

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukan semua kegiatan penelitian yang ditentukan oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan pada Toko Pertanian UD Suka Tani yang terletak di Jl. Raya Kepundungan, Dusun Pekulo, Desa Kepundungan, Kecamatan Srono, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini didasarkan pada filsafat positivisme, dimana ilmu ini memiliki pandangan bahwa sebuah fenomena itu dapat diklasifikasikan, dapat diukur dan cenderung dapat diamati (Sugiyono, 2022). Penelitian ini dapat digolongkan kedalam penelitian deskriptif. Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dipilih karena pada penelitian ini peneliti berkeinginan untuk mengukur beberapa item variable untuk menemukan suatu penyebab sebuah masalah yang sedang terjadi atau yang telah terjadi (Kothari, 2004).

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2022) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Penjelasan lebih lanjut mengenai populasi oleh Uma, dan Bougie, (2017) bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau berbagai hal yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. Dari kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa populasi adalah obyek maupun subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah-masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini pelanggan UD. Suka Tani.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2022) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar representatif.

Dalam menentukan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dapat dikali 5 sampai 10 (Ferdinand, 2014). Berdasarkan uraian diatas, peneliti menetapkan sebesar 150 untuk dijadikan besaran sampel, hasil tersebut diperoleh dari perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Sampel Minimum} = \text{Jumlah Indikator Penelitian} \times 10$$

$$\text{Sampel Minimum} = 15 \times 10$$

$$\text{Sampel Minimum} = 150$$

Dari hasil perhitungan diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 150, responden dalam penelitian ini adalah Pelanggan UD Suka Tani. Sugiyono (2022) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan adanya kesempatan yang sama bagi anggota (Priyono, 2008). Cara yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu penelitian dengan cara mengambil sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria sampel yang diperlukan (Salim dan Syahrudin, 2012). Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian lebih dari 2 kali, pelanggan UD. Suka Tani yang berdomisili di Kabupaten Banyuwangi.

D. Definisi Operasional Variabel

Operasional variable merupakan suatu rancangan alat ukur yang digunakan untuk menjabarkan setiap variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan peneliti dalam menjabarkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Penelitian ini terdiri dari empat pokok variabel yang akan diteliti yaitu, Kualitas produk (X), Loyalitas Pelanggan (Y), dan Kepuasan Pelanggan (Z). Berikut ini operasional variabel nya:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item	Sumber	
Kualitas Produk, Kemampuan produk yang ditawarkan dalam menjalankan fungsinya.	Kinerja Produk pertanian dengan kualitas yang baik	Produk memiliki kandungan yang baik	(Lupiyoadi, 2016)	
		Manfaat yang diberikan oleh produk		
	Keistimewaan Produk pertanian daripada pesaingnya	Produk yang dijual berbeda komposisi dari pesaingnya		Produk yang ditawarkan beraneka ragam
		Produk yang ditawarkan beraneka ragam		
	Kualitas yang dirasakan konsumen setelah menggunakan produk	Dampak setelah menggunakan produk		Produk yang dijual memenuhi kebutuhan
		Produk yang dijual memenuhi kebutuhan		
	Kualitas produk sesuai dengan yang ditawarkan	Harga produk sesuai dengan kualitas		Produk sesuai dengan kebutuhan konsumen
		Produk sesuai dengan kebutuhan konsumen		
	Kemampuan karyawan dalam melayani konsumen	Kemampuan karyawan dalam melayani konsumen		Menanyakan kebutuhan konsumen
				Merekomendasikan produk sesuai kebutuhan
	Produk pertanian tidak mudah rusak	Produk pertanian tidak mudah rusak		Produk memiliki manfaat jangka panjang
				Produk tidak mudah rusak
Produk pertanian yang ditawarkan dapat dipercaya	Produk pertanian yang ditawarkan dapat dipercaya	Produk dapat dipercaya		
		Produk dapat diandalkan		

Variabel	Indikator	Item	Sumber			
Loyalitas Pelanggan, Merupakan kesetiaan pelanggan untuk melakukan pembelian dalam jangka panjang.	Melakukan pembelian dengan teratur pada setiap bulannya	Melakukan pembelian secara teratur	(Griffin, 2016)			
		Menjadikan UD. Suka Tani sebagai prioritas				
	Membeli antar lini produk dan jasa	Melakukan pembelian produk yang berbeda-besa		(Griffin, 2016)		
		Melakukan pembelian produk terbaru				
	Mereferensikan kepada orang lain.	Mereferensikan produk kepada kerabat			(Griffin, 2016)	
		Menceritakan hal baik terkait produk kepada kerabat				
	Tidak terpengaruh dengan penawaran produk dari produsen lainnya	Selalu membeli produk untuk memenuhi kebutuhan				(Griffin, 2016)
		Tidak berganti produsen				
Kepuasan Pelanggan, Perasaan pelanggan yang ditimbulkan atas proses evaluasi antara ekspektasi dengan realitas.	Pembelian ulang produk perusahaan.	Melakukan pembelian ulang	(Kotler dan Keller, 2016)			
	Kesesuaian kinerja dengan harapan	Kinerja sesuai dengan harapan				
	Kurang sensitif terhadap harga	Tidak mudah berganti produsen				
	Menawarkan ide atau masukan kepada perusahaan	Memberikan masukan kepada perusahaan				

E. Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2022) data kuantitatif adalah data yang yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, dimana informasi atau penjelasannya berupa bilangan atau angka. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data ini didapatkan dari penyebaran kuesioner atau angket kepada sampel yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono, (2022) data primer adalah data yang langsung didapatkan dari responden kepada peneliti. Pengumpulan data

menggunakan kuisisioner untuk disebarakan kepada responden yang sudah ditentukan (Jonathan, 2006).

F. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu (Tanzeh, 2011). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan responden sebuah pertanyaan ataupun pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2022).

Cara yang digunakan dalam pembagian kuesioner dengan membagikan instrumen penelitian kepada responden menggunakan angket dan juga melalui *googleform*. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 2 tahap, dimana tahap pertama dilakukan selama 2 minggu untuk memenuhi jumlah responden yang ditentukan dan jika selama 2 minggu belum memenuhi jumlah responden yang ditentukan maka dilakukan penyebaran tahap kedua sampai jumlah responden terpenuhi.

G. Teknik Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala dengan memanfaatkan pendekatan analisis item, di mana item tertentu dievaluasi atas dasar seberapa baik membedakan antara orang-orang yang skor total tinggi dan mereka yang skornya rendah (Kothari, 2004). Menurut Sugiyono, (2022) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial.

Setiap pertanyaan ataupun pernyataan yang diukur dengan skala likert memiliki lima tingkatan preferensi jawaban (Sugiyono, 2022). Dimana masing masing jawaban memiliki skor atau bobot yang telah ditentukan, seperti rincian pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Pilihan Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, (2022)

H. Teknik Analisis Data

1. Rentang Skala

Rentang skala digunakan untuk mengolah data mentah berupa angka yang kemudian diartikan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2022). Rentang skala ini digunakan untuk mengukur dan menilai bagaimana pengaruh kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas terhadap pelanggan UD. Suka Tani Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan:

- RS = Rentang skala
 n = Jumlah sampel
 m = Jumlah alternatif jawaban

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diperoleh rentan skala dengan perhitungan sebagai berikut :

$$RS = RS = \frac{150(5-1)}{5} = 120$$

Jadi hasil yang diperoleh dari rentang skala adalah 120

- Skor Minimum : (Bobot Terendah x Jumlah Sampel) : 1 x 150 = 150
- Skor Maksimum : (Bobot Tertinggi x Jumlah Sampel) : 5 x 150 = 750

Berdasarkan perhitungan rentang skala yang diperoleh, dengan demikian kriterial skala penilaian pada penelitian adalah:

Tabel 3.5 Rentang Skala

No.	Skor	Variabel		
		Kualitas Produk	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
1	150-269	Sangat Tidak baik	Sangat Tidak Puas	Sangat tidak loyal
2	270-389	Tidak baik	Tidak Puas	Tidak Loyal
3	390-509	Standar	Cukup	Cukup
4	510-629	Baik	Puas	Loyal
5	630-750	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Loyal

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

SEM-PLS ialah alat analisis yang dipakai guna konfirmasi teori serta menjabarkan ada atau tidak adanya korelasi antar variabel (Hair *et al.*, 2017). Menurut SEM-PLS sangat cocok guna dipakai pada model penelitian yang memiliki banyak konstruk dan indikator. SEM-PLS 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).

a. 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 *et al.*, 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 *et al.*, (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*.

b. 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 konstruk yang prediktif dan aktual. Menurut Hair *et al.*, (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 *et al.*, (2017) nilai *f-square* untuk melihat dampak tersebut ialah 0.02, 0.15 dan 0.35 yang menjelaskan efek yang rendah, sedang dan besar.

c. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis full model structural equation modeling (SEM) dengan smartPLS. Dalam full model structural equation modeling selain mengkonfirmasi teori, juga menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten (Ghozali, 2012). Pengujian hipotesis dengan melihat nilai perhitungan Path Coefisien pada pengujian inner model. Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai t statistik lebih besar dari t tabel 1,96 (α 5%) yang berarti apabila nilai t statistik setiap hipotesis lebih besar dari t tabel atau jika nilai P-Value < 0,05 maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti, demikian juga sebaliknya.

d. Uji Mediasi

Pengujian efek mediasi dalam analisis menggunakan PLS menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Ghozali, (2016) dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Model pertama, menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dan harus signifikan pada t-statistik $> 1,96$.
- 2) Model kedua, menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi dan harus signifikan pada t-statistik $> 1,96$
- 3) Model ketiga, menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen dan mediasi terhadap variabel endogen.

Pada pengujian tahap akhir, jika pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen tidak signifikan sedangkan pengaruh variabel mediasi terhadap variabel endogen signifikan pada t-statistik $> 1,96$, maka variabel mediasi terbukti memediasi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

