

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian kali ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional serta sistematis Sugiyono (2019). Untuk menguji hipotesis dengan hubungan variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) serta implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada pembeli produk SKR Food melalui Google Form, bulan Desember – Januari 2024.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiono (2021). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh *customer* SKR yang pernah melakukan pembelian produk SKR Food minimal 1 kali bahkan lebih dari 1 kali pembelian dalam bulan Januari 2021 sampai Desember 2023, karena diharapkan konsumen tersebut dapat mengingat kesan mereka merasakan kualitas

produk dan harga yang di dapat, Sehingga konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk yang dikeluarkan SKR Food.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan jumlah dan ciri-ciri bagian dari suatu populasi. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016) mengatakan bahwa teknik *purposive sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang perlu dipertimbangkan tertentu. Dikarenakan alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini sesuai digunakan untuk penelitian kuantitatif atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi atas obyek/subyek yang memiliki karakteristik serta kualitas yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan akan ditarik kesimpulannya menurut (Sugiyono, 2016).

Menurut Hair *et al.*, (2010) menyatakan bahwa penentuan jumlah sampel di dalam suatu penelitian bahwa jumlah besarnya sampel sebagai responden tersebut harus disesuaikan dengan banyaknya indikator dalam penelitian tersebut yang digunakan pada kuesioner dan mengenai ukuran sampel minimumnya adalah 5-10 observasi untuk parameter yang dapat diestimasi. Alasan mengapa peneliti menggunakan teknik tersebut, dikarenakan ukuran populasi yang dijadikan sampel pada penelitian ini tidak dapat diketahui dengan secara pasti, sehingga perhitungan jumlah sampel yang akan dihitung dengan menggunakan rumus Hair sebagai berikut:

Rumus Metode Hair

$$\text{Sample} = \text{Jumlah Indikator} \times \text{Ukuran Sampel}$$

Dengan demikian di dapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus hair adalah:

$$\text{Sampel} = 22 \times 5 = 110$$

Menurut Hair *et al.*, (2010). Sebagaimana aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pernyataan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima jika memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 22 indikator, maka berdasarkan rumus Hair diatas menunjukkan hasil sampel yaitu 110 responden yang pernah melakukan pembelian produk di skr food.

Adapun kriteria untuk responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kategori usia minimal 10 tahun sampai dengan 40 tahun.
2. Jenis Kelamin
3. Pernah melakukan pembelian produk SKR food

3.4. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan model *Partial Least Square Structural Equation Mod-elling* (PLS-SEM) untuk menguji semua hipotesis menggunakan *Software smartPLS 3.0*. Langkah pertama menguji reliabilitas dan validitas semua konstruk menggunakan model pengukuran, dan langkah kedua menguji hipotesis yang diajukan dalam model struktural.

Tujuan penggunaan PLS sendiri didasarkan pada pertimbangan bahwa dapat dilakukannya pengujian secara simultan antara hubungan variabel laten dengan banyak indikator, hal tersebut merupakan kutipan pernyataan dari Latan dan Ghazali (2017). Secara tidak langsung maupun langsung, PLS digunakan untuk mengetahui hubungan yang terjalin antara variabel satu dengan variabel lainnya.

3.5. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Sumber Data

Sumber data berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui penilaian kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta implikasinya pada loyalitas pelanggan dengan alat bantu kuesioner yang telah dirancang untuk data kuantitatif.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data primer dan sekunder , berikut penjelasannya :

1. Data Primer menurut Sugiyono (2018). Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan dengan menganalisis kuesioner pernyataan tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan serta implikasinya terhadap kepuasan pelanggan.
2. Data Sekunder menurut Sugiyono (2018). Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku-buku referensi, jurnal ilmiah dan sumber lainnya.

3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kuesioner yaitu memberikan daftar pernyataan terstruktur yang disesuaikan dengan materi penelitian untuk diisi oleh responden, yang kemudian jawaban dari responden akan dianalisis. Menurut Sugiyono (2014) kuesioner merupakan Teknik pengumpulan

data dengan cara memberi sepersngkst pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Setiap item pertanyaan yang diajukan kepada responden menggunakan Skala Linkert yang mempunyai nilai dari sangat positif sampai negative, yang dapat berupa kata-kata dan dengan nilai sebagai berikut :

Tabel 3.1.

Skala Interval Penilaian Masing Masing Variabel

Alternatif Jawaban	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

3.6. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk menganalisis data variabel bebas yang lebih dari dua. Berikut adalah penjelasan terkait variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.2.

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Deskripsi	Indikator
1	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan antara pelaku usaha yang ditawarkan pada konsumen. Konsumen ingin mendapatkan produk yang berkualitas	1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Spesifikasi yang sesuai 4. Fitur 5. Reliabilitas 6. Estetika

		sesuai dengan harga yang diayar, walaupun terdapat Sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.	7. Kualitas yang dirasakan 8. Ketersediaan perbaikan
2	Harga (X2)	Harga merupakan salah satu faktor penting dalam menjual suatu produk maupun jasa untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu harga harus ditetapkan. Fetrisen (2019)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Keseuaian harga dengan manfaat
3	Kepuasan Pelanggan (Z)	Kepuasan Pelanggan adalah keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau	1. Terpenuhinya harapan konsumen 2. Sikap atau keinginan menggunakan produk 3. Merekomendasikan kepada pihak lain 4. Kualitas layanan 5. Loyal 6. Reputasi yang baik

		mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus.	
4	Loyalitas Pelanggan (Y)	Pelanggan setia adalah mereka yang sangat senang dengan produk atau layanan sehingga mereka ingin memberi tahu semua orang yang mereka kenal tentang produk atau layanan tersebut. Griffin dan Robby (2019)	1. Pembelian ulang 2. Merekomendasikan kepada pihak lain 3. Tidak berniat untuk berpindah 4. Membicarakan hal-hal positif

3.7. Teknik Analisa Data

3.7.1. Analisa *Outer Model* atau Model Pengukuran

3.7.1.1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas Konvergen dilakukan dengan melihat item reliability (indicator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai loading factor. Validitas konvergen merupakan serangkaian pengukuran untuk mengevaluasi sejauh mana konstruk substantif berhubungan positif dengan ukuran reflektif dari konsep yang sama. Untuk mengetahui nilai tersebut maka nilai *outer loading* dari masing masing indikator terhadap variabel yang diukurnya harus $> 0,7$. Hair et al (2019), dan nilai *average variance extracted* (AVE) dari setiap variabel harus $> 0,5$ atau lebih tinggi untuk membuktikan validitas konvergen dari konstruk. Hair et al, (2022).

3.7.1.2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan dilakukan dengan cara melihat nilai cross loading pengukuran konstruk. Hair et al, (2022). Validitas Diskriminan ini bertujuan untuk

mengetahui bahwa konstruk penelitian dapat berbeda dengan konstruk-konstruk yang lainnya. Penilaian validitas diskriminan menjadi syarat yang diterima secara umum untuk menganalisis hubungan antara variabel laten.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Ghozali (2020). *Cronbach's alpha* adalah koefisien reliabilitas atau konsistensi yang bisa dipakai dalam mengukur seberapa baik indikator dalam mengukur satu dimensi variabel laten. Masing-masing variabel harus memiliki nilai *Composite Reliability*, ρ_A , dan *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ agar tergolong dapat diandalkan atau reliabel. Hair et al (2022).

3.7.2. Analisis Inner Model (Model Struktural)

3.7.2.1. Analisis R-Square

R-Square dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh substantif. *R-Square* disebut juga sebagai koefisien determinasi yang menjelaskan seberapa jauh data dependen dapat dijelaskan oleh data independent. *R-Square* bernilai 0-1 dengan kekuatan semakin mendekati angka satu berarti semakin baik. Jika *r-square* bernilai 0.6, berarti 60% sebaran variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sisanya 40% tidak dapat dijelaskan oleh variabel diluar variabel independent (komponen error). Jika nilai *r-square* kecil, artinya komponen error yang besar (Ghozali, 2016).

3.7.2.2. Bootstrapping

Bootstrapping adalah proses untuk menilai tingkat signifikansi atau probabilitas dari direct effects, indirect effects dan total effects. Selain itu, bootstrapping juga dapat menilai tingkat signifikansi dari nilai-nilai lainnya antara lain : *R-Square* dan *R-Adjusted*

, F-Square, Outer Loading . Dengan kita mengklik bootstrapping maka akan didapat hasil analisa berikut :

- Nilai T- Statistik, yang kita bandingkan dengan nilai t table untuk menguji berpengaruh signifikan atau tidaknya variable eksogen terhadap endogen.
- Nilai P- Value, untuk dibandingkan apakah nilainya berada dibawah significance level, misalnya dibawah 0.05 atau diatas 0.05 untuk menyatakan apakah hipotesis null atau hipotesis alternative yang diterima atau ditolak.
- Original Sampel, digunakan sebagai nilai koefisien regresi, untuk melengkapi persamaan regresi. Hair et al (2019).

3.7.3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membantu dalam pengambilan keputusan tepat dalam suatu hipotesis yang diajukan. (Arifin,2017). Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan. (Ghozali,2018). Peluang kesalahan tertinggi yang masih dapat diterima adalah sebesar 0,05 atau 5%, yang berarti bahwa peluang kesalahan sebesar 5 % artinya kesalahan sebanyak 5 dari 100 kejadian. Begitupun sebaliknya, hal tersebut berarti bahwa taraf kepercayaannya sebesar $100-5 = 95\%$ atau 0,95. Ghozali (2018). Kriteria untuk penerimaan atau penolakan hipotesis nol (H_0) yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Bila signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Bila signifikan $< 0,05$ (antara $0,01 - 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.