

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **3.1.1 Waktu Penelitian**

**Tabel 3.1**  
Waktu Penelitian

| <b>No</b> | <b>Kegiatan</b>  | <b>Waktu</b>  |
|-----------|--|---------------|
| 1         | Persiapan penelitian   | Januari 2024  |
| 2         | Menyusun latar belakang, kajian pustaka, dan metode penelitian | Februari 2024 |
| 3         | Seminar proposal penelitian                                    | Maret 2024    |
| 4         | Perbaikan proposal & penyebaran kuesioner penelitian           | April 2024    |
| 5         | Pengumpulan dan analisis data                                  | Mei 2024      |
| 6         | Penyusunan laporan penelitian                                  | Juni 2024     |

##### **3.1.2 Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Bekasi Utara

#### **3.2 Desain Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk meneliti dan menentukan informasi sebanyak-banyaknya dari suatu fenomena tertentu dan berusaha memberi gambaran secermat mungkin mengenai masalah yang dicari.

#### **3.3 Populasi**

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-

benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Propolis Mart sebanyak 663 berdasarkan data jumlah konsumen produk British Propolis terbanyak dalam satu bulan pada tahun 2023.

**Tabel 3.2**  
Jumlah Konsumen British Propolis di Bekasi Utara Tahun 2023

| <b>NO</b>     | <b>BULAN</b> | <b>JUMLAH KONSUMEN</b> |
|---------------|--------------|------------------------|
| 1             | Januari      | 438                    |
| 2             | Februari     | 582                    |
| 3             | Maret        | 550                    |
| 4             | April        | 641                    |
| 5             | Mei          | 550                    |
| 6             | Juni         | 438                    |
| 7             | Juli         | 486                    |
| 8             | Agustus      | 533                    |
| 9             | September    | 619                    |
| 10            | Oktober      | <b>663</b>             |
| 11            | November     | 486                    |
| 12            | Desember     | 533                    |
| <b>JUMLAH</b> |              | <b>6.519</b>           |

Sumber: Pemilik Usaha British Propolis

### 3.4 Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2019) purposive sampling adalah metode pengambilan sampel sumber data dengan menggunakan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu sampel yang dipilih

merupakan konsumen produk British Propolis. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%. Rumus ini digunakan untuk mendapatkan sampel yang dapat mewakili populasi. Adapun rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = N/1+N (e)^2$$

Keterangan: n = Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalahan 5%

Sehingga, perhitungan sampel dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = N/1+N (e)^2$$

$$= 663/1+663 (0,05)^2$$

$$= 663/1+663 (0,0025)$$

$$= 663/2,6575$$

$$= 249,48 \text{ (dibulatkan menjadi 250) responden}$$

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
Operasionalisasi Variabel

| VARIABEL            | DIMENSI          | INDIKATOR   | REFERENSI             |
|---------------------|------------------|---|-----------------------|
| Faktor Budaya (X1)  | Budaya           | 1. Konsumsi pribadi   | Kotler & Keller: 2018 |
|                     |                  | 2. Praktis dikonsumsi   |                       |
|                     | Sub Budaya       | 1. Mudah diperoleh  |                       |
|                     |                  | 2. Rekomendasi dari orang lain  |                       |
|                     | Kelas Sosial     | 1. Mencerminkan kelas sosial tertentu   |                       |
|                     |                  | 2. Mempunyai permintaan yang sama dengan konsumen yang memiliki kelas sosial sama |                       |
| Faktor Sosial (X2)  | Kelompok         | 1. Pengaruh dari teman  | Kotler & Keller: 2018 |
|                     |                  | 2. Mengikuti lingkungan   |                       |
|                     | Keluarga         | 1. Pengalaman dari anggota keluarga   |                       |
|                     |                  | 2. Pengaruh dari anggota keluarga   |                       |
|                     | Peran dan Status | 1. Pengaruh dari organisasi   |                       |
|                     |                  | 2. Pengaruh dari media sosial   |                       |
| Faktor Pribadi (X3) | Situasi Ekonomi  | 1. Harga terjangkau   | Lamb: 2017            |
|                     |                  | 2. Harga sesuai dengan keuangan pribadi   |                       |
|                     | Gaya Hidup       | 1. Kemasan praktis  |                       |
|                     |                  | 2. Tidak ingin membeli merk lain  |                       |

|                         |  |  |                         |
|-------------------------|--|--|-------------------------|
|                         | Kepribadian dan Konsep Diri                | 1. Suka rasanya<br>2. Suka aromanya                      |                         |
| Faktor Psikologis (X4)  | Motivasi                                   | 1. Merasa aman mengonsumsi produk                        | Poluan & Karuntu: 2021  |
|                         |  | 2. Merasa puas mengonsumsi produk                        |                         |
|                         | Persepsi                                   | 1. Memperhatikan kualitas produk                         |                         |
|                         |  | 2. Mengingat produk                                      |                         |
|                         | Pengetahuan                                | 1. Mengetahui produk                                     |                         |
|                         |  | 2. Pelayanan yang diperoleh                              |                         |
|                         | Pembelajaran                               | 1. Memiliki tentang jenis produk                         |                         |
|                         |  | 2. Memahami tentang manfaat produk                       |                         |
| Kepercayaan dan Sikap   | 1. Keyakinan terhadap pemilihan produk     |  |                         |
|                         | 2. Kecenderungan terhadap pemilihan produk |  |                         |
| Keputusan Pembelian (Y) | Pengenalan Masalah                         | 1. Mengetahui jenis produk                               | Kotler & Amstrong: 2018 |
|                         |  | 2. Mengetahui keunggulan produk                          |                         |
|                         | Pencarian Informasi                        | 1. Pencarian informasi berdasarkan pengalaman pribadi    |                         |
|                         |  | 2. Pencarian informasi berdasarkan rekomendasi           |                         |
|                         | Penilaian Alternatif                       | 1. Membandingkan kualitas produk                         |                         |
|                         |  | 2. Membandingkan harga produk                            |                         |
|                         | Keputusan pembelian                        | 1. Keputusan pembelian sesuai dengan pendapat orang lain |                         |
|                         |  | 2. Keputusan pembelian sesuai pendapat pribadi           |                         |
|                         | Perilaku Pasca Pembelian                   | 1. Kepuasan akan produk yang dibeli                      |                         |
|                         |  | 2. Keinginan untuk melakukan pembelian kembali           |                         |

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dan didukung oleh jenis data primer. Menurut Sugiyono (2019) skala Likers digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Data diperoleh berdasarkan skala Likert yang kemudian diberi skor 5-4-3-2-1. Kuesioner disebarkan kepada seluruh responden yang terdiri dari masyarakat yang pernah membeli produk British Propolis.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah pendekatan Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) atau

disingkat menjadi SEM-PLS. Masing-masing hipotesis akan dianalisis dengan menggunakan aplikasi Smart PLS versi 4.0 untuk menguji hubungan antar variabel. Menurut Jonathan dan Umi, SEM-PLS adalah suatu alternatif untuk menggunakan analisis SEM di mana data tidak berdistribusi normal, jadi PLS-SEM disebut juga sebagai teknik pemodelan lunak yang persyaratannya tidak seketat yang ada pada SEM, misalnya dalam hal skala pengukuran, ukuran sampel dan distribusi residual.

Selama ini SEM dikenal dengan didasarkan pada kovarian yang membuat estimasi parameter-parameter model dengan menghasilkan perbedaan kovarian matriks antara estimasi dan sampel menjadi kecil. Adapun SEM menggunakan PLS didasarkan pada komponen atau varian dari variabel laten endogenus yang dijelaskan dan dimaksimalkan dengan membuat estimasi hubungan model parsial dalam urutan iterasi dan regresi kuadrat kecil biasa (OLS). Pada SEM-PLS, nilai-nilai variabel laten diestimasi sesuai dengan kombinasi linier dari variabel-variabel manifest/indikator yang terkait dengan variabel laten tersebut serta diperlakukan sebagai pengganti variabel-variabel manifest tersebut. Jika SEM yang berbasis kovarian mengharuskan data berdistribusi normal, maka SEM-PLS membolehkan data tidak berdistribusi normal. Tujuan utama menggunakan SEM-PLS adalah memaksimalkan varian variabel laten endogenus (tergantung) yang dijelaskan. Hal ini bertentangan dengan SEM berbasis kovarian yang bertujuan untuk mereproduksi matriks kovarian yang didasarkan pada teori tanpa berfokus pada varian yang dijelaskan.

Perhitungan menggunakan SEM-PLS dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

1. Tahap pertama adalah estimasi iterasi nilai-nilai variabel laten melalui langkah sebagai berikut:
  - a) Aproksimasi bagian luar dari nilai-nilai variabel laten yang dihitung dengan didasarkan pada nilai-nilai variabel manifest atau indikator dan koefisien bagian luar dari langkah ke-4.
  - b) Estimasi indikator-indikator untuk hubungan model struktural antara variabel-variabel laten.

- c) Aproksimasi bagian dalam nilai-nilai variabel yang didasarkan pada nilai-nilai untuk masing-masing varian laten yang dihasilkan dari langkah ke-1 dan indikator-indikator untuk hubungan model struktural di langkah ke-2
  - d) Estimasi indikator-indikator untuk koefisien dalam model-model pengukuran hubungan antara variabel-variabel indikator dengan variabel-variabel laten dengan nilai-nilai yang dihasilkan pada langkah ke-3
2. Tahap kedua adalah estimasi terakhir semua koefisien seperti bobot luar, loadings dan hubungan model struktural yang ditentukan dengan menggunakan OLS (Ordinary Least Square) untuk setiap regresi parsial pada model SEM-PLS.

Pengukuran pada SEM-PLS tidak menggunakan kriteria model global seperti pada SEM yang berbasis kovarian. Pengukuran yang dilakukan pada SEM-PLS meliputi:

1. Penilaian model bagian luar atau disebut dengan model pengukuran, yaitu menghubungkan semua variabel manifest atau indikator dengan variabel latennya.
2. Penilaian model bagian dalam atau model struktural, yaitu di mana semua variabel laten dihubungkan satu dengan yang lain dengan didasarkan pada teori

Pada model bagian luar, penelitian ini menggunakan pengukuran model reflektif yang dinilai dengan menggunakan reliabilitas dan validitas. Sedangkan besaran nilai yang digunakan sebagai pengukuran dapat diringkas pada tabel berikut:

**Tabel 3.4**  
Pengukuran Model Reflektif

| Kriteria                           | Deskripsi   |
|------------------------------------|---|
| Reliabilitas Komposit ( $\rho_c$ ) | Pengukuran konsistensi internal dengan nilai $\geq 0,6$ yang diinterpretasikan sama dengan nilai Cronbachs Alpha. |

|                          |  |
|--------------------------|--|
| Reliabilitas Indikator   | Loading baku absolut bagian luar dengan nilai $> 0,7$  |
| AVE                      | Rata-rata varian ekstrak dengan nilai $> 0,5$ . Digunakan sebagai penentu validitas konvergen.   |
| Kriteria Fornell-Larcker | Digunakan untuk meyakinkan validitas diskriminan, maka AVE untuk setiap variabel laten harus lebih tinggi dari pada $R^2$ dengan semua variabel laten lainnya. Dengan demikian, masing masing variabel laten berbagi varian lebih dengan masing-masing blok indikatornya dari pada dengan variabel laten lainnya yang mewakili satu blok indikator yang berbeda. |
| Cross-loadings           | Digunakan untuk pengecekan validitas diskriminan selain kriteria di atas. Jika suatu indikator mempunyai korelasi yang lebih tinggi dengan variabel laten lainnya dari pada dengan variabel latennya sendiri, maka kecocokan model harus dipertimbangkan ulang.  |

Sedangkan pengukuran model struktural adalah model yang menghubungkan antar variabel laten. Pengukuran model struktural dapat diringkas pada tabel berikut:

**Tabel 3.5**  
Pengukuran Model Struktural

| <b>Kriteria</b>                | <b>Deskripsi</b>  |
|--------------------------------|---|
| $R^2$ variabel laten endogenus | Nilai $R^2$ sebesar 0,67 dikategorikan sebagai substansial<br>Nilai $R^2$ sebesar 0,33 dikategorikan sebagai moderate<br>Nilai $R^2$ sebesar 0,19 dikategorikan sebagai lemah<br>Nilai $R^2$ sebesar $> 0,7$ dikategorikan sebagai kuat   |
| Estimasi untuk koefisien jalur | Nilai-nilai yang diestimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus dievaluasi dalam perspektif kekuatan dan signifikansi hubungan.   |
| Ukuran pengaruh $f^2$          | Nilai $f^2$ sebesar 0,02 dikategorikan sebagai pengaruh lemah variabel laten prediktor (variabel laten eksogenus) pada tataran struktural.<br>Nilai $f^2$ sebesar 0,15 dikategorikan sebagai pengaruh cukup variabel laten prediktor (variabel laten eksogenus) pada tataran struktural.<br>Nilai $f^2$ sebesar 0,35 dikategorikan sebagai pengaruh kuat variabel laten prediktor (variabel laten eksogenus) pada tataran struktural. |

|   |  |
|---|--|
| Relevansi prediksi ( $Q^2$ dan $q^2$ )        | <p>Nilai <math>Q^2 &gt; 0</math> menunjukkan bukti bahwa nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik. Dengan demikian, model mempunyai relevansi prediktif. Sedangkan nilai <math>Q^2 &lt; 0</math> menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif</p> <p>Nilai <math>q^2</math> digunakan untuk melihat pengaruh relatif model struktural terhadap pengukuran observasi untuk variabel tergantung laten (variabel laten endogenus).</p> |
| Nilai Beta untuk koefisien jalur pada SEM-PLS | Koefisien jalur individual pada model struktural diinterpretasikan sebagai koefisien beta baku dari regresi OLS (Ordinary Least Square).   |

Untuk melakukan pengujian hipotesis secara parsial dalam PLS SEM, dilakukan dengan menggunakan nilai  $t$  hitung kemudian dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Adapun secara simultan dilakukan dengan menggunakan nilai  $F$  hitung kemudian dibandingkan dengan nilai  $F$  tabel pada tingkat signifikansi 0,05.



