BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Wilayah Kabupaten Blitar Kecamatan Wonodadi tepatnya di Desa Kaliboto sesuai dengan judul dari pembahasan diatas yaitu di toko UD. Cahaya Diesel yang memiliki ± 30 karyawan dengan ketersediaan data untuk penelitian.

2. Waktu penelitian

Waktu untuk penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 2 bulan yaitu pada bulan Maret hingga April 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yanng termasuk dalam metode kuantitatif dekriptif, serta dengan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam mengumpulkan data. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian berupa angka yang diukur dengan statistik sebagai alat uji perhitungan dalam menyelesaikan masalah dan memperoleh kesimpulan (Sugiyono, 2018). Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat, keragaman produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sebagai variabel bebas, serta citra toko (M) sebagai variabel pemoderasi. Operasionalisasi variabel ini dibuat agar memudahkan penelitian dalam memahami dan terhindar dari kesalahan dalam mengartikan variabel yang dietliti.

Tabel 3.1
Variabel, Definisi Operasional, dan Indikator

Variabel	Definisi operasional	Indikator
Kepuasan pelanggan (Y)	Pelanggan yang merasa puas membeli produk toko UD. Cahaya Diesel karena dianggap memenuhi harapan pelanggan	1. Kesesuain harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesediaan merekomendasi (Tjiptono, 2012)
Keragaman Produk (X1)	Seluruh produk atau barang serta palayanan yang ditawarkan oleh toko UD. Cahaya Diesel kepada pelanggan	1. Ukuran produk yang beragam 2. Jenis atau merk produk yang bervariasi 3. Kualitas produk yang beragam (Sari & Setiyowati, 2017)
Kualitas pelayanan (X2)	Toko UD. Cahaya Diesel memberikan pelayanan yang baik sesuai harapan pelanggan, pelanggan akan puas dengan layanan yang diberikan dan akan kembali berkunjung atau membeli ulang.	1. *Tangible* (bukti fisik) - Penampilan fasilitas toko dan personil 2. *Reliability* (keandalan) - Ketepatan melayani konsumen dengan baik 3. *Responsiveness* (ketanggapan) - Siap membantu konsumen sesuai yang diinginkan 4. Assurance (jaminan) - Memberikan ganti rugi apabila ada barang yang rusak

Variabel	Definisi operasional	Indikator
		5. *Emphaty* (perhatian) - Perhatian dan mengutamakan keperluan konsumen (Yuwono & Yuwana, 2017)
Citra toko (M)	Pandangan atau persepsi masyarakat terhadap toko UD. Cahaya Diesel baik nama maupun produk toko dari segi nilai, kualitas, dan harga	1. Pandangan pelanggan terhadap toko 2. Pengalaman belanja 3. Pelayanan yang diberikan (Santikayasa & Santika, 2018)

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah keseluruhan yang terdiri atas objek / subjek yang berkualitas dan berkarakteristik tertentu menurut peneliti untuk dipelajari dan dimabil kesimpulanya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian yang dilakukan ini adalah semua pelanggan yang melakukan pembelian di toko UD. Cahaya Diesel Desa Kaliboto Kecamatan Wonodadi. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

Teknik *sampling* yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Dengan metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, maksudnya pelanggan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti (Sugiyono, 2018). Responden pada penelitian ini berkarakteristik yaitu telah melakukan pembelian di toko UD. Cahaya Diesel minimal dua kali.

Sampel yang diambil dari populasi harus bersifat representatif, jika jumlah sampel tidak representatif maka sampel tidak akan mewakili populasi. Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui secara pasti sehingga peneliti menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2018) sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 5% = 0,5

q = peluang salah 5% = 0,5

e = margin error = 10%

Dari rumus di atas dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1{,}96)^2\ (0{,}5)(0{,}5)}{(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416\ .\ 0{,}25}{0{,}001}$$

$$n = 96{,}04$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas didapatkan nilai sampel sejumlah 96,04 atau 96 orang sehingga penelitian ini harus mengambil data dari sampel minimal sejumlah 96 orang. Maka penelitian ini mengambil sampel sejumlah 100 orang.

E. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang digunakan sebagai bahan analisis variabel-variabel penelitian. Pengumpulan data primer dengan memberikan daftar pernyataan berupa kuesioner kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian di toko UD. Cahaya Diesel. Menurut Sugiyono, 2018) teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden. Responden yang dimaksud adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di toko UD. Cahaya Diesel sebanyak lebih dari dua kali.

F. Teknik Penskalaan

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert yang menurut Churchill (2005) adalah salah satu teknik pengukuran sikap yang sering digunakan dalam riset pemasaran. Dalam skala ini peneliti membuat pernyataan yang berhubungan dengan variabel atau objek, kemudian subjek atau responden mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing pernyataan. Untuk analisis kuantitatif, jawaban diberi skor (1 – 5 atau disesuaikan kebutuhan).

Bentuk checklist:

- SS : Sangat Setuju : skor 5
- S : Setuju : skor 4
- N : Netral : skor 3
- TS : Tidak Setuju : skor 2
- STS : Sangat Tidak Setuju : skor 1

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dengan menggunakan bantuan software statistic SmartPLS 3.0 yakni aplikasi dari *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Alasan peneliti menggunakan PLS karena adanya keterbatasan data, jumlah sampel yang diteliti hanya sedikit kurang dari 100, dalam penelitian ini terdapat variabel moderasi.

H. Analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)

PLS-SEM ialah alat analisis yang dipakai guna konfirmasi teori serta menjabarkan ada atau tidak adanya korelasi antar variabel (Malhotra, 2009). Menurut PLS-SEM sangat cocok guna dipakai pada model penelitian yang memiliki banyak konstruk dan indikator. PLS-SEM miliki dua sub model, yakni model pengukuran yang umum disebut *outer model* dan model struktural yang umum disebut *inner model*. Berikut merupakan penjelasan dari kedua sub model tersebut Ghozali (2016).

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

   Model pengukuran ini menjabarkan korelasi konstruk dan indikator yang ada pada konstruk tersebut. Tahapan dari model pengukuran ini ialah *convergent validity, discriminant validity,* dan *composite reliability* Ghozali (2016). *Convergent validity* dilakukan untuk pengujian hubungan positif antar konstruk. Pengujian *convergent validity* dilakukan dengan bantuan *software* PLS. Hasil dari *software* PLS tersebut adalah *outer loading*. Menurut (Hair, Hollingsworth, Randolph, & Chong, 2017) nilai *outer loading* yang dapat digunakan berkisar

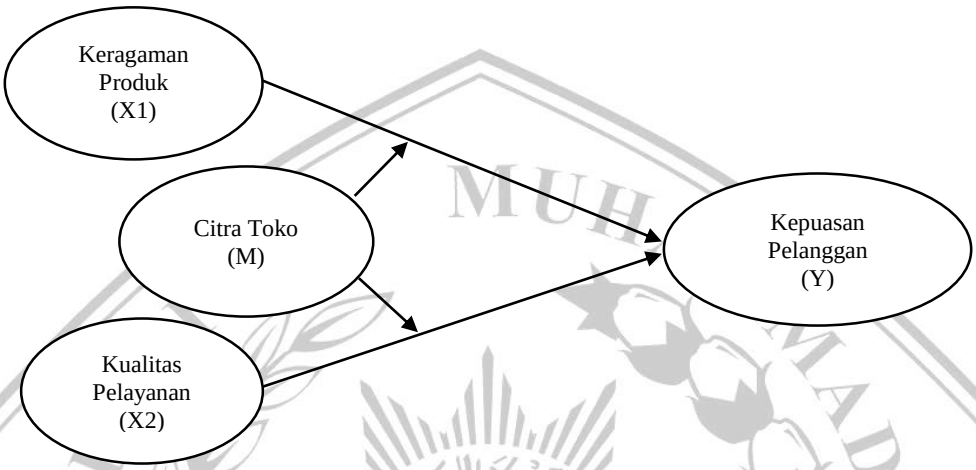
diangka 0.7. tapi *outer loading* dengan rentang nilai 0.5-0.6 masih dapat diterima. Langkah selanjutnya adalah *discriminant validity*, yang dilaksanakan guna menjelaskan perbandingan konstruk satu dengan konstruk yang lainnya Ghozali (2016). Di studi ini model *discriminant validity* yang dipakai ialah *cross loading*. Model tersebut digunakan untuk membandingkan akar kuadrat *average variance extracted* ($\sqrt{AVE}$) bagi tiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya pada model. Selanjutnya adalah *composite reliability* yang digunakan untuk pengujian reliabilitas. Menurut (Hair, Hollingsworth, Randolph, & Chong, 2017) nilai *composite reliability* yang dapat digunakan berkisar antara 0.6-0.7 dan rentang nilai di atas 7 dapat dikatakan baik. Kriteria tersebut terlihat di tabel *cronbach's alpha*.

2. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural ini menjelaskan korelasi antara variabel laten. Tahapan dari model ini adalah *R-square* dan efek *f-square*. *R-square* dilakukan untuk mengetahui hubungan antar konstruk endogen sebagai konstruks yang prediktif dan aktual. Menurut (Hair, Hollingsworth, Randolph, & Chong, 2017) nilai *R-square* yang digunakan untuk melihat hubungan tersebut ialah 0.75, 0.5 dan 0.25 yang berturut turut menjelaskan kuat, sedang dan lemah. Selanjutnya efek *f-square* dilakukan untuk mengetahui dampak yang diterima apabila konstruk eksogen dari suatu model dihilangkan. Menurut (Hair, Hollingsworth, Randolph, & Chong, 2017) nilai *f-square* untuk melihat dampak tersebut ialah 0.02, 0.15 dan 0.35 yang menjelaskan efek yang rendah, sedang dan besar.

3. Analisis Moderated Regression Analysis (MRA)

Variabel moderating merupakan variabel independen yang berfungsi menguatkan atau melemahkan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Model hubungan ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1
Model Hubungan Antar Variabel

Pada gambar kerangka konseptual variabel M merupakan variabel moderating, karena dapat melemahkan atau memperkuat hubungan antara X1, X2 terhadap Y. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menguji pengaruh variabel moderasi digunakan uji interaksi yaitu *Moderated Regression Analysis* (MRA). Model persamaan regresi yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

Persamaan Regresi Model 1 Keragaraman produk (X1) terahdap Kepuasan Pelanggan (Y) :

$$Y = a + b1X1 + e$$

Persamaan Regresi Model 2 Kualitas Pelayanan (X2) terahdap Kepuasan Pelanggan (Y) :

$$Y = a + b2X2 + e$$

Persamaan Regresi Model 3 (MRA)

$$Y = a + b1X1 + b1(X1*M) + e$$

Persamaan Regresi Model 4 (MRA)

$$Y = a + b2X2 + b2(X2*M) + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = nilai konstanta

b = koefisien regresi

X1 = Keragaman Produk

X2 = Kualitas Pelayanan

M = Citra Toko

e = residual atau prediction error