

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menggunakan jenis penelitian survei, dengan menyebarkan kuesioner dalam pengumpulan data. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasar pada filsafat positivisme. Objek yang dapat diamati sebagai sasaran dalam penelitian kuantitatif, objek tersebut dapat diamati sebagian (sampel) atau secara keseluruhan (populasi). Data yang dikumpulkan dari objek berupa angka yang kemudian akan dianalisis dengan menggunakan perhitungan statistik. Dari perhitungan statistik tersebut dapat menggambarkan sesuatu yang dapat dimunculkan dalam bentuk tabel atau grafik (Sutisna, 2020).

3.2 Objek Penelitian

Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang diputuskan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, objek penelitian yang ingin diteliti adalah pelanggan yang pernah membeli produk Hanasui. Hanasui merupakan perusahaan lokal yang bergerak di bidang kosmetik.

3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2023 sampai bulan Juni 2023. Lokasi penelitian ini dilakukan di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada

penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk Hanasui di wilayah Jabodetabek.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel menggunakan beberapa pertimbangan tertentu untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti dengan sesuai kriteria yang diinginkan (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini terdapat beberapa karakteristik responden yaitu:

- A. Merupakan pelanggan atau pernah membeli produk Hanasui
- B. Minimal berusia 16 tahun.

Dalam pengambilan sampel, penulis menggunakan rumus Hair dikarenakan ukuran populasi belum sepenuhnya dipastikan diketahui. Hair (2017) menyarankan bahwa ukuran sampel 5 sampai 10 dikali indikator dari variabel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ukuran sampel 7 sehingga jumlah indikator sebanyak 18 dikali 7 ($18 \times 7 = 126$). Maka, ukuran sampel yang dibutuhkan adalah 126 sampel.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan oleh penulis dalam pengumpulan data yang kemudian data tersebut akan digunakan oleh penulis untuk memperoleh bahan, keterangan, dan informasi terkait dengan penelitian yang dilakukan (Imron, 2019). Dalam melakukan penelitian ini penulis menyebarkan angket atau kuesioner yang akan dijawab oleh responden melalui beberapa *social media platform*, seperti Instagram, Whatsapp, dan Telegram dalam memperoleh data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh dari subjek yang berhubungan dengan penelitian secara langsung

(Suryani et al., 2020). Sumber data primer diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada konsumen Hanasui.

Kuesioner ini berisikan tentang pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan topik yang akan diteliti untuk menguji hipotesis. Pengukuran data primer diukur dengan menggunakan skala likert dengan skor 1 sampai dengan 4 yang dimana semakin besar nilai skor maka artinya sangat setuju, sedangkan semakin kecil nilai skor maka artinya sangat tidak setuju.

Berikut merupakan alternatif jawaban beserta nilai skor berdasarkan skala yang digunakan :

Tabel 3.1 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

Sumber : Pranatawijaya et al., (2019)

3.6 Definisi Operasional

Menurut Koeswardhana (2020) Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana caranya mengukur variabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini, terdapat 3 (tiga) variabel yang digunakan, yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Kualitas Produk (X).

2. Variabel Mediasi (*Intervening variable*) adalah variabel yang menjadi penghubung atau mempengaruhi hubungan antara variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel mediasi pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Z).
3. Variabel Terikat (*Dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel lainnya. Variabel terikat pada penelitian ini adalah minat beli ulang (Y).

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item
Kualitas Produk (X) : karakteristik dari suatu produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan sesuai harapannya yang berkaitan dengan nilai dan kepuasan pelanggan. (Iroh Magfiroh, 2022).	1. Bentuk (<i>form</i>)	Ukuran, bentuk, dan struktur fisik sebuah produk
	2. Fitur (<i>feature</i>)	Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar pada suatu produk
	3. Penyesuaian (<i>costumization</i>)	Konsumen dapat membedakan produk tertentu dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan seseorang
	4. Kualitas kinerja (<i>performance quality</i>)	Tingkat utama karakteristik utama sebuah produk beroperasi

5. Kualitas kesesuaian (<i>conformance quality</i>)	Tingkat dimana semua produk sama persis dan memenuhi spesifikasi yang telah dijanjikan perusahaan
6. Ketahanan (<i>durability</i>)	Umur kegunaan suatu produk yang diharapkan dalam segala kondisi, merupakan atribut yang berharga untuk produk tertentu
7. Keandalan (<i>reliability</i>)	Ukuran kemungkinan produk tidak akan mengalami kerusakan atau kegagalan pada periode waktu tertentu
8. Kemudahan perbaikan (<i>repairability</i>)	Kemudahan perbaikan produk saat produk tidak berfungsi atau gagal
9. Gaya (<i>style</i>)	Gambaran penampilan dan rasa produk kepada pembeli
10. Desain (<i>design</i>)	Totalitas dari fitur yang mempengaruhi

		tampilan, rasa, dan fungsi sebuah produk berdasarkan kebutuhan pelanggan
<p>2. Kepuasan Pelanggan (Z) : Kepuasan pelanggan adalah komponen pengembangan nilai bagi pelanggan. (Hidayat & Resticha, 2019).</p>	1. <i>Re-purchase</i>	Pelanggan akan membeli kembali, pelanggan tersebut akan untuk mencari barang atau jasa ke perusahaan tersebut.
	2. Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i>	Pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
	3. Menciptakan citra merek	Pelanggan akan kurang tertarik pada merek dan iklan dari produk pesaing
	4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama	Pelanggan akan membeli produk lain dari perusahaan yang sama
3. Minat Beli ulang (Y) : keinginan dan tindakan	1. Minat Transaksional	Seseorang yang memiliki

<p>pelanggan untuk membeli ulang suatu produk akibat adanya kepuasan dan keinginan yang terpenuhi dari suatu produk (Purnamawati et al., 2020).</p>		kecenderungan untuk membeli produk
	2. Minat Referensial	Seseorang yang memiliki kecenderungan untuk mereferensikan produk kepada orang lain
	3. Minat Preferensial	Gambaran perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti apabila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya
	4. Minat Eksploratif	Gambaran perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut

Sumber : Olah Data Peneliti, 2023

3.7 Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode dalam pengolahan data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan model *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui aplikasi software SmartPLS 4.0. Menurut Hair et al., (2017) PLS-SEM bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh atau hubungan prediktif antar konstruk tersebut. Pengujian PLS-SEM dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat dan ideal untuk digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk pengembangan teori.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik. Terdapat 2 (dua) macam statistik, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Berikut penjelasan dari kedua statistik tersebut.

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk meneliti data dengan cara mendeskripsikan atau menampilkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sutisna, 2020). Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi dalam menganalisis data (Ghozali, 2018).

3.7.2 Analisis Statistik Inferensial

Menurut Talakua et al., (2020) statistik inferensial adalah teknik yang digunakan untuk meneliti data dari sampel yang kemudian hasilnya ditetapkan untuk populasi. Statistika inferensial berperan dalam teknik pengumpulan data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan (Mustafa, 2022).

3.8 Uji Measurement Model (*Outer Model*)

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah indikator yang menunjukkan bahwa alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Alat ukur mengukur data akan dikatakan tepat apabila validitas instrumen semakin tinggi. Uji validitas ini memastikan bahwa data yang dihasilkan oleh pertanyaan tidak berbeda dengan deskripsi variabel yang dimaksud (Amanda et al., 2019).

1. *Convergent validity*

Uji validitas konvergen dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya hubungan terhadap indikator penelitian dan variabel terikat. Validitas konvergen diteliti melalui program Smart PLS 4.0 untuk mengukur *outer loading* atau *loading factor* dan *average variance extracted* (AVE) (Yunia Aisyah, Mohammad Yahya Arief, 2022).

a) *Loading Factor* atau *Outer Loading*

Uji validitas konvergen dengan indikator reflektif dinilai dari *Loading Factor* untuk setiap indikator konstruk tersebut. *Rule of Thumb* untuk *Loading Factor* yang digunakan di PLS yaitu 0,6 (Syahbana, 2022).

b) *Average Variance Extracted* (AVE)

Uji validitas konvergen juga dapat dilihat berdasarkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dengan setiap konstruk nilainya harus lebih besar dari 0,5 (Syahbana, 2022).

2. *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan *cross loading* dengan pengukuran konstraknya. Dapat dikatakan validitas diskriminan apabila *cross loading* indikator pada variabelnya lebih besar dibandingkan variabel lainnya (Syahbana, 2022).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menentukan sejauh mana suatu pengukuran dapat menghasilkan hasil yang sama bila diulang pada subjek yang sama. Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan teknik formula *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Instrumen yang reliabel

adalah instrumen yang dapat menghasilkan data yang sama bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama (Dunakhri, 2018). *Composite Reliability*, menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya untuk diandalkan. Uji reliabilitas diukur dengan *Cronbach's Alpha* dengan suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* >0,6 pada setiap variabelnya (Jumhariyani, Gunawan Bata Ilyas, 2018). *Composite Reliability*, menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya untuk diandalkan. Masing-masing variabel dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* $\geq 0,6$. (Paula Elicia, 2020).

3.9 Uji Struktural (*Inner Model*)

Model Struktural atau *Inner Model* (*inner relation, structural model* dan *substantive theory*) mendeskripsikan hubungan berdasarkan teori substantif antara variabel laten (Silviana Melda Kolo, 2020). Uji *Goodness Of Fit* tidak mewakili ukuran yang cocok dan tidak disarankan digunakan (Henseler & Sarstedt, 2013). Namun, Henseler & Sarstedt (2012) juga menunjukkan bahwa GoF mungkin berguna untuk *Multiple Group Analysis* (PLS-MGA) ketika peneliti membandingkan hasil PLS-SEM dari kelompok data yang berbeda untuk model jalur PLS yang sama. Model struktural dievaluasi melalui beberapa kriteria yaitu :

Tabel 3.3 Kriteria Inner Model

Kriteria	Rule of Thumb
R-Square	R <i>Square</i> adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai R <i>square</i> sebesar 0,75 (kuat), 0,50 (moderat), dan 0,25 (lemah).

F^2 (<i>Effect size</i>)	F <i>Square</i> dapat mengukur efek pada variabel laten terhadap variabel lainnya. Nilai f <i>square</i> efek sebesar 0,35 (besar), 0,15 (sedang), dan 0,02 (kecil).
Q^2 (<i>Predictive relevance</i>)	$Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai <i>predictive relevance</i> dan jika $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa kurang memiliki <i>predictive relevance</i>

Sumber : Beberapa sumber penelitian, 2022

3.10 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan besaran nilai koefisien jalur yang dihasilkan. Melalui analisa jalur, peneliti akan dapat menguji adanya hubungan langsung maupun tidak langsung antar variabel penelitian (Kusumaningrini & Sudibjo, 2021). Pengujian statistik pada tiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan simulasi melalui Bootstrapping terhadap sampel yang akan diteliti. Menggunakan nilai statistic untuk alpha sebesar 5% atau (p-values <0,05 serta untuk T-statistics menggunakan 1,96. Apabila T-statistics >1,96 artinya variabel eksogen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap endogen, sedangkan apabila T-statistics <1,96 maka variabel eksogen berpengaruh tidak signifikan. (Syahbana, 2022).