

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini antara lain menyebarkan kuesioner dengan cara survei. Untuk mengumpulkan data kuantitatif secara rutin. Fokus utamanya adalah pada pengujian teori yang memanfaatkan variabel pengukuran numerik dan analisis proses statistik data. Ini adalah cara yang tepat jika Anda menganut positivisme, aliran pemikiran yang berupaya menjelaskan fenomena dengan membangun hubungan sebab akibat antara fenomena tersebut dan data numerik. Selain itu, peneliti menggunakan hipotesis untuk menunjukkan adanya hubungan antar variabel dan untuk mengesampingkan kemungkinan bahwa faktor lain mempengaruhi variabel tersebut. Sampel penelitian berasal dari tanggapan responden terhadap kuesioner survei.

#### **3.2 Objek Studi**

Objek, orang, atau subjek lain yang menjadi pusat perhatian peneliti dianggap sebagai objek penelitian jika mempertimbangkan atribut atau konteksnya yang bersangkutan. Konsumen yang memilih untuk membeli produk Kopi Kenangan menjadi subjek utama penyelidikan ini. Penelitian dapat dilakukan secara lebih menyeluruh dan menyeluruh dengan memusatkan perhatian pada objek tersebut.

##### **3.2.1 Populasi**

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa peneliti memutuskan berapa banyak dan jenis orang apa yang akan diteliti berdasarkan karakteristik agregat populasi. Orang yang pernah membeli produk Kopi Kenangan setidaknya satu kali dianggap sebagai bagian dari populasi dalam penelitian ini. Ukuran, komposisi, lokasi, waktu, dan identitas populasi yang akan diteliti harus didefinisikan dengan baik.

### 3.2.2 Sampel

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan strategi nonprobability sampling berdasarkan sampel purposif. Peneliti dapat mencapai representasi yang lebih akurat dari populasi yang diteliti dengan menggunakan metode pemilihan sampel ini. Peneliti dapat memilih sampel yang dapat diterima untuk fenomena yang diteliti dengan menggunakan pendekatan purposive sampling, meskipun sampel yang diperoleh dari populasi yang sama mungkin berbeda. dalam kriteria.

Dua variabel independen, kualitas produk dan lingkungan toko, masing-masing mempunyai enam indikasi; satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian, memiliki empat indikator; dan dua faktor mediasi, citra merek, masing-masing memiliki tiga indikator.

Menurut Rambut *et al.* (2014), peneliti seringkali tidak menyelidiki faktor-faktor yang berhubungan dengan ukuran sampel dari 50 observasi. Selain itu, penelitian biasanya menginginkan ukuran sampel 100 atau lebih. Sebagai pedoman umum, peneliti harus memiliki jumlah observasi setidaknya lima kali lebih banyak dari variabel yang akan dievaluasi dan diskalakan, dengan rasio 10:1 untuk setiap variabel. Jumlah indikator yang kini digunakan dalam penelitian adalah tiga belas. Berikut rumus jumlah sampel yang digunakan dalam uji klinis:

<p style="text-align: center;"><b>Sampel</b> Jumlah Indikator x 10 = 13 x 10 = <b>130</b></p>
---

Artinya dari total 130 responden yang bisa kami dapatkan

### 3.3 Populasi dan Sampel

Cari tahu Dalam hal ini, kami menggunakan kumpulan data utama yang berasal dari survei yang didistribusikan melalui platform internet seperti Instagram dan WhatsApp. Sugiyono (2018) mendefinisikan data primer sebagai informasi yang dikumpulkan langsung dari 36 sumber berbeda oleh peneliti dan pengumpul data. Data penelitian asli yang dikumpulkan dengan menggunakan skala Likert, dimana 1 sangat tidak setuju dan 4 sangat setuju, untuk mengukur hasil penyelidikan. Berikut kategori tanggapan pernyataan menurut skala yang digunakan.

**Tabel 1** Skala Likert

1	2	3	4
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

*Sumber: Sugiyono (2018)*

### 3.4 Definisi Operasional

Variabel operasional adalah variabel yang dapat didefinisikan, ditentukan, dan dibenarkan; ini juga dapat digunakan untuk menetapkan metrik operasional (Wahjono, 2021). Penelitian menggunakan tiga jenis variabel yang berbeda. Ini dia secara keseluruhan:

1. Satu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain adalah variabel bebas (atau independen). Kualitas Produk (X1) dan Suasana Ritel (X2) merupakan dua contoh variabel bebas.
2. Daripada ditempatkan langsung di antara kedua variabel, variabel mediasi atau penghubung (intervening) mungkin saja mempengaruhi keterkaitan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Mengubah kemitraan dalam penelitian Z1 adalah singkatan dari Brand Image.
3. Faktor independen dan mediasi dapat mempunyai pengaruh terhadap batasan variabel yang disebut juga dengan variabel dependen. Variabel pembatas dalam penelitian Disini kita mempunyai Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 2** Definisi Variabel Operasional

No.	Variabel	Definisi	Sumber	Indikator	Pernyataan
1	Kualitas Produk (X1)	Kualitas Produk dapat diartikan sebagai kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.	Naini (2022)	<i>Performance</i>	Produk yang tersedia di Kopi Kenangan dapat diandalkan kualitasnya
				<i>Materials</i>	Produk yang tersedia di Kopi Kenangan tidak pernah menggunakan bahan-bahan yang berada di masa kadaluwarsa
				<i>Durability</i>	Produk yang tersedia di Kopi Kenangan dapat diandalkan kualitasnya
				<i>Reliability</i>	Produk-produk yang ada di Kopi Kenangan sesuai dengan standar
				<i>Conformance</i>	Kopi Kenangan menyajikan hidangan yang spesifikasinya sesuai dengan daftar menu
2	Suasana Toko (X2)	Suasana toko adalah satu penataan lingkungan yang dirancang untuk membuat pelanggan merasa nyaman dalam berbelanja.	MH Wahyudin (2022)	<i>Cleanliness</i>	Bangunan Kopi Kenangan terlihat menarik dan bersih
				<i>Room Temperature</i>	Kopi Kenangan memiliki tingkat pencahayaan ruangan yang baik
				<i>Interior Displayed</i>	Kopi Kenangan memiliki pajangan atau dekorasi yang menarik
				<i>Exterior</i>	Papan nama Kopi Kenangan sangat jelas dan mudah dikenali
3	Citra Merek (Z)	Brand image adalah sebuah persepsi terhadap suatu merek yang akan selalu diingat dengan mudah oleh konsumen ketika mendengar nama suatu merek	Sari (2020)	<i>Brand Identity</i>	Kopi Kenangan sudah terkenal di kalangan masyarakat Indonesia
				<i>Brand Personality</i>	Kopi Kenangan relatif lebih murah dari pesaing
				<i>Brand Association</i>	Kopi Kenangan mudah diperoleh dimana saja
				<i>Brand Attitude and Behavior</i>	Kualitas merek Kopi Kenangan sesuai dengan fungsinya
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu pendekatan dalam pemecahan masalah yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli produk atau jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.	Lestari & Wahyono (2021)	<i>Perceived need</i>	Saya melakukan pembelian Kopi kenangan karena sudah membandingkan merek lain
				<i>Pre-purchase activities</i>	Saya melakukan pembelian Kopi Kenangan karena sudah mencari tahu manfaat yang di tawarkan oleh produk lain
				<i>Usage behavior</i>	Saya membeli Kopi Kenangan karena sudah banyak di kenal di mata masyarakat
				<i>Post-purchase behavior</i>	Saya membeli Kopi Kenangan karena varian yang menarik perhatian

### 3.5 Teknik analisis data

Penelitian dengan menggunakan data mendalam Setelah selesai pengumpulan data, dilakukan hal ini. Untuk menganalisis data, kami menggunakan SmartPLS versi 3, sebuah aplikasi yang menggunakan *Partial Least Square* (PLS), sebuah metodologi dari *Structural Equation Modeling* (SEM). Tanpa membuat asumsi apa pun tentang distribusi data, PLS-SEM membuat penilaian model yang canggih dapat dilakukan.

Statistik kualitatif dan inferensial juga merupakan bagian dari analisis data, selain PLS. Gunakan statistik informatif untuk menggambarkan distribusi dan frekuensi jawaban dari kuesioner yang telah diproses dalam bentuk tabel dan diskusi. Hasil yang diperoleh dari tanggapan peserta survei dianalisis untuk menjelaskan ciri-ciri sampel penelitian. Analisis inferensial statistik adalah alat dalam bidang teknik yang dapat digunakan untuk mengevaluasi hipotesis dan menarik kesimpulan dari penelitian. Metode analisis Metode ini baik digunakan jika populasinya sudah terdefinisi dengan baik dan proses pengambilan sampelnya dilakukan secara acak. Metode analisis yang bersifat mendasar ini digunakan untuk menarik kesimpulan setelah menganalisis suatu kelompok kecil dengan menggunakan data induk (sampel) yang diterima dari populasi. Penilaian suatu model dalam PLS SEM terdiri dari dua langkah yaitu inner model dan outside model. Uji validitas dan reliabilitas merupakan penilaian terhadap model penilaian yang merupakan outer model. Setelah itu, kita memiliki model fundamental, yang juga dikenal sebagai model dalam. Dalam penelitian analisis struktural, terdapat sejumlah komponen yang dijadikan spesifikasi inner model. Salah satunya adalah nilai R-Square yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat variasi variabel terikat relatif terhadap variabel independen. Nilai R-Square sebesar 0,75 menunjukkan model kuat, sedangkan nilai di bawahnya menunjukkan model sedang atau lemah. Langkah selanjutnya adalah evaluasi. Nilai t yang dianggap signifikan, dengan menggunakan format dua ubin, adalah 1,65 (10%), 1,96 (5%), dan 2\0,58 (1%). Selain itu, evaluasi Q-Square mengambil bentuk model prediksi yang relevan, di mana setiap indikasi berkontribusi terhadap kekuatan prediksi model secara keseluruhan. Konstruksi laten endogen.

Beberapa manfaat SmartPLS menurut Praditya (2024) adalah sebagai berikut:  
the

1. Salah satu alat untuk statistik lunak adalah Smart Partial Least Square ( SmartPLS ), yang bertujuan untuk melakukan hal yang sama seperti Lisrel dan AMOS: menilai hubungan antar variabel.
2. Pertimbangkan pendekatan SmartPLS dan kekuatannya yang luar biasa. Asumsi dapat menentukan perbedaan, oleh karena itu jawabannya bisa ya atau tidak.
3. Analisis memerlukan jumlah sampel yang sangat minimal. Satu hal yang perlu diingat saat menggunakan SmartPLS adalah adanya batasan baik dari segi ukuran sampel maupun kompleksitas model.
4. Distribusi data untuk analisis SmartPLS No harus mengikuti distribusi normal karena data penelitian yang digunakan dalam analisis SmartPLS menggunakan metode bootstrapping atau pengambilan sampel secara acak. Jadi, tidak ada persyaratan untuk ukuran sampel minimum dan asumsinya adalah keadaan normal PLS tidak akan menjadi masalah.
5. Evaluasi karyawan Sistem smartPLS dapat mengevaluasi model SEM baik secara formatif maupun reflektif. Berbagai indikator dalam satu model untuk pengukuran skala. Dengan demikian, dimungkinkan untuk menguji segala bentuk skala (kategori rasio, Likert, dll.) dengan menggunakan model tunggal.

### **3.6 Uji Model Pengukuran ( Outer Model )**

#### **3.6.1 Uji validitas**

Salah satu cara untuk mengetahui validitas suatu kuesioner adalah dengan melihat hasil uji validitasnya. Kemampuan suatu instrumen dalam mengukur data masukan secara akurat sebanding dengan tinggi nilai uji validitasnya. Untuk memperoleh temuan yang lebih dapat diandalkan pada uji validitas berikutnya, penting untuk memperbaiki atau menghilangkan tanda-tanda yang salah dari penelitian. Dalam uji validitasnya, Hamid dan Anwar (2019) membedakan dua bentuk validitas, yaitu:

#### **a. Validitas konvergen**

Di Ambang Validitas Pengukuran yang dilakukan pada masing-masing konstruk memiliki tingkat korelasi yang tinggi, yang dapat dikaitkan dengan konsep ini. Indikator uji validitas Terlihat dari *faktor mark loading* mencerminkan uji *validitas konvergen* . Menurut Ghazali dan Latan (2015), agar suatu konstruk indikator dianggap valid untuk evaluasi, *faktor pemuatan nilai* harus lebih besar dari 0,70. Untuk studi yang bersifat *konfirmasi* , nilai sementara adalah 0,7, dan untuk evaluasi, average variance extrancted (AVE) harus lebih besar dari 0,5.

#### **b. Validitas diskriminan**

Keandalan Hal ini mungkin ada hubungannya dengan prinsip *validitas konvergen* , yang menyatakan bahwa harus ada korelasi yang baik antara pengukuran setiap dimensi indikator uji *validitas diskriminan* Mark cross loading menunjukkan hal tersebut, sehingga nilai setiap indikator harus lebih besar dari 0,7 ( Ghazali & Latan, 2015). *Validitas diskriminan* yang baik ditunjukkan oleh akar AVE yang dikuadratkan untuk semua konstruk tambahan, dengan nilai korelasi yang besar antar konstruk dalam model.

### **3.6.2 Tes kepercayaan**

Amanda *et al.* (2019) menyatakan bahwa tes yang dapat diandalkan adalah instrumen yang dapat digunakan peneliti untuk mendapatkan informasi yang dapat dipercaya. Sejauh ini, kami telah menunjukkan bahwa penting untuk mengukur temuan secara konsisten sehingga temuan tersebut tidak berbeda ketika masalah yang sama diukur dua kali atau lebih dengan menggunakan instrumen yang sama. Jika hasilnya tetap konsisten dalam beberapa pengukuran, maka instrumen tersebut dianggap dapat diandalkan (Amanda *et al.* , 2019). Hasil survei mungkin dianggap valid jika tidak menunjukkan perubahan signifikan dari waktu ke waktu. Untuk melakukan kuesioner yang merupakan metode penilaian reliabilitas, perlu dipastikan bahwa variabel-variabel dalam kuesioner tersebut valid. Artinya perhitungan validitas harus dilakukan terlebih dahulu sebelum dapat dihitung reliabilitasnya. Tidak perlu melanjutkan uji reliabilitas bila pernyataan kuesioner tidak valid.

Hamid dan Anwar (2019) menegaskan bahwa reliabilitas tes berguna untuk menunjukkan presisi, konsistensi, dan alat pengambilan keputusan ketika

menilai indikator reflektif untuk konstruk. Prinsip Dasar Ketergantungan komposit harus lebih dari 0,70 untuk menilai ketergantungan dari konstruksi yang ditandai. Sedangkan Composite Reliability yang mungkin memberikan lebih banyak temuan dengan premis yang memperkirakan dari parameter yang tepat, lebih disarankan dibandingkan menggunakan Cronbach's Alpha untuk menilai struktur bernilai pada level rendah (under estimasi).

### **3.7 Model Struktural ( Inner Model )**

Salah satu cara untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori adalah melalui penggunaan model struktural, yang merupakan nama lain dari penilaian stage-inner model. Kerangka analitis Tujuannya di sini adalah untuk meramalkan hubungan sebab akibat antara variabel laten. Prediksi kekuatan model struktural pada Partial Least Square (PLS) didasarkan pada nilai R-Square seluruh variabel laten endogen. Ditunjukkan dengan nilai F2 yang merupakan kuatnya pengaruh variabel laten terhadap variabel endogen. Gunakan proses bootstrapping dan analisis koefisien determinan (R2) untuk menguji pengaruh variabel dan menunjukkan relevansinya. Saat mengevaluasi model struktural, kriteria berikut dipertimbangkan:

1. Validitas konstruk : Verifikasi konsep pengukuran konsep dengan Baik dengan memeriksa variabel laten dan indikator model yang mencerminkan.
2. Keandalan : Verifikasi bahwa semua indikator mengukur konsep yang sama secara konsisten.
3. Kualitas kesesuaian model: Memeriksa sejauh mana model struktural terhadap data menggunakan metrik kesesuaian seperti Indeks Kesesuaian (GFI) atau Indeks Kesesuaian yang Disesuaikan (AGFI).
4. Varians yang dijelaskan: Menghitung sejauh mana variabel laten yang terkait dapat menjelaskan besarnya varians dalam variabel endogen.
5. Koefisien signifikansi : Verifikasi signifikansi statistik dari variabel laten dengan memeriksa hubungan koefisien.
6. Bootstrapping : Untuk mendapatkan perkiraan rentang kepercayaan yang lebih tepat untuk parameter model, kita dapat menggunakan metode bootstrap.

7. Validasi silang: Menjalankan performa model pada banyak sampel data adalah cara yang baik untuk memastikan validitasnya. Pastikan temuan tersebut dapat diterapkan pada pasar yang lebih luas.
8. Prediksi akurasi : Memeriksa nilai R-Square dan RMSE (Root Mean Square Error) untuk menentukan kapasitas model struktural solid dalam meramalkan variabel endogen tertentu.
9. Uji ketahanan: Memverifikasi prediktabilitas dan konsistensi model dengan membandingkannya dengan hipotesis lain atau mengubah parameter tertentu.

### 3.8 Uji hipotesis

Dengan memperhatikan karakteristik populasi yang diperoleh dari sampel, pengujian hipotesis memungkinkan seseorang untuk membuat penilaian atau menarik kesimpulan terkait dengan hipotesis yang telah dikembangkan. Pengujian ini menggunakan nilai probabilitas dan *T-statistik* . Hipotesis nol dapat ditolak dan hipotesis alternatif dapat diterima dalam pengujian hipotesis jika nilai  $p$  (probabilitas) kurang dari 0,05 atau jika nilai *T-statistik* melebihi 1,96 (untuk alpha 5%). Hipotesis alternatif dapat ditolak, tetapi hanya jika *T-statistiknya* kurang dari 1,96.