dalam toko yang dapat memengaruhi perubahan suasana hati konsumen saat mereka masuk ke toko, yang awalnya	1. Musik.	Irama musik di Janji Jiwa membuat saya nyaman.
		2. Aroma wewangian.	Aroma kopi di Janji Jiwa membuat saya ingin berlama-lama di dalam toko.
		3. Pencahayaan.	Menurut saya pencahayaan di Janji Jiwa membuat produk menjadi jelas serta menarik.
		4. Warna	Warna toko Janji Jiwa menciptakan

	perasaan negatif dapat berubah menjadi positif.		persepsi yang positif dalam pikiran saya.
--	---	--	---

Sumber: Febrianty *et al.* (2023), Muharam *et al.* (2023), Setiawan (2020), dan Fauzi (2022)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software SmartPLS digunakan untuk penelitian ini. Teknik tersebut dipilih karena sesuai untuk menguji model pada studi ini dan SEM dapat menganalisis hubungan antar variabel yang langsung serta tidak langsung. Musyaffi *et al.* (2022) menyatakan model SEM dapat digunakan untuk memecahkan model eksplanatori, namun dalam praktiknya lebih sering diterapkan untuk model yang bersifat konfirmatori. Lebih lanjut dijelaskannya, PLS SEM yakni metode SEM yang proses evaluasinya dilakukan melalui inner model maupun outer model. Dengan software SmartPLS, peneliti dapat menganalisis model berbasis jalur atau *path models* sehingga dapat mengamati hubungan antara seluruh variabel dalam model yang kompleks, SmartPLS juga dilengkapi dengan fitur analisis mediasi dan moderasi untuk melihat peran variabel tersebut dalam suatu hubungan antar variabel, kemudian dapat digunakan secara luas dalam berbagai disiplin ilmu seperti manajemen, psikologi, dan lainnya, hal ini karena fleksibilitasnya dalam mendukung berbagai bentuk penelitian membuatnya relevan dalam banyak konteks (Supriyono *et al.*, 2024).

Sugiyono (2022) menyatakan penelitian kuantitatif menggunakan teknik analisis data berbasis statistik, baik deskriptif maupun inferensial. Lebih lanjut dijelaskannya, bahwa statistik deskriptif merupakan teknik untuk melakukan analisis data dengan menyajikan gambar atau penjelasan dari data yang diperoleh, tanpa melakukan penyimpulan atau generalisasi yang diterapkan secara luas. Data ini biasanya disajikan berbentuk grafik, tabel, piktogram, diagram lingkaran, perhitungan ukuran seperti *mean*, median, modus, desil, persentil, distribusi data, perhitungan penyebaran data lewat perhitungan rata-rata, persentase, serta standar deviasi. Selanjutnya, statistik inferensial adalah teknik untuk melakukan analisis data dari sampel serta

hasilnya dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan yang menggambarkan populasi. Jadi, analisis tersebut berdasarkan data hasil penelitian yang telah dikumpulkan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan.

3.6.1 Analisis Outer Model

Outer model yakni model pengukuran yang dapat memberikan penjelasan mengenai hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikator variabelnya (Hair *et al.*, 2022). Berikut berbagai pengujian yang dilakukan:

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Nilai validitas konvergen menunjukkan validitas dari berbagai indikator pengukuran. Hair *et al.* (2022) validitas konvergen mengacu pada seberapa besar konstruk mampu menjelaskan varian dari indikator-indikatornya. Validitas konvergen ini dapat dilihat dari faktor loading atau *outer loadings* serta *Average Variance Extracted* (AVE), yang di mana syarat *outer loadings* yang harus dipenuhi yaitu $> 0,7$. Kemudian, syarat untuk AVE yakni $> 0,5$.

2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan dimanfaatkan untuk melihat seberapa jauh suatu konstruk dapat dibedakan dari konstruk lain, yang dapat dilihat dengan memeriksa nilai cross loading faktor, ini dapat berfungsi untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang memadai satu sama lain. Oleh karena itu, penetapan validitas diskriminan menunjukkan bahwa suatu konstruk bersifat khas serta mampu merepresentasikan kejadian tertentu yang tidak dicerminkan oleh konstruk lainnya dalam suatu model. Kriteria pada pengujian ini yakni nilai indikator loading pada konstruk terkait harus lebih tinggi jika dibandingkan dengan *cross loadings* pada konstruk lainnya (Hair *et al.*, 2022).

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengacu pada keakuratan, ketepatan maupun konsistensi dari suatu alat ukur, yang di mana ketika dilakukan pengujian ulang akan menunjukkan hasil yang konsisten. Reliabilitas umumnya ditentukan dari *cronbach's alpha* yang mengukur batas bawah (nilai terendah) serta *composite reliability* mengukur batas atas (nilai tertinggi) reliabilitas suatu variabel. Nilai *cronbach's alpha* yang diterima melebihi 0,70. Lalu, *composite reliability* melebihi 0,70 agar dapat dikatakan reliabel (Hair *et al.*, 2022).

3.6.2 Analisis Inner Model

Inner model merupakan bagian dari pengujian model struktural yang bertujuan untuk melihat keterkaitan antar variabel laten (Hair *et al.*, 2022).

- Berikut berbagai pengujian yang dilakukan:

1. R-Square (R^2)

Menurut Hair *et al.* (2022) R-square menunjukkan besar atau kecilnya variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen pada model struktural. Pengujian ini didapatkan pada langkah analisis PLS-*Algorithm*. Nilai R-square berkisar 0 hingga 1 dengan tingkat nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kekuatan yang lebih tinggi juga. R-square dikatakan modelnya kuat 0.75, sedang yakni 0.50, serta lemah yakni 0.25. Jadi, semakin tinggi nilainya, maka variabel independen semakin besar menjelaskan variabel dependen.

2. F-Square (F^2)

Nilai *effect size* atau F-square (F^2) yakni penilaian tambahan yang dimanfaatkan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Meningkatnya nilai F-square, semakin tinggi juga pengaruh yang diberikan kedua variabel tersebut. Nilai ini juga didapatkan pada langkah analisis PLS-*Algorithm*. Ketentuan nilai F-square (Hair *et al.*, 2022):

- a. Dikatakan berpengaruh kecil saat nilainya 0.02.

- b. Dikatakan berpengaruh sedang saat nilainya 0.15.
- c. Dikatakan berpengaruh besar saat nilainya 0.35.

3. Q-Square (Q^2)

Nilai Q-Square (Q^2) merupakan ukuran yang digunakan untuk memberikan penilaian mengenai seberapa kuat kemampuan prediktif dari suatu model. Nilai ini berfungsi sebagai tolak ukur sederhana dalam menilai hasil dari PLS-SEM. Syarat penilaiannya yakni jika $Q^2 < 0$ maka memperlihatkan model memiliki kemampuan prediktif yang kurang baik (Hair *et al.*, 2022). Jadi, sebaliknya jika $Q^2 > 0$ maka memperlihatkan model memiliki kemampuan prediktif yang baik.

3.7 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yakni dugaan sesaat terhadap perumusan masalah dalam penelitian. Disebut sesaat atau sementara dikarenakan jawaban yang diusulkan hanya berdasarkan pada teori yang sesuai, namun belum didukung oleh data yang dikumpulkan dari penelitian. Jadi, pengujian hipotesis menjadi langkah penting dalam analisis data untuk menguji asumsi atau dugaan yang dibuat mengenai pengaruh antar variabel. Hair *et al.* (2022) menyatakan ketentuan untuk dinyatakan signifikan yaitu *T-statistics* $> 1,96$ (pada tingkat α 5%) serta *p-value* kurang dari 0,05. Lebih detail disajikan sebagai berikut:

1. H_0 ditolak serta H_a diterima: *T-statistics* $> 1,96$ (pada tingkat α 5%) serta *p-value* $< 0,05$.
2. H_0 diterima serta H_a ditolak: *T-statistics* $< 1,96$ (pada tingkat α 5%) serta *p-value* $> 0,05$.

Jadi, $H_0: \rho = 0$, menandakan tidak berpengaruh. Sedangkan, $H_a: \rho \neq 0$, menandakan berpengaruh.