

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016) merupakan suatu metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional, serta sistematis. Penelitian ini digolongkan dalam jenis penelitian *Explanatory Research*. Menurut Sugiyono (2016), *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh variabel satu dengan variabel lainnya. Metode penelitian *explanatory research* ini cocok untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dengan menggunakan metode penelitian ini dapat memperjelas hubungan dan pengaruh antar variabel, yaitu variabel bebas, variabel terikat, dan variabel mediasi.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di PT Indotama Seraya Artha yang beralamatkan di Jalan Erlangga No. 69, Purworejo, Kecamatan Purworejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur, 67115. PT Indotama Seraya Artha merupakan perusahaan distributor produk bahan-bahan kue, makanan, dan minuman. PT Indotama Seraya Artha memiliki unit Sales yang bergerak pada penjualan produk bahan-bahan kue yang ditangani oleh 8 *Sales Person* dengan target konsumen berupa tobaku (toko bahan kue), horeca (hotel, restoran, dan *catering/café*), NOO (*New Outlet Order*), GT (*General Trade*), dan MT (*Modern Trade*).

3.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang dituju untuk diteliti guna memperoleh informasi atau data yang diperlukan dalam sebuah

penelitian. Subjek penelitian adalah benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel melekat dan yang dipermasalahkan (Arikunto, 2015).

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan atau himpunan obyek dengan ciri yang sama, sedangkan dalam arti luas populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek dan obyek yang memiliki kuantitas, serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan unit *Sales* PT Indotama Seraya Artha yang melakukan transaksi pembelian produk minimal 2 kali pada periode bulan Oktober – November 2023. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 325 pelanggan.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Quota Sampling*. Teknik *quota sampling* termasuk ke dalam *non-probability sampling* karena setiap anggota populasi tidak memiliki peluang/kesempatan yang sama untuk dipilih melalui sampel. Teknik *quota sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2016). Artinya, pengambilan sampel didasarkan pada kriteria tertentu sesuai dengan prevalensi peneliti atau bersifat subjektif. Pengambilan sampel akan terus dilakukan sampai memenuhi target (kuota) yang telah ditetapkan. Kriteria utama dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah pelanggan B2B (*Business to Business*) yang berupa toko-toko grosir yang mana telah melakukan transaksi minimal 2 kali pada periode bulan Oktober – November 2023. Sampel yang sesuai dengan kriteria tersebut dan yang ditentukan pada penelitian ini sebanyak 40

pelanggan. Peneliti menentukan sampel sejumlah 40 responden berdasarkan pernyataan Roscoe (1975) bahwa ukuran kelayakan sampel yaitu lebih besar dari 30 dan kurang dari 500. *Central Limit Theorem* (CLT) mengasumsikan bahwa distribusi rata-rata sampel yang mendekati (atau cenderung mendekati) distribusi normal seiring dengan bertambahnya ukuran sampel. Roscoe juga menyatakan bahwa untuk analisis data multivariat (misalnya, analisis regresi), ukuran sampel diharuskan 10 kali lebih besar dari jumlah variabel. Berdasarkan pemaparan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengambilan sampel minimal sebanyak 30 dan peneliti menentukan sampel sebanyak 40 dengan tujuan agar memperoleh data yang distribusinya normal seiring dengan bertambahnya sampel.

Teknik pengambilan *quota sampling* pada penelitian ini berjenis *proportional quota sampling*, dimana pengambilan sampel dilakukan berdasarkan seberapa sering sampel muncul dalam populasi yang diteliti. Pengambilan *proportional quota sampling* ini sering digunakan dalam survei dan jajak pendapat, yang mana jumlah total orang yang akan disurvei ditentukan sebelumnya (Sedgwick, 2012). *Proportional quota sampling* ini diambil berdasarkan jumlah anggota populasi pelanggan dan presentase *quota* pada tabel dibawah didasarkan dari banyaknya anggota populasi yang dihimpun, dimana perbedaan banyaknya sub-populasi mempengaruhi hasil penelitian. Perhitungan pengambilan *quota sampling* dari penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3. 1 Perhitungan *Proportional Quota Sampling*

Area	Anggota Populasi	Quota	Sampel (N=40)
Pasuruan	117	36%	14
Malang	58	18%	7
Probolinggo	47	14,5%	6
Jember-Lumajang	55	17%	7
Surabaya	21	6,5%	3
Mojokerto	27	8%	3
Jumlah	325	100%	40

Sumber: Dirancang Peneliti, Desember 2023

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yang didapatkan secara langsung atau berasal dari peneliti. Pengumpulan data primer yang diperlukan peneliti dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner mengenai *Sales Person Behavior*, *Customer Loyalty*, dan *Customer Satisfaction* kepada pelanggan unit Sales PT Indotama Seraya Artha yang telah melakukan transaksi minimal 2 kali setiap bulan pada periode Oktober - November 2023.

b. Data Sekunder

Data sekunder didapatkan dari pihak lain yang merupakan bukan berasal dari peneliti sendiri. Peneliti mengambil data sekunder, berupa data *Report Sales* periode Oktober – November 2023 yang dimiliki oleh PT Indotama Seraya Artha. Data sekunder ini merupakan data yang digunakan untuk memfilter pengambilan sampel penelitian dan sebagai acuan penyusunan kuesioner.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data dimana responden akan diberikan sekumpulan pernyataan atau pertanyaan tertulis dan akan dijawab oleh responden itu sendiri (Sugiyono, 2016). Data kuesioner ini akan disebarkan secara langsung dan responden mengisinya secara manual di kertas. Hal ini dikarenakan responden pada penelitian ini yang berupa toko-toko grosir atau dalam artian masyarakat pada umumnya, sehingga teknik pengambilan data kuesioner menggunakan kertas manual cukup efektif untuk mempermudah responden dalam mengisinya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner tertutup, karena responden hanya tinggal memberi tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Skala *likert* yang digunakan pada penelitian ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan skala likert dengan nilai 1 sampai 5 yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

b. Observasi

Menurut Arikunto (2015) observasi adalah sebuah pengamatan yang meliputi kegiatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh indera. Secara singkatnya,

observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan pada kegiatan yang berlangsung. Observasi yang dilakukan peneliti dengan melakukan pengamatan atau kunjungan secara langsung ke lokasi penelitian guna mendapatkan data yang akurat dan mendapatkan pemahaman secara mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2016). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software *Partial Least Square* (PLS) dengan model analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM dapat menguji secara bersama-sama model struktural (hubungan antara konstruk independen dengan dependen) dan model *measurement* (hubungan nilai *loading* antara indikator dengan konstruk laten). Pada uji analisis data, PLS menggunakan dua evaluasi, yaitu model pengukuran untuk menguji validitas dan reabilitas (*outer model*) dan model struktural untuk menguji kausalitas atau pengujian hipotesis dengan model prediksi (*inner model*).

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan model pengukuran dalam menilai validitas dan reabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur hal yang akan diukur dan uji realibitas mengukur konsistensi alat ukur dalam suatu konsep dan dapat digunakan juga untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item-item dalam kuesioner atau instrumen penelitian (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Penjelasan lebih lanjut mengenai model pengukuran (*Outer Model*)

menggunakan uji *Convergent Validity*, *Dicriminant Validity*, dan *Reability*:

Tabel 3.3 Ringkasan *Rule of Thumb* Evaluasi *Outer Model*

No.	Validitas / Reliabilitas	Parameter	<i>Rule of Thumb</i>
1.	<i>Covergent Validity</i>	<i>Loading Factor</i>	<ul style="list-style-type: none"> • > 0.70 untuk <i>confirmatory research</i> • > 0.60 untuk <i>exploratory research</i>
		<i>Average Variance Extraced (AVE)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • > 0.50 untuk <i>confirmatory</i> atau <i>exploratory research</i>.
2.	<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	<ul style="list-style-type: none"> • > 0.70 untuk setiap variabel.
		<i>Akar Kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstruk Laten</i>	Akar Kuadrat AVE > Korelasi antar Konstruk Laten.
		<i>Heterotrait-monotrait Ratio (HTMT)</i>	HTMT < 0,90
3.	<i>Realibility</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<ul style="list-style-type: none"> • > 0.70 untuk <i>confirmatory research</i> • > 0.60 untuk <i>exploratory research</i>
		<i>Composite Reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"> • > 0.70 untuk <i>confirmatory research</i> • > 0.60 untuk <i>exploratory research</i>

Sumber: Ghozali (2021)

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural (*Inner Model*) menggambarkan suatu hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif. Berikut uji model struktural yang digunakan dalam pengujian hipotesis:

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2) atau *R-Square*

Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen. Kriteria nilai R^2 terdiri dari tiga klasifikasi, yaitu 0.67, 0.33 dan 0.19 yang menunjukkan bahwa model kuat, sedang, dan lemah (Chin *et al.* 1998). Semakin

besar nilai R^2 menunjukkan bahwa variabel eksogen semakin baik dalam menjelaskan variasi.

b. Uji *Predictive Relevance* (Q^2)

Nilai $Q^2 > 0$ berarti model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan $Q^2 < 0$ berarti model kurang memiliki *predictive relevance* (Ghozali, 2021). Rumus perhitungan Q^2 adalah sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Dimana R_1^2, R_p^2 adalah *R-Square* variabel endogen dalam model persamaan.

3.5.2 Uji Hipotesis

a) Uji Signifikansi (*T-Statistic*)

Uji signifikansi merupakan suatu teknik analisis data yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel eksogen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel endogen (Ghozali, 2021). Pada metode *resampling bootstrap*, nilai signifikansi yang digunakan (*two-tailed t-value*) 1,65 (*significance level* = 10%), 1,96 (*significance level* = 5%), dan 2,58 (*significance level* = 1%).

Menurut Ghozali (2021) suatu variabel dikatakan berpengaruh secara signifikan jika hasil *t*-hitung $> t$ -value. Tingkat signifikansinya adalah $\alpha = 5\%$ atau 0.05 dimana *t-value* adalah 1,96. Dengan demikian, suatu variabel dikatakan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel lain jika hasil *t*-hitung $> 1,96$. Syarat suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak berdasarkan kriteria-kriteria berikut:

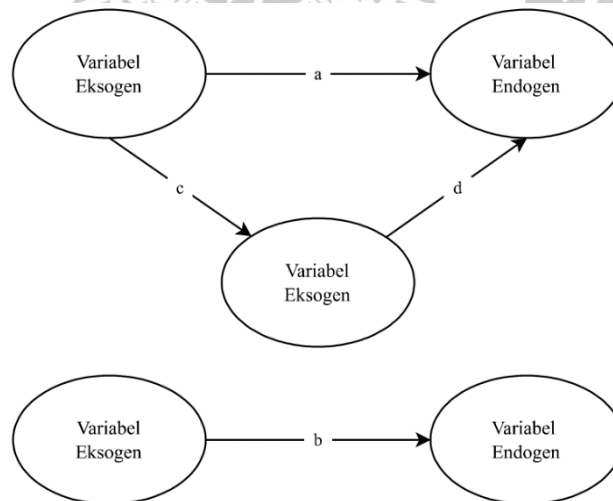
- 1) Apabila nilai signifikan *t* (*p-value*) < 0.05 , maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- 2) Apabila nilai signifikan t (p -value) > 0.05 , maka hipotesis ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Uji Pengaruh Mediasi

Pengujian pengaruh mediasi dalam analisis menggunakan PLS menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh (Baron & Kenny, 1986). Metode pengujian variabel mediasi dilakukan dengan menggunakan pendekatan perbedaan nilai koefisien dan signifikansi sebagai berikut:

- 1) Memeriksa pengaruh langsung variabel eksogen terhadap endogen pada model dengan melibatkan variabel mediasi
- 2) Memeriksa pengaruh langsung variabel eksogen terhadap endogen tanpa melibatkan variabel mediasi
- 3) Memeriksa pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi
- 4) Memeriksa pengaruh variabel mediasi terhadap variabel endogen (Solimun, 2011)



Sumber: Solimun (2011)

Gambar 3. 1 Metode Pemeriksaan Variabel Mediasi

Apabila (c) dan (d) signifikan, serta (a) tidak signifikan, maka variabel mediasi dinyatakan sebagai variabel mediasi sempurna (*complete mediation*). Apabila (c) dan (d) signifikan, serta (a) signifikan, dimana koefisien (a) lebih kecil dari (b) maka dinyatakan sebagai variabel mediasi sebagian (*partial mediation*). Apabila (c) dan (d) signifikan, serta (a) signifikan, dimana koefisien (a) hampir sama dengan (b), maka variabel mediasi dinyatakan sebagai bukan variabel mediasi. Apabila salah satu (c) dan (d) atau keduanya tidak signifikan, maka dinyatakan sebagai bukan variabel mediasi (Solimun, 2011; Hair et al., 2010).

