

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Bunga Sekarmulyo desa Sidomulyo. Beralamat di Jl. Cemara Kipas RT 1 RW1 Pasar Bunga Sekarmulyo, Sidomulyo, Kec. Batu, Kota Batu, Jawa Timur 65317. Di pasar bunga Sekarmulyo ada sekitar 87 kios yang menyediakan ribuan jenis tanaman hias. Diantaranya ada bougenvil, anggrek, cemara, pucuk merah, mawar, dan lainnya.

B. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulan untuk hasil penelitian. Menurut Rawung, (2020) populasi adalah keseluruhan atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang ada pada tanggal 6-20 Januari 2024 di Pasar Bunga Sekarmulyo.

Teknik pengambilan sampel sangat diperlukan dalam sebuah penelitian karena digunakan untuk menentukan siapa saja anggota dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik sampel *non- probability sampling* dimana teknik ini tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota. Jenis pengambilan sampelnya adalah *porposive sampling*, pendekatan ini menetapkan kriteria atau ketentuan yang sesuai dengan keinginan peneliti Rawung, (2020). Kriteria responden yang peneliti inginkan adalah sebagai berikut :

1. Konsumen pasar bunga Sekarmulyo berumur minimal 17 tahun karena dianggap cukup mampu memahami dan menjawab kuisisioner dengan baik.
2. Konsumen pasar bunga Sekarmulyo yang membeli lebih dari 2x di Pasar Bunga Sekarmulyo.

Karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel dicari dengan rumus Cochran menurut (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan adalah 95% dan untuk simpanan 5% = 1.96

P = Peluang Benar 50% = 0.5

Q = Peluang salah 50 % = 0.5

e^2 = Alpha atau sampling eror sebesar 10% = 0.1

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)}{0.1^2}$$

n = 96.04 dibulatkan menjadi 100 responden

C. Definisi Operasional Variable

Tabel 3. 1 Tabel DOV

Definisi Operasional Variable	Indikator	Sumber
Harga merupakan kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang yang diukur dengan rupiah untuk dapat membeli produk yang ditawarkan oleh penjual.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian dengan manfaat. 	Kotler (2004)
Kualitas produk adalah Penilaian konsumen mengenai atribut dalam produk yang akan memenuhi harapan dan memberikan manfaat pada konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. <i>Tampilan (Feature)</i> 3. Keandalan (<i>Reliabilty</i>) 4. Daya Tahan (<i>Durability</i>) 	Yuliana (2018)
<i>Digital marketing</i> merupakan Tingkat dimana konsumen berinteraksi melalui konten digital dan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aksesibilitas (<i>Accessibility</i>) 2. Interaktif (<i>Interactivity</i>) 	Santoso (2021)

Definisi Operasional Variable	Indikator	Sumber
pengalaman konsumen yang diberikan setelah menggunakan produk atau layanan.	3. Kepercayaan (<i>Credibility</i>) 4. Informatif (<i>informativeness</i>)	
Kepuasan konsumen merupakan Situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan harapan serta terpenuhi secara baik.	1. Harapan (<i>Expectations</i>). 2. Pengalaman (<i>Experience</i>). 3. Konfirmasi atau diskonfirmasi (<i>confirmation or disconfirmation</i>). 4. Perilaku mengeluh (<i>complaining behavior</i>).	Zeithml et al (2009)
Loyalitas Pelanggan merupakan Komitmen kuat untuk mengembalikan atau mereposisi ulang produk atau layanan pilihan secara konsisten dimasa depan sehingga menyebabkan pembelian berulang.	1. Kebiasaan bertransaksi 2. Pembelian berulang 3. Rekomendasi 4. Komitmen	Griffin (2003)

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono, (2016) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari tangan pertama untuk menganalisis masalah dan menemukan solusi untuk masalah yang diteliti. Data primer dari penelitian ini didapatkan dengan menggunakan kuisisioner dalam bentuk google form yang ditujukan kepada konsumen Pasar Sekarmulyo.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuisisioner terhadap responden yang terpilih saat melakukan kegiatan jual beli bunga di Pasar SekarMulyo Sidomulyo.

F. Teknik Pengukuran Variabel

Skala pengukuran pada penelitian ini adalah menggunakan Skala Likert. Skala Likert adalah suatu skala yang umum digunakan dalam kuisisioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Bentuk pertanyaan yang menggunakan Likert yaitu positif yang diukur dari angka 5,4,3,2, dan 1 serta apabila pertanyaan negative maka sebaliknya yaitu 1,2,3,4, dan 5 Taluke et al., (2019). Responden dengan jawaban sangat setuju (SS) akan diberi skor 5, responden dengan jawaban setuju (S) akan diberi skor 4, responden dengan jawaban netral (N) akan diberi skor 3, responden dengan jawaban tidak setuju (TS) akan diberi skor 2 dan responden dengan jawaban sangat tidak setuju (STS) akan diberi skor 1.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Prof. Dr. Suryana, (2012) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan data konkrit, data penelitian berupa angka yang akan diukur dengan menggunakan statistik sebagai alatnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan *Partial Least Square (PLS)* untuk menguji hipotesis yang ada dalam penelitian ini. Menurut Ghazali, (2011) PLS adalah alat *statistic* yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat dan pengaruh langsung maupun tidak langsung dari beberapa variable. Penelitian ini menggunakan *varian based* karena memberikan keuntungan dalam hal fleksibilitas yang digunakan untuk memaksimalkan varians yang dijelaskan oleh variabel laten dalam model. Selain itu, dapat meningkatkan interpretasi dari model menjadi lebih mudah dipahami apa yang ada dalam data.

Analisis data yang diolah menggunakan SmartPLS menurut Ghazali, (2011) model pengukuran PLS terdiri dari model pengukuran (*outer moder*), *model structural (inner model)*, dan uji hipotesis.

a. Analisis *Outer Model*

Outer model adalah pengukuran bagian luar yang bertujuan untuk menspesifikasikan hubungan antara variable dengan indikator-indikatornya. Adapun analisis *outer model* adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya kuisioner yang diajukan kepada responden. Uji validitas ini diperlukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Terdapat dua kriteria untuk menilai uji validitas dalam *outer model* yaitu :

a. *Convergent Validity*

Bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau latennya. Menurut Ghozali, (2011) nilai korelasi diatas 0,7 dianggap riabel. Namun dalam studi kenaikan skala, nilai *loading factor* 0,5-0,6 masih dapat diterima.

b. *Discriminant Validity*

Bertujuan untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai, yaitu dengan membandingkan nilai *loading* pada laten yang dituju harus lebih besar dari nilai yang lain. Nilai *loading* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7.

2. Uji reabilitas

Pada uji reabilitas yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk adalah *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*. Menurut Ghozali, (2012) nilai *composite reliability* yang baik adalah bernilai 0,6-0,7, sedangkan untuk *Cronbach's alpha* nilai yang baik adalah nilai yang diatas 0,7.

b. Analisis *Inner Model*

Analisis inner model digunakan untuk memprediksi hubungan antar variable. Model structural diestimasi menggunakan uji model FIT,

multikolinearitas, *R-Square*. Nilai *R-Square* 0,67 diartikan baik, 0,33 diartikan medium dan 0,19 diartikan lemah.

H. Uji Hipotesis

1. Uji t (pengaruh langsung)

Menurut Irwan & Adam, (2015) uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, apakah variabel bebas memiliki pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian nilai hipotesis dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan t statistiknya. Untuk nilai probabilitas (nilai p) adalah:

- a. Jika nilai $P < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Atau jika $t\text{-statistik} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. Jika nilai $P > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Atau jika $t\text{-statistiknya} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Uji pengaruh tidak langsung

Menurut Marina, (2017) pengaruh tidak langsung dikenal dengan tiga variabel yaitu *predictor* (x_1, x_2, x_3) *mediator* (z) dan *criterion* (y). Pengaruh tidak langsung mengacu pada efek mediasi yang terjadi ketika satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel mediasi. Mengukur pengaruh tidak langsung dalam SEM-PLS digunakan untuk memahami lebih kompleks dalam model kerangka struktural, terutama ketika hubungan antar variabel tidak dapat dijelaskan hanya melalui pengaruh langsung.