

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif merujuk pada sebuah teknik penelitian yang didasarkan positivistic yang memiliki arti data konkrit dan metode ini digunakan untuk menganalisis dan menginvestigasi suatu populasi atau sampel khusus. Semua data dikumpulkan memakai instrument penelitian lalu diteliti secara statistik, yaitu bermaksud menggambarkan serta melakukan uji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan sampel yang banyak atau besar dimana jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian perbandingan atau biasa disebut dengan penelitian komparasi. Dengan menerapkan pendekatan kuantitatif, dapat menentukan tingkat signifikansi dari perbedaan antara kelompok atau hubungan antara variabel yang sedang diselidiki. Penelitian ini memanfaatkan salah satu metode penelitian kuantitatif berupa penelitian dengan survey (Sugiyono, 2019).

Penelitian survey adalah sebuah jenis penelitian yang menggunakan angket atau kuesioner sebagai salah satu alat penelitian, dan penelitian ini dapat dilakukan untuk populasi kecil maupun besar. Dimana data yang diteliti berasal dari sampel yang dihimpun dari populasi sehingga memungkinkan peneliti dalam mengevaluasi kejadian yang relative, distribusi, dan hubungan antara berbagai variabel (Sugiyono, 2019). Menurut Ardian (2013), penelitian survey dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari responden melalui kuesioner atau angket dan penelitian survey terfokus pada pengumpulan data dari sebagian sampel populasi dengan tujuan mewakili keseluruhan populasi.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sebuah target ilmiah dengan tujuan memperoleh data berdasarkan kepentingan untuk kegunaan tertentu mengenai sebuah hal yang berkarakter objektif, valid, dan dapat diandalkan atau terbukti dalam variabel yang spesifik. Objek penelitian dapat dimaksudkan sebagai karakteristik atau nilai-nilai yang dimiliki oleh individu, objek, maupun kegiatan dengan menunjukkan variasi yang telah ditentukan oleh peneliti untuk tujuan pengkajian dan penarikan kesimpulan. Objek penelitian merupakan sebuah sasaran dimana dapat membentuk inti objek utama yang akan diteliti oleh peneliti untuk dapat didalami secara lebih mendalam (Sugiyono,

2019). Penelitian ini melibatkan objek penelitian yaitu pelanggan yang mengambil keputusan pembelian minuman di Kopi Panam.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merujuk pada semua unsur yang menjadi wilayah pengamatan penyamarataan yang dimana unsur tersebut melibatkan aspek-aspek yang akan diukur pada penelitian. Ini merupakan kumpulan sebuah unit yang nanti akan diteliti, dengan melibatkan objek atau subjek dengan kapasitas atau karakter yang sudah ditentukan peneliti untuk dianalisis hingga disimpulkan hasilnya (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan populasi yaitu konsumen Kopi Panam di Pamulang, Tangerang Selatan dimana merupakan individu yang telah melakukan pembelian di Kopi Panam setidaknya 2 kali.

3.3.2 Sampel

Sampel termasuk bagian dari populasi, yang dimana karakteristik yang di dapat dari populasi akan dijadikan sebagai sampel. Sehingga peneliti harus cermat dalam menentukan besarnya sampel tersebut. Menurut (Sugiyono, 2019) dalam (Junaidi et al., 2017) sampel merupakan sebagian dari jumlah karakteristik berdasarkan dengan populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *non-probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan sampel yang tidak dipilih secara acak ataupun dengan tidak memberikan peluang maupun kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel menurut Sugiyono (2019) dalam (Imron, 2019).

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yang dimana menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah suatu teknik dalam penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh dapat representatif atau dapat dikatakan mampu mewakili populasi yang ditentukan oleh peneliti. Sampel yang diperoleh dari populasi yang sama belum tentu memiliki kriteria yang sama dengan fenomena yang diteliti. Berdasarkan kriteria yang diinginkan oleh peneliti dalam menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu:

1. Pernah melakukan membeli produk Kopi Panam minimal sebanyak 2 kali.
2. Konsumen berdomisili Tangerang Selatan.

Hair et al., (2019) mengemukakan sebuah ukuran sampel yang optimal perlu sebanyak 100 atau lebih. Sesuai dengan aturan yang ada bahwa total sampel minimum semestinya lebih banyak sebesar lima kali dari jumlah banyaknya butir pertanyaan yang ingin dianalisis, lalu selain itu ukuran sampel setiap variabel akan mampu lebih diterima jika memiliki rasio 10:1.

Penelitian ini memiliki 14 indikator dengan butir pertanyaan sebanyak 14, sehingga perhitungan yang digunakan adalah jumlah butir pertanyaan dikali dengan 10 sehingga penelitian ini menggunakan sampel dengan nilai minimal sebanyak 140 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran angket atau kuesioner secara *online* melalui media sosial seperti Instagram dan Whatsapp. Menurut Sugiyono dalam (Rofiq & Hufon, 2018) yang menyatakan bahwa data primer adalah sumber data yang diperoleh atau didapatkan oleh pengumpul data maupun peneliti secara langsung. Data primer yang dilakukan peneliti untuk melakukan penelitian dapat diukur dengan menggunakan skala *Likert* dengan skala 1 sampai 4 yang berarti sangat tidak setuju-sangat setuju. Berikut adalah kategori jawaban dari pernyataan berdasarkan skala yang digunakan:

Tabel 3. 1 Kategori Jawaban Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2018)

3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional diartikan sebagai cara praktis atau operasional untuk menggambarkan sebuah variabel dengan didasarkan karakteristik yang dapat diukur atau diamati sehingga mampu memberikan kesempatan kepada peneliti agar dapat melakukan pengamatan dan pengukuran dengan cara yang tepat pada objek tertentu yang sedang diteliti. Definisi operasional mampu mendeskripsikan variabel penelitian dengan sangat baik sehingga variabel tersebut bersifat spesifik dan terukur, hal ini didasarkan oleh penelitian (Nurdin & Hartati, 2019) Terdapat 4 (empat) macam variabel yang digunaksn dalam penelitian ini:

1. Variabel Independen (X): Kualitas Produk (X1), Harga (X2)
2. Variabel Mediasi: Keunggulan Bersaing (Y)
3. Variabel Dependen (Z): Loyalitas Konsumen (Z)

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan
<i>Kualitas Produk (X1)</i> , adalah produk yang dapat menghasilkan ketertarikan kepada konsumen sehingga dapat menjalin relasi yang baik antara konsumen dengan penghasil produk Mentang et al., (2021).	1. Kinerja (<i>Performance</i>)	Membuat produk dapat melakukan fungsi dan tugas yang diharapkan oleh pelanggan.	1. Saya merasa produk Kopi Panam sesuai dengan harapan saya.
	2. Fitur (<i>Features</i>)	Dapat meningkatkan nilai dan kebutuhan.	2. Saya merasa nilai – nilai dari kualitas produk Kopi Panam sudah sesuai dengan kebutuhan pasar.

	3. Kesesuaian (<i>Conformance</i>)	Kemampuan produk untuk berfungsi dengan konsisten.	3. Saya merasa cipta rasa dari produk Kopi Panam sudah konsisten dari waktu ke waktu.
	4. Persepsi Kualitas (<i>Perceived quality</i>)	Kemampuan produk untuk penggunaan jangka panjang.	4. Saya merasa produk Kopi Panam mempunyai kualitas yang membuat menjadi jangka panjang.
<p><i>Harga (X2)</i>, adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk membeli sejumlah barang, jasa, atau kombinasi keduanya (Nurfauzi et al., 2023).</p>	1. Keterjangkauan Harga	Keterjangkauan harga produk dan layanan bagi pelanggan.	5. Saya merasa harga produk Kopi Panam sebanding dengan kualitas yang diberikan.
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	Melakukan evaluasi agar cipta rasa bisa sama dengan harga terjangkau.	6. Saya merasa produk Kopi Panam memiliki variasi harga yang sesuai dengan berbagai kebutuhan atau prefensi konsumen.

	3. Daya saing harga.	Bertindak agar bisa menjadi salah satu yang terbaik.	7. Saya sering mencari discount atau promo yang ada di Kopi Panam.
<p><i>Keunggulan Bersaing (Y)</i>, adalah jantung kinerja perusahaan didalam pasar yang bersaing Nizam et al.,(2020).</p>	1. Persaingan merek	Memahami merek persaingan di pasar.	8. Saya merasa produk yang ada di Kopi Panam memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk sejenis dari pesaing.
	2. Persaingan industry	Bertindak sebagai memahami, mengevaluasi, dan merespon.	9. Saya merasa layanan terhadap pelanggan sudah sangat baik dibandingkan pesaing.
			10. Saya merasa jika ada komplek yang diberikan oleh pelanggan terhadap kinerja kami, maka langsung segera diperbaiki.

	3. Persaingan bentuk	Persaingan dalam hal aspek atau estetika produk.	11. Saya merasa produk Kopi Panam sudah menawarkan nilai tambah atau manfaat tambahan dibandingkan dengan pesaing.
	4. Persaingan umum	Bertindak sebagai persaingan secara menyeluruh di pasar.	12. Saya merasa produk Kopi Panam memiliki reputasi yang lebih baik dibanding produk pesaing.
<p><i>Loyalitas Konsumen (Z)</i>, merupakan sikap kesetiaan yang ditunjukkan oleh pelanggan terhadap penyedia jasa atau layanan Hamdali & Melinda (2021)</p>	1. Melakukan pembelian ulang.	Mempengaruhi keputusan pelanggan.	13. Saya sudah sering menggunakan produk dari Kopi Panam.
	2. Mendapatkan kepercayaan pelanggan	Bertindak sebagai mempengaruhi untuk bisa mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.	14. Saya sudah merasa loyal terhadap Kopi Panam dibanding dengan merek pesaing.
	3. Memberikan respon positif.	Memberikan layanan yang terbaik.	15. Saya akan merekomendasikan produk Kopi Panam kepada teman atau

			keluarga.
--	--	--	-----------

Sumber: Berdasarkan Beberapa Penelitian, (2024)

3.6 Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan metode untuk menganalisis data berupa analisis Structural Equation Modelling (SEM) melalui pendekatan berbasis Partial Least Squares (PLS), kemudian memakai perangkat lunak yaitu smartPLS. Berdasarkan Hair et al., (2019), SEM merupakan sebuah teknik pendekatan multivariat yang menggabungkan bagian-bagian dari analisis regresi dan analisis faktor yang dimana memungkinkan untuk penilaian hubungan antara variabel laten secara bersamaan. PLS – SEM adalah sebuah pendekatan yang menggunakan variasi untuk mengevaluasi model persamaan struktural dengan menggunakan total varian yang dijelaskan sebagai variabel laten endogen. Metode SEM – PLS memiliki berbagai keunggulan termasuk kemampuan untuk memproyeksikan model dengan dasar teori yang kurang kuat, kemampuan untuk menggunakan jumlah sample berukuran kecil, bahkan kemampuan untuk digunakan baik untuk komponen formatif maupun reflektif. (Putri & Deniza, 2018). Penelitian yang sedang dilakukan ini memiliki dua teknik analisis yang diterapkan yaitu statistik deskriptif, statistik inferensial.

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif mampu diartikan sebuah pendekatan matematis yang dipergunakan ketika menguji data dengan merangkum serta memberikan gambaran perolehan data yang didapat tidak dengan tujuan untuk menggeneralisasi atau menarik kesimpulan yang relevan bagi populasi umum. Pada suatu statistik deskriptif akan melibatkan penyajian data dengan menggunakan tabel, pictogram, diagram dan grafik, serta estimasi median, modus, rata-rata, dan distribusi data melalui rata-rata, standar deviasi, hingga presentase (Sugiyono, 2018).

3.6.2 Analisis Statistik Inferensial

Statistik inferensial yaitu metode pendekatan statistik dimana nantinya mampu menafsirkan sekelompok kecil data suatu sampel lalu kemudian menggeneralisasikan, meramalkan, dan menentukan kesimpulan terkait populasi asal sampel tersebut (Sugiyono, 2019). Dalam analisis Partial Least Squares (PLS), terdiri dari dua model

yakni model pengukuran (outer model), dan model struktural (inner model) dimana model struktural diterapkan untuk menguji validitas dan reliabilitas, sementara model pengukuran dipakai untuk menguji hipotesis.

3.6.3 Uji Measurement Model (Outer Model)

Outer model menggambarkan seperti apa keterkaitan setiap indikator terhadap variabel laten, dan model ini menetapkan jenis atau karakteristik indikator untuk setiap variabel laten berdasarkan definisi operasional apakah bersifat reflektif atau formatif. (Putri & Deniza, 2018). Analisis ini digunakan untuk mengetahui serta menilai model uji validitas dan yang satunya yaitu untuk menilai uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validity test adalah sebuah teknik yang dipakai untuk menilai apakah suatu kuesioner memiliki validitas atau tidak. Validitas suatu kuesioner dapat dinyatakan valid ketika pertanyaan-pertanyaan yang terkandung didalamnya mampu menguklur apa yang ingin dinilai oleh kuesioner yang tersedia (Ghozali, 2018). Tingkat validitas yang tinggi menunjukkan suatu instrument yang valid, dan suatu instrument dapat disebut valid ketika mampu mengukur bahkan secara tepat mengungkapkan data berdasarkan variabel yang diteliti (Arni & Nuraini, 2022).

a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen dapat dikatakan sebuah metode untuk menentukan sebuah indikator reflektif sebagai instrument pengukur dari variabel yang dapat diamati dengan memeriksa outer loading dari setiap indikator pada setiap variabel. Menurut Ghozali & Latan (2015), jika suatu hubungan atau korelasi dengan nilai outer loading $>0,70$, maka dianggap telah mencapai validitas konvergen. Sementara itu, nilai outer loading yang dapat diterima berkisar antara 0,50 - 0,60 dan jika nilai tersebut berada dibawah rentang ini maka indikator untuk variabel tersebut dianggap tidak dapat diandalkan dan sebaiknya dihilangkan dari analisis tersebut. Ketika nilai average variance extracted (AVE) memiliki nilai yang $> 0,5$ maka convergent validity terpenuhi.

b. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Pengujian validitas diskriminan mengacu pada memastikan bahwa korelasi antara variabel yang diamati dan konstruknya lebih kuat dari pada korelasi dengan konstruk lainnya. Pada pengujian validitas diskriminan, cross loading digunakan untuk menilai model pengukuran dengan memeriksa nilai-nilainya, dan validitas diskriminan dianggap sangat baik jika hubungan atau korelasi anatara komponen lebih tinggi dari pada relasi dengan konstruk lainnya. (Ghozali & Latan, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat didefinisikan sebagai metode untuk menimbang sebuah angket yang dimana sebagai bagian dari konstruk yang sedang diteliti. Uji reliabilitas penting untuk menentukan konsistensi dari pengukuran kuesioner yang diperoleh melalui penggunaan berulang. Ketika nilai Cronbach Alpha $> 0,70$, sebuah pertanyaan atau variabel dianggap dapat diandalkan. Selain itu juga disisi lain. Ketika nilai Cronbach Alpha $< 0,70$, temuan tersebut mungkin mengindikasikan apakah suatu variabel dapat diandalkan atau tidak (Ghozali, 2018).

Selain itu, menurut Ghozali dan Latan (2015), reliabilitas dapat digunakan untuk menyatakan bahwa ada konsistensi dari masing-masing indikator pada variabel laten yang mengukur variabel laten tersebut. Sebuah konstruk dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilali cronbach's alpha > 0.70 , dan nilai composite reliability > 0.70 .

3.6.4 Uji Structural Model (Inner Model)

Evaluasi inner model merupakan sebuah metode pengujian yang dipakai untuk mengukur keseluruhan ketepatan model penelitian yang dibangun berdasarkan beberapa variabel dan juga indikatornya (Maryani et al., 2019). Pendekatan penelitian ini menggunakan beberapa metodologi dimana yang pertama yaitu R-squared (R^2) yang diterapkan untuk menilai intensitas efek faktor eksogen pada variabel yang terikat. Pada nilai R-square dinilai dengan kriteria yaitu jika nilainya sebesar 0,75 atau lebih maka model kuat, jika nilainya berukuran 0,50 maka disimpulkan moderat untuk modelnya, dan jika nilainya 0,25 atau lebih rendah maka model tidak kuat atau dinyatakan lemah.

Selanjutnya yaitu nilai F-square yang dimana berguna untuk memprediksi pengaruh pada variabel laten yang dinyatakan ketika nilai f-square sebesar 0,35 menunjukkan pengaruh besar, sedangkan nilai efek sebesar 0,15 dianggap memiliki pengaruh yang moderat, dan nilai 0,02 maka dikatakan memiliki pengaruh yang kecil. Kemudian terdapat teknik pendekatan Q-square predictive relevance (Q^2) yaitu digunakan untuk menilai seberapa efektif pengamatan dapat menghasilkan hasil untuk model penelitian. Terdapat kriteria dari nilai Q-square yaitu jika $Q^2 > 0$ maka dinyatakan model tersebut memiliki keterkaitan prediktif dan jika $Q^2 < 0$ dapat dibuktikan memiliki keterkaitan prediksi yang terbatas atau kurang (Ghozali & Latan, 2015).

3.6.5 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan variabel mediasi yang menggunakan SmartPLS. Hasil pengujian ini dapat dilihat dengan menggunakan outer model ataupun inner model, yang dimana nilai p-value dengan alpha 5% adalah $> 0,05$. Serta hipotesis dapat dikatakan signifikan apabila hasil dari t-value atau T statistik memberikan nilai $> 1,96$ dan dapat dikatakan hipotesis dari suatu variabel memberi pengaruh terhadap variabel yang dipengaruhi dapat memberikan hasil yang positif dan signifikan, dan berikut kriteria dari uji hipotesis:

- Nilai Sig $> 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.
- Nilai Sig $< 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.