

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini mengacu pada perspektif filsafat positivisme, dimana filsafat positivisme melihat fenomena yang akan diteliti sebagai hubungan yang dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, dapat diamati, terukur dengan sebab akibat. Hipotesis penelitian yang digunakan menunjukkan hubungan antara kedua variabel lain dan variabel yang mungkin dipengaruhi atau tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Oleh karena itu, dalam peneliti menggunakan metode survei yaitu mengumpulkan data melalui kuesioner untuk mendapatkan jawaban dari responden yang akan menjadi sampel penelitian (Arikunto, 2019).

3.2 Obyek Penelitian

Obyek penelitian yaitu karakteristik tertentu yang terdiri dari nilai, skor ataupun ukuran yang berbeda pada setiap unit ataupun individu yang berbeda, atau sebuah konsep yang diberi lebih dari satu nilai (Sugiyono, 2023). Adapun obyek penelitian ini pembeli produk Sari Roti Wilayah 1 yang meliputi Purwakarta, Bandung, Sukabumi dan Cianjur.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari secara lebih lanjut dan kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Dalam mendukung berjalannya penelitian ini maka peneliti perlu menentukan populasi yang akan diteliti adalah konsumen yang membeli produk Sari Roti pada wilayah 1 Jawa Barat

meliputi Purwakarta, Cianjur, Sukabumi dan Bandung. Karena populasi tidak diketahui besarnya maka sampel yang digunakan adalah 5-10 kali jumlah indikator (Hair, 2018).

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari secara lebih lanjut dan kemudian dapat ditarik kesimpulan Sugiyono (2023). Dalam mendukung berjalannya penelitian ini maka peneliti perlu menentukan populasi yang akan diteliti adalah konsumen yang membeli produk Sari Roti pada wilayah 1 Jawa Barat meliputi Purwakarta, Cianjur, Sukabumi dan Bandung.

2. Sampel

Di karenakan peneliti tidak mengetahui besarnya jumlah populasi, ukuran sampel terbaik untuk mengukur multivariate adalah 5-10 observasi setiap parameter yang di estimasi (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini jumlah indikator penelitian sebanyak 10 sehingga jumlah sampel adalah 28 kali jumlah indikator atau sebanyak $28 \times 5 = 140$. Sehingga jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 140 responden pembeli produk Sari Roti di Purwakarta, Cianjur, Sukabumi dan Bandung.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk penghimpunan data mampu dilaksanakan bersama sejumlah teknik yaitu dengan menggunakan teknik *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), serta perpaduannya (Sugiyono, 2023). Pada studi ini memakai data yakni:

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2023) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan memberikan list pertanyaan pada

langsung pada responden yang disebar pada wilayah 1 Jawa Barat meliputi Purwakarta, Cianjur, Sukabumi dan Bandung.

3.4.2 Data Sekunder

Dokumen yakni sejumlah fakta data yang tersimpan seperti profil perusahaan dan data pendukung yang ada Sari Roti, alat ataupun instrumen studi yang dipakai guna mengukur nilai variabel yang dikaji. Maka total instrumen hendak dipakai guna studi hendak bergantung terhadap total variabel yang hendak dikaji (Sugiyono, 2018). Skala *likert* dipakai dalam pengukuran argumen, karakteristik, serta pandangan individu ataupun golongan yang berhubungan peristiwa sosial. Pada studi peristiwa sosial ini sudah ditentukan secara spesifik oleh peneliti yang lalu dinamai selaku variabel studi (Sugiyono, 2018).

Tabel 3.1 Skala likert

Skala likert	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2023)

3.5 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

3.5.1 Variabel Independen

a. Harga (X1)

Harga (*price*) adalah patokan nilai tukar kesepadanan dari suatu produk dengan menggunakan ukuran uang. Harga harus mampu mewakili nilai dan tolok ukur dari produk (barang dan jasa) yang akan dikonsumsi. Mangkunegara (2019). menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

b. Promosi (X2)

Menurut Swastha, (2018) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa.

c. Brand image (X3)

Menurut Kotler & Armstrong (2018) adalah kepercayaan, ide, dan impresi seseorang terhadap sesuatu. Citra merupakan kesan, impresi, perasaan atau persepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu obyek, orang atau lembaga.

3.5.2 Variabel Independen

Minat beli (Z)

Menurut Kotler dan Keller (2019) minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

3.5.3 Variabel Intervening

Loyalitas pelanggan (Y)

Loyalitas menurut Tjiptono (2019) adalah situasi konsumen berpikiran baik atau positif pada perusahaan terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan, disertai pembelian ulang secara konsisten berikut tabel skala pengukuran :

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Loyalitas pelanggan (Z) (Griffin, 2020)	1. <i>Make regular repeat purchase</i>	a. Rata-rata pembelian ulang (membeli ulang produk atau jasa dengan banyak	Likert
			b. Membeli jasa atau produk tambahan	
		2. <i>Purchase</i>	a. Membeli produk dengan pelayan	

		<i>across product and servise lines</i>	yang sama (membeli produk atau jasa pada perusahaan yang sama).	
		3. <i>Refers other</i>	b. Memberi rekomendasi atau mempromosikan produk kepada orang lain (merekomendasikan penyedia jasa atau produk kepada orang lain atau menyampaikan hal positif ke orang lain).	
2	Minat beli (Z) Kotler dan keller (2019)	1. Pengenalan Kebutuhan	a. Informasi tentang dimana produk harus di beli b. Penyesuai produk dengan kebutuhan	Likert
		2. Pencarian informasi	a. kepercayaan b. Popularitas merek	
		3. Pemilihan Penyalur	a. Kemudahan mendapatkan produk b. ketersediaan produk	
4	Harga (X1) Kotler dan Armstrong (2018)	1. Harga yang dipersepsikan	a. Keterjangkauan harga b. kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan.	Likert
		2. Harga yang direferensikan	a. kesesuaian harga dengan kualitas produk b. kesesuaian harga dengan fasilitas.	
		3. Daya saing harga	a. Adanya penawaran harga yang baik b. Penyesuaian harga terhadap <i>brand</i>	

3	Promosi (X2) Kotler dan Keller (2019)	1. Periklanan	a. Efektifitas dari media periklanan	Likert
			b. Pesan media Periklanan	
		2. Promosi Minat Beli	a. Strategi promosi yang menarik	
			b. Promosi berupa potongan harga	
		3. Hubungan masyarakat	a. Komunikasi antara perusahaan terhadap masyarakat	
			b. Hubungan yang baik <i>brand</i> terhadap masyarakat	
5	<i>Brand image</i> (X3) Kotler dan Keller, (2019)	1. Strengthness (Kekuatan)	a. Fisik produk	Likert
			b. Fungsi dari produk	
		2. Favorable (Kesukaan)	a. Kemudahan pengucapan merek	
			b. Kemudahan mengingat merek	
			c. Kesesuaian antara kesan merek di benak konsumen	
		3. Uniqueness (Keunikan)	a. Variasi layanan, penampilan maupun nama dari sebuah merek dan fisik produk tersebut	

Sumber : Ditulis Oleh Peneliti, 2023

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data merupakan bagian dari tahap penelitian yang dilakukan ketika data yang akan digunakan dalam penelitian telah diperoleh dengan lengkap. Teknik penganalisan data ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi software yang bernama *Smart PLS* versi 3. *Least Square* (PLS) adalah salah satu alternatif metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang digunakan dalam penelitian untuk mengatasi permasalahan pada data. Ketika menggunakan teknik *PLS – SEM* lebih memungkinkan untuk memperkirakan model yang kompleks dengan memiliki banyak konstruksi,

variabel indikator, serta jalur struktural tanpa memaksakan asumsi distribusi pada data Ghazali, (2019) *Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* merupakan teknik analisis statistik multivariat untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsungnya suatu variabel laten. Suatu penelitian dapat menggunakan *PLS-SEM* sebagai metode analisis apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Tujuan penelitian adalah memprediksi dan pengembangan teori.
- b. Adanya konstruk pengukuran formatif dalam model struktural.
- c. Model struktural yang kompleks (terdapat banyak konstruk dan banyak indikator).

Ukuran sampel kecil dan atau data tidak terdistribusi normal.

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik secara variabel atau lebih (independen) sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain Hair *et al*, (2017) Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban dari hasil kuesioner. Data yang dilampirkan dalam statistik deskriptif berasal dari item-item jawaban kuesioner yang sudah disebar. Dengan cara pengelompokan dalam statistik deskriptif yaitu meliputi identitas responden yang digunakan antara lain: Nama, Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan.

3.6.2 Analisis Statistik Inferensial

Statistik inferensial adalah sebuah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya akan digeneralisasikan untuk populasi dimana sampel diperoleh. Metode statistik inferensial yang digunakan dalam analisis data penelitian ini adalah *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program *SmartPLS* versi 3.0. Analisis data statistik inferensial

diukur dengan *software SmartPLS* mulai dari kesesuaian model yang digunakan. Menurut Arikunto (2019). *Structural Equation Model* adalah sekumpulan teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit, sebagai teknik multivariat yang mengkombinasikan dengan analisis regresi dan analisis faktor untuk menilai sebuah rangkaian dari interelasi ketergantungan secara bersama.

3.7 Uji Measurement Model (Outer Model)

Dalam penelitian ini tahapan evaluasi model yang digunakan yaitu *Outer Model* atau analisis *measurement model*. Tahapan ini akan melakukan pengujian instrumen dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terkait dengan kuesioner untuk memastikan indikator-indikator yang akan digunakan merupakan valid dan reliabel ketika dianalisis lebih lanjut lagi.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Hair *et al.*, (2017) menyatakan bahwa uji validitas merupakan suatu indikator yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur suatu pernyataan berdasarkan kuesioner untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner tersebut. Semakin tinggi uji validitas yang ditunjukkan maka akan semakin akurat alat ukur yang digunakan dalam mengukur suatu data. Ketika terjadi tidak valid, maka harus melakukan perbaikan ataupun penghapusan data pada indikator penelitian hingga pada pengujian validitas berikutnya berdasarkan dengan hasil yang di dapat valid. Terdapat dua jenis validitas dalam uji validitas (Arikunto, 2019), yaitu:

a. Convergent Validity

Nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. *Outer Loadings* merupakan nilai yang ada pada variabel laten dan nilai dapat diterima jika indikator di $>0,60$

(Sugiyono, 2018). Nilai tahap evaluasi *Average Variance Extracted* dapat diharapkan jika nilai indikator $>0,50$ (Arikunto, 2019).

b. Internal Consistency Reliability

Tahap evaluasi untuk mengukur nilai bisa dibagi menjadi 2 yaitu: *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* (CA). Apabila *Cronbach's Alpha* $>0,60$ maka dianggap reliabel. Sedangkan *Composite Reliability* $>0,70$ (Arikunto, 2019).

c. Discriminant Validity

Nilai ini merupakan nilai *cross loading*, faktor yang berguna untuk mengetahui apakah nilai konstruk memiliki diskriminan yang memadai dengan membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain. Dengan demikian nilai dari masing-masing indikator harus lebih besar dari indikator lain (Hair *et al.*, 2017).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sesuatu alat yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan data yang dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten dan tidak berubah ketika masalah yang sama dilakukan dua kali atau lebih dengan alat ukur yang sama. Oleh karena itu, alat pengukur dapat dikatakan andal jika memberikan hasil yang sama bahkan setelah pengukuran berulang (Hair *et al.*, 2017). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa alat ukur dapat dikatakan reliabel ketika data yang dihasilkan konsisten walaupun telah melewati pengukuran yang berulang-ulang. (Hair *et al.*, 2017). Menurut Sugiyono (2023) pengujian reliabilitas dapat menggunakan Cronbach's Alpha menggunakan instrumen yang memiliki skornya bukan 1 atau 0. Perhitungan menggunakan Cronbach Alpha dapat diterima apabila perhitungan r hitung $> r$ table 5%.

3.8 Uji Structural Model (Inner Model)

Analisis *inner model* dapat dilakukan untuk dapat dipastikan bahwa model struktural yang dirangkai dapat diandalkan dan akurat. Tahapan evaluasi *inner model* atau yang biasa disebut dengan *inner relation*, *structural model* atau *substantiver theory*, yang dimana dapat menggambarkan suatu hubungan antar variabel laten yang berdasarkan pada *substantive theory*. Model struktural (*inner model*) adalah model yang dilakukan untuk memprediksi hubungan kausalitas antarvariabel laten. Pada saat memperkirakan model struktural yang menggunakan PLS, nilai R-Square dari setiap variabel laten endogen dianggap sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Hasil R-Square mewakili varian total dari konstruk yang telah dijelaskan oleh model struktural. Nilai f^2 terdiri dari 0, 2, 0, 15, dan 0, 35 yang sudah direkomendasikan oleh (Hair *et al*, 2017) Pada model struktural tersebut dilakukan analisis koefisien determinan (r^2) pada konstruk endogen dan melihat nilai signifikansi agar dapat mengetahui pengaruh antar variabel melalui prosedur *bootstraping* (Sugiyono, 2023). Tahapan ini dapat hadir dalam model *structural* dari berbagai bentuk. Uji structural model ini terdapat beberapa kriteria, antara lain:

Tabel 3.3 Kriteria Inner Model

Kriteria	Rule of Thumb
R-Square	<i>R Square</i> adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai <i>R square</i> sebesar 0, 75 (kuat), 0, 50 (moderat), dan 0, 25 (lemah).
f^2 (<i>Effect size</i>)	<i>F Square</i> dapat mengukur efek pada variabel laten terhadap variabel lainnya. Nilai <i>f 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 predictive relevance dan jika $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa kurang memiliki <i>predictive relevance</i>
---------------------------------------	---

Sumber : Sugiyono (2023)

Disini peneliti tidak memakai Gof (*Goodness Of Fit*) karena menurut Hair *et al*, (2017), menyatakan bahwa GoF mungkin berguna untuk analisis multi- kelompok (*PLS-MGA*) ketika peneliti membandingkan hasil *PLS-SEM* dari kelompok data yang berbeda untuk model jalur *PLS* yang sama. GOF tidak dapat secara andal membedakan model yang valid dari yang tidak valid, dan karena penerapannya terbatas pada pengaturan model tertentu, peneliti harus menghindari penggunaannya sebagai ukuran kecocokan. GOF berguna dengan baik untuk analisis multigrup *PLS*, (Hair *et al*, 2017).

3.9 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan *bootstrapping*. *Bootstrapping* adalah pengujian signifikan pengaruh variabel independen ke variabel dependen. *PLS-SEM* mengandalkan prosedur *bootstrap nonparametric* (Sugiyono, 2023) untuk menguji koefisien untuk signifikan. Dalam *Bootstrapping*, sejumlah besar sampel diambil dari sampel yang asli dan adanya penggantian. Penggantian berarti bahwa setiap kali pengamatan diambil secara acak dari populasi sampel. Oleh karena itu, pengamatan untuk setiap sampel *bootstrap* dapat dipilih lebih dari sekali atau mungkin tidak dipilih sama sekali untuk sampel. Menurut Sugiyono, (2018) kuantil normal dapat digunakan untuk menentukan nilai t kritis (atau nilai t teoritis) untuk pengujian signifikansi. Ketika ukuran nilai t empiris yang dihasilkan $> 1,96$ dapat diasumsikan bahwa koefisien jalur berbeda secara signifikan dari nol pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$; uji dua sisi). Tingkat signifikansi 5% menyiratkan bahwa nilai p harus lebih kecil untuk membuat hubungan yang dipertimbangkan signifikan.