

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan April 2022 – Juli 2022 dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner dengan media daring *Google Form*.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada JABODETABEK dengan target responden masyarakat yang telah melakukan pembelian dan menggunakan masker mulut dengan merek Softies dengan minimal 1 bulan pemakaian.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk masker Softies dengan kurang lebih 1 bulan pemakaian.

3.2.2 Sampel

Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan teori terbatas atau *non-probability* yaitu dengan metode *purposive sampling*. Teknik tersebut meliputi orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kinerja tersebut tidak dijadikan sampel. Dalam penelitian ini kriteria yang ditetapkan peneliti adalah:

1. Usia 17 – 65 tahun
2. Berdomisili di JABODETABEK
3. Pembeli dan pengguna produk masker merek Softies selama satu bulan

Menurut Hair et al. (2010) jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai adalah: a) Jika memiliki kurang dari sama dengan lima konstruk maka minimal menggunakan 100 sampel, b) Jika memiliki kurang dari sama dengan tujuh konstruk maka minimal menggunakan 150 sampel, c) Jika memiliki lebih dari tujuh konstruk maka minimal menggunakan 300 sampel, d) Jika memiliki konstruk dengan jumlah besar maka minimal menggunakan 500 sampel.

Penelitian ini memiliki tujuh konstruk, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu minimal 150 responden. Peneliti akan mengambil sampel sebanyak 200 untuk mengurangi adanya data yang tidak valid dan tidak reliabel.

3.3 Pengembangan Instrumen

3.3.1 Variabel

Terdapat tiga jenis variabel dalam penelitian ini, yang terdiri dari:

1) Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen atau terikat adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Variabel dependen yang terdapat pada penelitian ini adalah niat pembelian ulang sebagai Z.

2) Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2019) variabel independen atau bebas adalah variabel alternatif yang dimanipulasi (yaitu tingkat variabel-variabel ini diubah oleh peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan. Variabel independen yang terdapat pada penelitian ini adalah kualitas produk sebagai X1 dan persepsi harga sebagai X2.

3) Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2019) variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati serta diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela / antara yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. Variabel intervening yang terdapat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan sebagai Y.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2019), operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut merupakan operasionalisasi variabel dari penelitian ini yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Sumber
1	Kualitas Produk (X1)	Keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara tersurat maupun tersirat	1. Kinerja 2. Daya Tahan 3. Kesesuaian dengan Spesifikasi 4. Fitur 5. Keandalan 6. Estetika 7. Kesan Kualitas	Likert: 1. Sangat Tidak Setuju (STS) 2. Tidak Setuju (TS) 3. Setuju (S) 4. Sangat Setuju (SS)	(Hoe & Mansori, 2018)
2	Persepsi harga (X2)	Jumlah yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau	1. Keterjangkauan Harga	Likert: 1. Sangat Tidak Setuju (STS)	(Safitri, 2018)

		jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa	2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3. Daya Saing Harga 4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat	2. Tidak Setuju (TS) 3. Setuju (S) 4. Sangat Setuju (SS)	
3	Kepuasan pelanggan (Y)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan	1. Harapan 2. Kinerja 3. Perbandingan 4. Pengalaman 5. Konfirmasi dan Diskonfirmasi	Likert: 1. Sangat Tidak Setuju (STS) 2. Tidak Setuju (TS) 3. Setuju (S) 4. Sangat Setuju (SS)	(Nguyen et al., 2018)
4	Niat Pembelian Ulang (Z)	Niat pelanggan untuk membeli produk yang sudah pernah dibeli di masa lalunya	1. Nilai Transaksional 2. Nilai Referensial 3. Nilai Preferensial 4. Nilai Eksploratif	Likert: 1. Sangat Tidak Setuju (STS) 2. Tidak Setuju (TS) 3. Setuju (S) 4. Sangat Setuju (SS)	(Wahandie, 2020)

Sumber: Diolah oleh peneliti

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Jenis dan sumber data yang dilakukan oleh penelitian ini yaitu Data Primer, Menurut Sugiyono (2019) data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber primer atau utama yang diberikan langsung kepada pengumpul data. Data ini didapatkan melalui metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang sesuai dengan populasi.

Sugiyono (2019) mengungkapkan bahwa kuesioner adalah metode untuk mengumpulkan data dengan memberikan sejumlah pernyataan atau

pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Teknik penyebaran kuesioner yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan menyebarkan melalui media elektronik dengan menggunakan *google form* dan kemudian disebarkan kepada responden. Kuesioner akan berisikan pertanyaan atau pernyataan yang akan dijawab oleh responden, isi dari kuesioner adalah sebagai berikut:

3.5.1 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu suatu pernyataan yang menunjukkan nilai tingkat kesetujuan atau tidak setuju. Skala Likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial, maka skala ini sangat populer di kalangan peneliti karena penerapannya yang mudah dan sederhana. Peneliti dapat menjabarkan variabel dalam skala Likert menjadi sebuah indikator, kemudian indikator dari variabel tersebut dapat dijadikan instrumen pertanyaan. Skala likert menggunakan lima tingkat nilai, dengan alternatif pilihan angka sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Skala Likert

NO	KATEGORI	SKOR
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Setuju	3
4	Sangat Setuju	4

Sumber : (Sugiyono, 2019)

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan peneliti untuk menginterpretasikan data yang telah diperoleh dan menyimpulkan hasil dari analisis data tersebut. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan teknik analisis deskriptif. Teknik analisis deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain. Tujuan dari metode

penelitian deskriptif ini yaitu untuk mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Untuk menganalisis data di dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *Structural Equation Model* (SEM) dengan perangkat lunak SPSS Versi 25 dan LISREL Versi 8.8. Kemudian akan dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji kesesuaian model, dan uji hipotesis.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan setiap butir daftar pernyataan / pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dalam menjelaskan suatu variabel. Kuesioner dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan yang diukur dalam kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2019) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid mengartikan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur hal yang akan diukur. Untuk menghitung validitas dari suatu instrumen maka digunakan perangkat lunak SPSS. Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data memberikan hasil yang konsisten bila dilakukan pada subjek yang sama. Menurut Sugiyono (2019) instrumen yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Untuk menghitung reliabilitas dari suatu instrumen maka digunakan perangkat

lunak SPSS. Untuk menginterpretasikan reliabilitas kuesioner perlu menggunakan nilai r alpha indeks korelasi berikut:

Tabel 3. 3
Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : (Sugiyono, 2019)

3.5.3 Uji Kesesuaian Model

Penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM), maka diperlukan beberapa jenis kesesuaian indeks untuk mengukur kesesuaian model. Menurut Siswoyo (2017) terdapat tiga bagian alat uji untuk model SEM. Berikut merupakan alat uji untuk model SEM:

1) *Absolute Fit Measures*

Merupakan ukuran kecocokan absolut atau mutlak untuk menentukan derajat prediksi model keseluruhan (model pengukuran dan struktural) pada matriks korelasi dan kovarian (Siswoyo, 2017). Beberapa alat ukur dari *absolute fit measures* yaitu:

a. *Chi-Square*

Merupakan alat ukur yang penting dalam menguji model penelitian secara keseluruhan. Nilai *chi-square* yang baik atau memadai yaitu jika nilainya rendah, semakin rendah atau kecil *chi-square* maka model penelitian semakin baik dan dapat diterima berdasarkan probabilitas (p) dengan nilai cut off yaitu $p > 0,05$.

b. *Root Mean Square Residual (RMSR)*

Merupakan rata-rata dari residual antara matriks kovarian/korelasi yang teramati dengan hasil estimasi. Model dianggap *good fit* apabila nilai $RMSR < 0,05$.

c. *Goodness of Fit Index (GFI)*

Merupakan ukuran non-statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (poor fit) hingga 1,0 (perfect fit). Nilai yang tinggi dalam GFI menunjukkan fit yang semakin baik. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki $AGFI \geq 0,9$ dan dikatakan *fit marginal* jika $0,8 \leq AGFI \leq 0,9$.

d. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

RMSEA menerangkan terkait GFI yang dapat diharapkan terutama jika model diestimasi pada populasi. Kriteria diterimanya model RMSEA adalah jika nilai yang didapati $\leq 0,08$

2) *Incremental Fit Measures*

Merupakan ukuran kecocokan yang sifatnya relatif dan digunakan untuk membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan dalam penelitian (Siswoyo, 2017). Beberapa alat ukur dari incremental fit measures yaitu:

a. *Adjusted Goodness of Fit (AGFI)*

Merupakan modifikasi dari GFI untuk *degree of freedom* (df) dalam model. Suatu model dikatakan *good fit* apabila memiliki $AGFI \geq 0,9$ dan dikatakan *fit marginal* jika $0,8 \leq AGFI \leq 0,9$.

b. *Comparatif Fit Index (CFI)*

Indeks ini tidak terpengaruhi oleh ukuran sampel sehingga sangat baik dalam mengukur tingkat pengukuran suatu model, dengan ukuran indeks CFI antara 0 sampai 1 yang mana jika mendekati 1 maka tingkat penerimaan model semakin tinggi dengan nilai yang diharapkan sebesar $\geq 0,9$. Indeks TLI dan CFI sangat dianjurkan karena indeks yang cenderung tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi oleh kerumitan model penelitian.

c. Tucker Lewis Index (TLI)

Indeks ini digunakan sebagai alat untuk menganalisis faktor, yang kemudian diperluas ke SEM. Nilai TLI berkisar dari 0 hingga 1. Sebuah model dikatakan *good fit* jika memiliki nilai $TLI \geq 0.9$.

3) *Parsimony Fit Measures*

Memiliki fungsi untuk melakukan penyesuaian terhadap pengukuran fit untuk dapat diperbandingkan antar model penelitian.

Tabel 3. 4
Goodness of Fit Indices

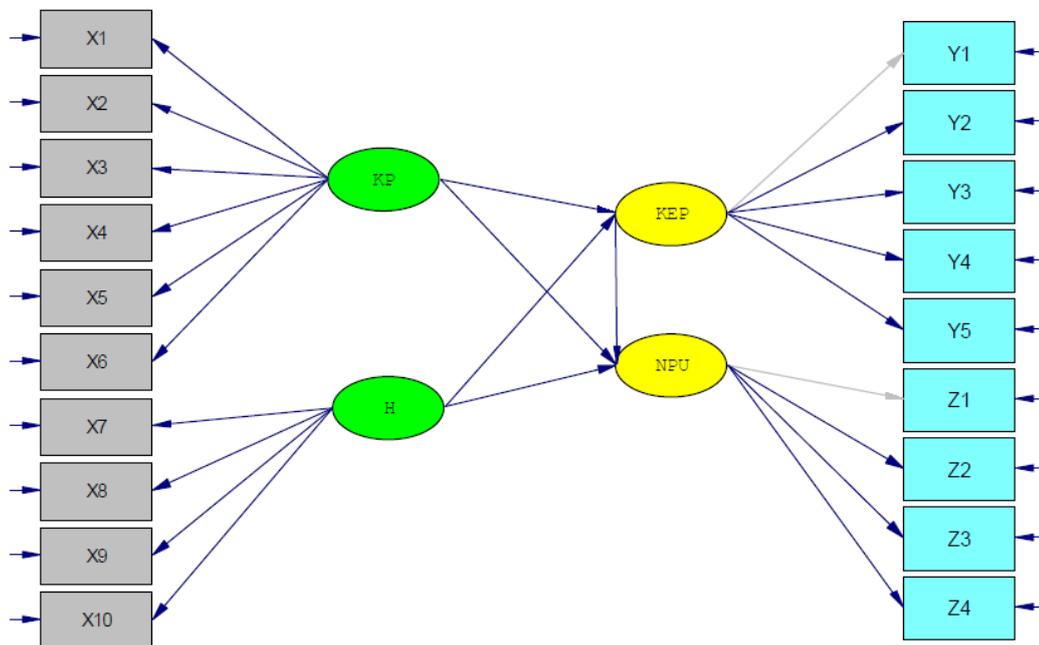
No	Goodness of Fit Indices	Cut Off Values
1	Chi Square	Semakin kecil lebih baik
2	RMSR	$\leq 0,05$
3	GFI	$\geq 0,9$
4	RMSEA	$\leq 0,08$
5	AGFI	$\geq 0,9$
6	CFI	$\geq 0,9$
7	TLI	$\geq 0,9$

Sumber: (Siswoyo, 2017)

3.5.4 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji kesesuaian model, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel penelitian. Hasil uji hipotesis hubungan di antara variabel ditunjukkan dari nilai regression weight pada kolom (nilai) CR (di mana identik dengan t hitung) yang dibandingkan dengan nilai kritisnya (di mana identik dengan t tabel) pada level signifikansi tertentu.

Dalam menguji hipotesis mengenai hubungan kausalitas antar variabel yang ada dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis. Kriteria pengujian adalah memperhatikan nilai probabilitas (p) dari nilai koefisien lamda (λ), jika nilai p lebih kecil dari nilai 0,05 atau nilai CR lebih besar dari 1,96 maka indikator tersebut dapat dikatakan signifikan.



Gambar 3. 1 Model Analisis

Sumber: Diolah oleh peneliti

3.5.5 Uji Mediasi

Di dalam menguji mediasi pada penelitian ini akan dilakukan pengujian sobel. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji pengaruh tidak langsung variabel independen (X) kepada variabel dependen (Z) melalui variabel mediasi (Y) (Ghozali, 2018). Dalam pengujian sobel, peneliti menggunakan alat uji *Calculation For Sobel Test* dengan rumus:

$$z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2SE_a^2) + (a^2SE_b^2)}}$$

Keterangan:

A : Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel mediasi

B : Koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel dependen

SE_a : *Standard error of estimation* dari pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi

SE_b : *Standard error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen

Hasil dari sobel tes dapat dikatakan berpengaruh tidak langsung/memediasi apabila *Sobel Statistic* lebih besar dari 1,96 dan nilai *P-Value* lebih kecil dari 0,05. Terdapat 3 model analisis mediasi yaitu:

1. *Full Mediating*

Yaitu ketika variabel independen tidak dapat mempengaruhi variabel dependen secara langsung tanpa variabel mediasi.

2. *Partial Mediating*

Yaitu ketika variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen tanpa variabel mediasi.

3. *No Mediating*

Yaitu ketika variabel independen tidak dapat mempengaruhi variabel dependen secara langsung maupun melalui variabel mediasi.