

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis *asosiatif*, yang merupakan penelitian dimana metode yang digunakan dengan melakukan pendekatan mengenai hubungan pada dua variabel atau lebih. Dimana dari hasil tersebut diharapkan dapat dibangun sebuah wawasan yang dapat memberikan pemahaman, peramalan dan pengendalian atau control terhadap suatu kejadian.

Penelitian *asosiatif* yang digunakan pada penelitian ini kuantitatif untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independen*): Kualitas produk (X_1), Lokasi (X_2), Suasana toko (X_3) terhadap Y sebagai variabel terikat (*dependen*): Minat Ulang Beli (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Sugiyono (2018:130) mengemukakan bahwa populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian Gado-Gado Bu Reni .

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah menggunakan non probability sampling dengan teknik *purposive sampling*. Dimana sampel yang dipilih berdasarkan atas kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan yaitu:

1. Konsumen produk Gado- Gado Bu Reni dengan usia minimal 15 tahun.
2. Konsumen yang membeli dan mengkonsumsi Gado-Gado Bu Reni minimal 2 kali.

Penentuan ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan Rumus *moe* dengan *margin of error* sebesar 10% untuk jumlah populasi yang tidak diketahui dan berukuran besar (Arikunto dalam Prastiwi *et, al.*, 2019).

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan penentuan sampel sebesar 95%

Moe = *margin of error* atau toleransi tingkat kesalahan maksimum (sebesar 10% atau 0,1)

Besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus di atas, didapat jumlah sampel sebanyak 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel dikarenakan kekuatan statistik akan lebih baik jika jumlah sampel semakin banyak. Dengan demikian sampel pada penelitian ini 100 konsumen yang menjadi responden di Gado-Gado Bu Reni.

3.3 Data dan Metode Pengambilan Data

3.3.1 Sumber Data

Data Primer

Menurut Sugiyono (2019:194) data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan/suatu organisasi langsung melalui obyeknya. Data primer dikumpulkan dengan teknik penyebaran kuesioner. yaitu kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya Data primer yang digunakan dalam penelitian ini hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen Gado-Gado Bu Reni di Jakarta.

3.3.2 Metode Pengambilan Data

Merupakan cara pengambilan data yang relevan bagi peneliti dalam penelitian ini metode pengambilan data yang digunakan yaitu:

Kuesioner

Metode pengambilan data ini memerlukan waktu selama 2 minggu untuk mengumpulkan data responden di tanggal 8 Januari-22 Januari 2023. Kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Gado-Gado Bu Reni melalui media online yaitu *Google Form*, terdiri dari 17 item pernyataan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang bersangkutan yang tersusun dengan bahasa yang mudah difahami.

3.4 Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya

3.4.1 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah hal-hal yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen Sugiyono (2018). Berdasarkan penelitian ini yang menjadi variabel bebas (variabel independen) ialah kualitas produk (X_1), lokasi (X_2), dan suasana toko (X_3).

1. Variabel Penelitian

a. Variabel kualitas produk (X_1) pada penelitian ini dapat diukur oleh indikator melalui 3 item pernyataan dengan menggunakan skala likert pada interval 1-5.

Pengukuran variabel kualitas produk dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Rasa
2. Kuantitas porsi
3. Higienitas

b. Variabel lokasi (X_2) pada penelitian ini dapat diukur oleh indikator melalui 3 item pernyataan dengan menggunakan skala likert pada interval 1-5. Pengukuran variabel lokasi dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Akses
2. Visibilitas
3. Tempat parkir

c. Variabel *Suasana toko* (X_3) pada penelitian ini dapat diukur oleh indikator melalui 4 item pernyataan dengan menggunakan skala likert pada interval 1-5. Pengukuran variabel suasana toko dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Exterior
2. General Interior
3. Store Layout
4. Interior Display

Selanjutnya variabel terikat. Variabel terikat yang terdapat pada penelitian ini yaitu minat beli ulang (Y). Variabel dalam penelitian ini dapat diukur melalui 3 item pernyataan dengan menggunakan skala likert pada interval 1-5. Pengukuran pada variabel minat beli ulang dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional
2. Minat referensial
3. Minat preferensial
4. Minat eksploratif

3.4.2 Skala Pengukuran

Variabel Menurut Sugiyono, (2018) skala pengukuran adalah sebuah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Adapun dalam penelitian ini akan menggunakan skala Likert.

Tabel 3.1 Interpretasi Skor Jawaban

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:95)

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Sub Indikator	Indikator	Item
Kualitas Produk (X_1) Prasetyo dan Sunarti (2020)	Rasa	Manis	1
		Pedas	2
	Kuantitas porsi	Porsi standar	3
	Higienitas	Kebersihan makanan	4
Lokasi (X_2) Tjiptono (2019:172)	Akses	Lokasi mudah dijangkau	5
	Visibilitas	Lokasi terlihat jelas	6
	Tempat parkir	Luas	7
Suasana Toko (X_3) Berman dan Evan (2018:464)	Exterior	Papan nama toko	8
		Warna toko	9
	General interior	Pencahayaan	10
		Kebersihan toko	11
	Store layout	Penataan toko	12
Window display	Etalase	13	
Minat Beli Ulang (Y) Ferdinan, Ramadhan & Santosa (2017:6)	Minat transaksional	Keinginan	14
	Minat referensial	Mereferensikan	15
	Minat preferensial	Menjadikan pilihan utama	16
	Minat eksploratif	Pencarian informasi	17

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang dipergunakan oleh penelitian ini yaitu menggunakan *structural equation model* (SEM) *partical least square* (PLS) dengan menggunakan Smart PLS 4.0

3.5.1. Model Smart PLS

Evaluasi model PLS SEM menurut Ghazali (2021) dilakukan dengan menilai outer model dan inner model.

3.5.1.1 Evaluasi model pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi outer model dalam PLS-SEM dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model Ghazali (2021). Dengan menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel Sugiyono (2017). Ukuran yang digunakan untuk Uji Validitas menggunakan pengujian validitas konvergen (*loading factor*, dan AVE), Validitas Diskriminan (*cross loading*) dan Uji Reliabilitas menggunakan pengujian (*composite reability*, dan *cronbach's alpha*) adalah:

3.5.1.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrument penelitian (pernyataan dalam kuesioner) dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur Sugiyono (2017). Semakin tinggi nilai validitas maka semakin valid sebuah penelitian.

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi Ghazali (2021). Karena penelitian ini menggunakan indikator reflektif, maka validitas konvergen dalam software Smart PLS 4.0 dapat dilihat dari nilai loading factor untuk tiap indikator konstruk. *Rule of thumb* yang biasanya digunakan menurut Ghazali (2021) adalah sebagai berikut:

1) Outer Loading

Nilai *outer loading* antara 0,60 – 0,70 dapat dikatakan sudah cukup memenuhi validitas konvergen.

2) Average Variance Extracted (AVE) > 0.50

2. Validitas Diskriminatif (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminatif berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Validitas diskriminatif dengan indikator reflektif dilihat dari *cross loading* untuk setiap variabel harus > 0,70 Ghazali (2021).

3.5.1.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk Ghozali (2021). Mengukur reliabilitas dalam PLS-SEM menggunakan software Smart PLS 4.0 dapat dilakukan dengan melihat:

1) Composite Reliability

Composite reliability digunakan untuk mengukur internal consistency. Nilai Composite Reliability 0.60 – 0.70 masih dapat diterima untuk *exploratory research* Ghozali (2021).

2) Cronbach's Alfa

Cronbach's Alfa digunakan untuk diagnosis konsistensi dari seluruh skala dengan melihat koefisien reliabilitas. Nilai Cronbach's Alfa > 0.60 masih dapat diterima untuk *exploratory research*.

3.5.1.2 Evaluasi model struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model structural dalam PLS-SEM bertujuan melihat kekuatan prediksi dari model structural Ghozali (2021). Adapun langkah buat mengevaluasi model structural menggunakan cara melihat Uji *Path Coefficient* dan *RSquare*.

3.5.1.2.1 Uji Path Coefficient

Dilakukan menggunakan membandingkan t hitung dengan t tabel. Perbandingan t hitung serta t tabel dipergunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Nilai t hitung diperoleh dari hasil *boot strapping* menggunakan aplikasi Smart PLS. Pengujian menggunakan *boot strap* juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan dari peneliti. Nilai koefisien path memberikan tingkat signifikan pada pengujian hipotesis. Skor koefisien path yang ditunjukkan menggunakan nilai t -statistic harus diatas 1,96 untuk hipotesis diatas 1,96.

Untuk pengujian hipotesis pada penelitian ini memakai nilai p -value sebesar $\alpha = 5\%$ dan nilai t -statistik sebesar 1,96 untuk menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesa merupakan H_a diterima dan H_0 ditolak ketika t statistik $> 1,96$. Hipotesis dinyatakan dapat diterima apabila nilai P Value $< 0,05$.

3.5.1.2.2 Uji Coefficient Determination (RSquare)

Hasil R-Square mempresentasikan jumlah perbedaan dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Rule of thumb untuk nilai R-Square adalah: nilai 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, sedang, dan lemah Chin (1988) dalam Ghozali (2021).