

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan Asosiatif yang berarti penelitian ditargetkan untuk menentukan efek atau hubungan antara dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2019:258). Penelitian ini dilakukan dengan cara Survei yaitu salah satu penelitian yang dilakukan untuk populasi besar dan kecil, tetapi data yang diteliti adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian, sebaran dan hubungan relatif antara sosiologis dan psikologis variabel (Sugiyono, 2019:14). Sedangkan dasar analisis penelitian menggunakan pendekatan statistik deskriptif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:262) Statistik deskriptif merupakan statistik yang berfungsi mendeskripsikan (memberi gambaran) terhadap suatu objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Sedangkan metode kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan filosofi positivis, digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik, untuk tujuan pemodelan, menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019:13).

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dapat diartikan seperti wilayah generalisasi yang meliputi obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:135). Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang mengkonsumsi Enervon C yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019:136). Sampel dalam penelitian ini didapat dari populasi menggunakan teknik purposive sampling yaitu sebuah teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019:144). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang telah mengkonsumsi Enervon C setidaknya dua kali selama tahun

2021. Besarnya sampel untuk pengujian PLS untuk mengkonfirmasi suatu teori, atau dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten dan memiliki pengaruh yang lebih besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampai 100 (Ghozali, 2014:30). Berdasarkan hal tersebut peneliti menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian.

3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian kuantitatif dapat dilakukan dengan cara tes, kuisisioner, wawancara, dan observasi terstruktur (Sugiyono, 2019:208). Dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan cara kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertutup maupun terbuka bisa diberikan secara pribadi pada responden (Sugiyono, 2019:216). Ketika memiliki data kuisisioner selanjutnya yaitu mengukur data tersebut menggunakan skala likert yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat maupun persepsi seseorang atau kelompok orang dalam fenomena sosial, Pengukuran kuisisioner diperoleh atau disusun menggunakan indikator-indikator dalam masing-masing variabel. Tanggapan untuk setiap item dalam kuisisioner berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif.

Tabel 3.1. Penilaian Skala Likert

No	Pernyataan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019:165)

3.4. Operasional Variabel

Variabel merupakan suatu jenis apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:38). Operasionalisasi dilakukan untuk

menentukan suatu jenis, indikator, dan skala dari banyaknya variabel yang ada dalam penelitian. Berikut operasionalisasi variabel dalam penelitian ini diantaranya:

a. Kualitas Produk (KLP)

Kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik Enervon C pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Dalam kualitas produk peneliti mengukur berdasarkan indikator yang mengacu pada bentuk, fitur, penyesuaian, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, ketahanan, keandalan, desain.

b. Citra Merek (CRM)

Citra Merek merupakan suatu persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh pelanggan serta tercemin dalam pikiran pelanggan mengenai Enervon C. Citra Merek diukur berdasarkan indikator yaitu dapat diingat, berarti, dapat disukai, dapat disesuaikan dapat dilindungi.

c. Harga (HRG)

Harga merupakan persepsi pelanggan terkait dengan harga referensi, asumsi harga-kualitas, dan akhiran harga terhadap Enervon C.

d. Proses Keputusan Pembelian (KPP)

Proses psikologi dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Proses Keputusan pembelian diukur dengan menggunakan indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

e. Kepuasan Pelanggan (KPN)

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja Enervon C terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan diukur menggunakan indikator Pembelian kembali, Kinerja produk, Kebutuhan, Harapan.

Dari masing-masing indikator pada setiap variabel memiliki sub indikator yang digunakan sebagai dasar untuk membuat suatu pernyataan kuisioner. Adapun pernyataan yang dibuat sebagai berikut:

Tabel 3.2. Indikator dan Sub Indikator Kualitas Produk

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Bentuk	Ukuran	1	KLP1
Fitur	Fitur Produk	2	KLP2
Penyesuaian	Penyesuain Produk	3	KLP3
Kualitas Kinerja	Karakteristik Produk	4	KLP4
Kualitas Kesesuaian	Spesifikasi yang dijanjikan (halal)	5	KLP5
Ketahanan	Tahan Lama	6	KLP6
Keandalan	Efek Samping	7	KLP7
Desain	Tampilan	8	KLP8

Sumber: Kotler dan Keller (2019:8-10)

Tabel 3.3. Indikator dan Sub Indikator Citra Merek

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Dapat diingat	Diingat	9	CRM1
Berarti	Menyiratkan bahan produk	10	CRM2
Dapat disukai	Visual	11	CRM3
Dapat disesuaikan	Disesuaikan	12	CRM4
Dapat dilindungi	Dilindungi secara hukum	13	CRM5

Sumber: Kotler & Keller (2019:269)

Tabel 3.4. Indikator dan Sub Indikator Harga

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Harga referensi	Perbandingan Harga	14	HRG1
Asumsi harga-kualitas	harga sebagai indikator kualitas	15	HRG2
Akhiran harga	Mudah diingat	16	HRG3

Sumber: Kotler dan keller (2019:72-75)

Tabel 3.5. Indikator dan Sub Indikator Proses Keputusan Pembelian

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Pengenalan Masalah	Mengenali masalah atau kebutuhan	17	KPP1
Pencarian Informasi	Mencari informasi lebih	18	KPP2
Evaluasi Alternatif	Memilih diantara merek-merek alternatif	19	KPP3

Tabel 3.5. Indikator dan Sub Indikator Proses Keputusan Pembelian (Lanjutan)

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Proses Keputusan Pembelian	Merek	20	KPP4
Perilaku Pasca Pembelian	Kepuasan	21	KPP5

Sumber: Kotler dan Keller (2019:184-190)

Tabel 3.6. Indikator dan Sub Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Pembelian kembali	Pembelian ulang	22	KPN1
Kinerja produk	Memenuhi ekspektasi	23	KPN2
Kebutuhan	Keinginan	24	KPN3
Harapan	Kepuasan	25	KPN4

Sumber: Kotler dan Keller (2019:142-145)

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Statistik Deskriptif

a. Karakteristik Responden

Uraian jumlah responden dibagi berdasarkan karakteristik tertentu seperti karakteristik demografis (usia, jenis kelamin) dan karakteristik responden (status, pembelian terakhir, jenis produk yang dibeli, tempat pembelian, pemakaian anggota keluarga lainnya).

b. Analisis Jawaban Responden

Uraian variabel yang digunakan untuk menentukan jawaban responden terhadap variabel kualitas produk, citra merek, harga, Proses psikologi dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar melakukan proses keputusan pembelian mereka. Proses keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan analisis indeks. Untuk menghasilkan kesamaan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka didasarkan pada nilai skor rata-rata atau nilai indeks kemudian dikategorikan ke dalam rentang skor berlandaskan pada perhitungan *three box method* (Ferdinand, 2014:231). Angka indeks menggambarkan skor 20 sampai 100 menggunakan rentang sebanyak 80. Dengan memakai kriteria tiga kotak atau *three box method*, maka rentang sebanyak 80 dibagi sebagai tiga bagian, sebagai akibatnya rentang buat setiap

bagian sebanyak 26, lalu rentang tadi bisa dipakai menjadi daftar interpretasi indeks berikut:

20-46 = Rendah

47-73 = Sedang

74-100 = Tinggi

Penelitian ini menggunakan teknik dengan menggunakan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, sehingga perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = [(\%F1*1)+(\%F2*2)+(\%F3*3)+(\%F4*4)+(\%F5*5)]/5\dots$$

Keterangan:

F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

3.5.2. Analisis Jalur

Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) ialah suatu teknik analisis yang dipakai pada penelitian kuantitatif yang merupakan pengembangan lebih lanjut berdasarkan analisis regresi berganda dan bivariat (Ghozali, 2014:117). Analisis jalur memiliki suatu kedekatan dengan regresi berganda yang merupakan bentuk khusus analisis jalur. Teknik jalur diketahui sebagai model sebab-akibat (*causing modeling*). Dalam analisis jalur, korelasi antara variabel dihubungkan

dengan parameter dari model yang dinyatakan dengan diagram jalur (*path diagram*). Analisis jalur menguji persamaan regresi yang mengimplikasikan beberapa variabel eksogen dan endogen. Analisis jalur juga dapat digunakan untuk mengukur hubungan langsung dan tidak langsung antara variabel dalam model serta untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas atau eksogen terhadap variabel terikat atau endogen. Model analisis jalur dapat digunakan apabila variabel yang dianalisis memiliki pola hubungan sebab akibat (*causal effect*). Berikut beberapa konsep dan istilah dasar yang terdapat dalam analisis jalur:

a. Model Jalur

Model jalur adalah diagram yang menghubungkan variabel bebas, variabel perantara, dan variabel terikat. Pola hubungan ditampilkan menggunakan panah. Panah individu menunjukkan hubungan kausal antara variabel ekstrinsik atau antara variabel independen dan di atasnya. Panah juga mengaitkan kesalahan (variabel residual) dengan semua variabel intrinsik. Panah ganda menunjukkan korelasi antara pasangan variabel.

b. Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan berubahnya atau munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2019:69). Jika variabel ekstrinsik berkorelasi, korelasi ditunjukkan oleh panah dua arah yang menghubungkan variabel-variabel tersebut. Dengan kata lain, itu bisa disebut variabel bebas. Variabel ekstrinsik dalam model jalur adalah semua variabel yang tidak memiliki penyebab yang jelas atau tidak ada panah pada gambar kecuali kesalahan pengukuran

c. Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel yang menjadi fokus utama yang nilainya bergantung pada variabel lain dan berubah seiring dengan perubahan variabel yang mempengaruhinya (Sugiyono, 2019:69). Variabel endogen dalam model jalur adalah variabel dengan panah yang menunjuk ke variabel tersebut. Ini mencakup semua variabel antara dan variabel dependen. Variabel perantara endogen dalam

model diagram jalur memiliki panah yang keluar masuk arah variabel. Namun, variabel terikat hanya ditunjukkan oleh panah.

d. Variabel Laten

Variabel laten merupakan variabel yang hanya dapat diukur secara langsung oleh satu atau lebih variabel manifes. Variabel laten dapat berperan sebagai variabel ekstrinsik atau intrinsik. Apakah suatu variabel dapat diklasifikasikan sebagai variabel laten dengan memeriksa apakah variabel tersebut dapat diukur secara langsung atau tidak langsung, atau apakah variabel manifes adalah variabel yang kuantitasnya diketahui secara langsung jika variabel tersebut tidak diukur secara langsung. Variabel tergolong variabel laten dan membutuhkan banyak variabel manifes (Singgih, 2011:7).

e. Variabel Mediasi

Variabel mediasi yaitu variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independent dengan variabel eksogen dan variabel endogen menjadi hubungan yang tidak langsung serta tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2019:39). Variabel ini bertindak sebagai perantara atau antara variabel eksogen dan endogen, sehingga variabel eksogen tidak secara langsung mempengaruhi perubahan atau terjadinya variabel endogen. Syarat terjadinya efek mediasi dipenuhi oleh koefisien jalur yang signifikan (Sholihin dan Ratmono, 2013).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan software aplikasi WarpPls 7.0. Data disajikan dalam bentuk tabel dan diagram sehingga dapat menghasilkan output dengan ringkas. Dalam penelitian ini alat analisis data menggunakan sebuah PLS (*Partial Least Square*) yaitu sebuah analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat memungkinkan untuk menguji model pengukuran dan model struktural secara bersamaan.

Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan uji reliabilitas, dan model struktural digunakan untuk menguji kausalitas. Dengan kata lain, ini adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan model prediksi. Tahapan analisis PLS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisis outer model

Outer model atau model pengukuran bagaimana masing-masing blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten dapat diukur dengan menggunakan indikator reflektif dan formatif. Rancangan model pengukuran menciptakan sifat indikator untuk setiap variabel laten, baik reflektif maupun formatif, berdasarkan definisi operasional variabel tersebut. *Outer model* yang berfungsi untuk menentukan hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifes disebut model pengukuran (Ghozali, 2014: 39).

Menurut Ghozali (2014:54) terdapat pengujian *outer model* atau evaluasi model pengukuran refleksi diantaranya yaitu:

a. *Loading Faktor*

Nilai *loading* faktor pada variabel laten masing-masing indikator dengan nilai *loading* faktor harus diatas 0,70.

b. *Composite Reliability*

Composite Reliability yaitu mengukur konsistensi internal dan harus lebih besar dari 0,60.

c. *Validitas Discriminan*

Nilai akar kuadrat AVE harus lebih besar dari nilai korelasi antar variabel latennya.

d. *Cross Loading*

Cross Loading merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan dengan demikian diharapkan setiap blok indikator memiliki *loading* lebih tinggi untuk masing-masing variabel laten yang diukur dan dibandingkan dengan indikator untuk laten variabel yang lain.

Menurut Haryono (2017:372), nilai *loading factor* ≥ 0.7 dikatakan ideal, artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibentuknya, dalam pengalaman empiris penelitian, nilai *loading factor* ≥ 0.5 masih dapat diterima, bahkan sebagian ahli mentolerir angka 0.4, dengan demikian nilai *loading factor* ≤ 0.4 harus dikeluarkan dari model.

b. Analisis inner model

Analisa inner model atau analisa structural model merupakan analisis yang menjelaskan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif (Ghozali, 2014:41). Evaluasi inner model dapat dilihat menggunakan beberapa indikator yaitu:

a. Uji Kecocokan Model (model fit)

Uji kecocokan model digunakan untuk memeriksa apakah model cocok dengan data. Pada uji kecocokan model terdapat tiga pengujian indeks seperti *average path coefficient* (APC), *average R-square* (ARS) dan *average varians factors* (AVIV), APC dan ARS diterima dengan syarat p-value kurang dari 0,50 dan AVIV kurang dari 5.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi untuk mengetahui bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67, 0,33, dan 0,19 menunjukkan bahwa model baik, sedang, dan lemah (Ghozali, 2014:76)

c. *Q-square*

Model juga dievaluasi dengan memeriksa hasil ramalan *Q-square* yang terkait dengan model konstruktif. *Q-square*, mengukur seberapa baik model dan estimasi parameternya menghasilkan observasi. Rentang nilai untuk kuantitas Q^2 adalah 0, kurang dari Q^2 dan kurang dari 1. Semakin mendekati 1, semakin baik modelnya. Besarnya Q^2 sesuai dengan jumlah koefisien determinasi untuk analisis jalur. Nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut bersifat prediktif relevansi, sedangkan nilai Q^2 yang lebih kecil dari 0 menunjukkan bahwa model tersebut tidak prediktif. Perhitungan total Q^2 didasarkan pada rumus berikut: $Q^2 = 1 - \{(1R1^2) (1R2^2) \dots\}$ (Chin, 1998: 43)

d. Uji hipotesis

Pengujian hipotesis dipakai untuk menjelaskan arah pengaruh antara variabel independent dan variabel dependennya. Pengujian yang memakai analisis jalur atau path analysis atau model yang telah dibuat hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat path coefficient dan tingkat signifikansinya lalu dapat dibandingkan dengan hipotesis penelitian untuk mengetahui hasil

uji hipotesis secara simultan *path coefficient* yang digunakan untuk melihat seberapa besar nilai setiap koefisien jalur.

Secara statistik hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan dihitung melalui tingkat signifikansinya, tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan sebesar 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. P-value (probabilitas value) adalah suatu nilai probabilitas atau nilai peluang yang menunjukkan peluang untuk sebuah data untuk digeneralisasikan pada populasi yaitu sebuah keputusan yang benar 95% dan kemungkinan keputusan yang salah sebesar 5%.

Ho ditolak jika p-value kurang dari 0,05

Ho diterima jika p-value lebih besar atau sama dengan 0,05.

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a. Analisis Pengaruh Langsung

1. H_{0.1}: Diduga kualitas produk tidak berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Enervon C.

H_{a.1}: Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Enervon C.

2. H_{0.2}: Diduga citra merek tidak berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Enervon C.

H_{a.2}: Diduga citra merek berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Enervon C.

3. H_{0.3}: Diduga harga tidak berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Enervon C.

H_{a.3}: Diduga harga berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian Enervon C.

4. H_{0.4}: Diduga proses keputusan pembelian Enervon C tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a.4}: Diduga proses keputusan pembelian Enervon C berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. H_{0.5}: Diduga kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a.5}: Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

6. $H_{0.6}$: Diduga harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
 $H_{a.6}$: Diduga harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Analisis Pengaruh Tidak Langsung
 1. $H_{0.7}$:Diduga proses keputusan pembelian tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
 $H_{a.7}$:Diduga proses keputusan pembelian memediasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
 2. $H_{0.8}$:Diduga proses keputusan pembelian tidak memediasi pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan
 $H_{a.8}$:Diduga proses keputusan pembelian memediasi pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan.
 3. $H_{0.9}$:Diduga proses keputusan pembelian tidak memediasi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
 $H_{a.9}$:Diduga proses keputusan pembelian memediasi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.