

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam melakukan penelitian ini adalah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Hal ini dikarenakan mayoritas gerai Toko Kopi Tuku lebih berpusat di Jabodetabek sebanyak 44 gerai. Adapun penelitian ini peneliti akan melakukan dalam rentang waktu antara Februari – Desember 2024.

3.2 Desain Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *causal method* yang dimana metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat (Sekaran & Bogie, 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan dilaksanakan dengan menganalisis data dengan menggambarkan data tersebut secara numerik atau angka-angka.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan data yang akan menjadi fokus penelitian atau dapat diartikan populasi merupakan semua data yang menjadi objek atau subjek yang akan digunakan dalam penelitian. Ukuran populasi dalam penelitian ini

tak terhingga (*infinite population*) dikarenakan tidak diketahui secara pasti oleh peneliti berapa jumlah pembeli produk Toko Kopi Tuku di Jabodetabek dan cenderung tidak terbatas.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan akan digunakan sebagai data dalam penelitian, sampel akan diambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan (Purwohedi, 2022). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Teknik *non probability sampling*. Metode *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan beberapa kriteria atau karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diambil sebagai sampel penelitian (Purwohedi, 2022). Karakteristik sampel yang ingin diteliti dalam penelitian ini adalah :

- 1) Pembeli yang pernah melakukan pembelian produk Toko Kopi Tuku minimal dua kali dalam kurun waktu 3 bulan
- 2) Berusia ≥ 17 tahun
- 3) Berdomisili di daerah Jabodetabek

Karakteristik ini dipilih karena sesuai dengan objek penelitian yang akan meneliti Toko Kopi Tuku. Dalam masa pelaksanaan penelitian ini peneliti akan menggunakan *critical sample size* untuk analisis menggunakan LISREL dengan total 200 sampel (Hair *et al.*, 2018). Rumus Hair yang digunakan adalah:

$$N = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$$

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal pada penelitian ini adalah: Sampel minimal : $(9 \times 29) = 261$ responden. Berdasarkan perhitungan rumus tersebut, maka peneliti menetapkan bahwasanya jumlah minimal sampel penelitian ini adalah 261 responden yang merupakan pembeli Toko Kopi Tuku.

3.4 Pengembangan Instrumen

Penelitian ini akan menggunakan variabel bebas, intervening, dan terikat. Variabel bebas yang digunakan adalah *perceived value* (persepsi nilai) dan *consumer trust* (kepercayaan pelanggan). Variabel intervening yang digunakan adalah *electronic word of mouth* (E-WOM). Variabel terikat yang digunakan adalah *repurchase intention* (niat pembelian ulang). Dalam penelitian ini, indikator-indikator yang akan digunakan untuk mengukur variabel-variabel penelitian adalah :

Tabel 3. 1
Indikator Variabel *Perceived value*

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ASLI	ITEM ADAPTASI	SUMBER
<i>Perceived value</i>	<i>Quality or Performance Value</i>	<i>The quality of the safety shoes in this store is consisten</i>	Kualitas produk Toko Kopi Tuku konsisten	Lin <i>et al.</i> (2022)
		<i>The safety shoes in this store are well made</i>	Produk Toko Kopi Tuku dibuat dengan baik	Lin <i>et al.</i> (2022)
	<i>Emotional Value</i>	<i>When I wear safety shoes bought from this store, these are the ones that I enjoy and I would feel relaxed about using</i>	Ketika saya meminum produk Toko Kopi Tuku, saya merasa nyaman dan menikmatinya.	Lin <i>et al.</i> (2022)
		<i>When I wear safety shoes bought from this store, they would give me pleasure</i>	Ketika saya meminum produk Toko Kopi Tuku, saya merasa senang.	Lin <i>et al.</i> (2022)
	<i>Price Value</i>	<i>The safety shoes in this store are reasonably priced.</i>	Produk di Toko Kopi Tuku cukup murah	Lin <i>et al.</i> (2022)

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ASLI	ITEM ADAPTASI	SUMBER
	Social Level	<i>The safety shoes in this store are reasonably priced and offer Value for money.</i>	Produk di Toko Kopi Tuku menawarkan nilai yang berharga	Lin <i>et al.</i> (2022)
		<i>Wearing safety shoes would improve the way I am perceived</i>	Mengonsumsi produk dari Toko Kopi Tuku meningkatkan cara orang lain memandang saya.	Lin <i>et al.</i> (2022)
		<i>Wearing safety shoes would make a good impression on other people</i>	Meminum produk Toko Kopi Tuku membuat kesan saya baik di mata orang lain.	Lin <i>et al.</i> (2022)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Tabel 3. 2
Indikator Variabel Consumer Trust

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ASLI	ITEM ADAPTASI	SUMBER
Consumer Trust	Ability	<i>The ingredients and quality of food at this restaurant are reliable</i>	Bahan baku dan kualitas minuman di Toko Kopi Tuku terjamin	Prayag <i>et al.</i> , (2019)
		<i>The quality of service at this restaurant is consistently high</i>	Kualitas pelayanan di Toko Kopi Tuku sudah konsisten	Prayag <i>et al.</i> , (2019)
		<i>The service performances at this restaurant always meet my expectations</i>	Kinerja pelayanan di Toko Kopi Tuku selalu memenuhi ekspektasi saya	Prayag <i>et al.</i> , (2019)
	Benevolence	<i>The coffee shop really takes care of my needs as a customer</i>	Toko Kopi Tuku sangat peduli dengan kebutuhan saya	Wu (2017)
		<i>I believe that the price/quality ratio offered at the coffee shop is very reasonable</i>	Perbandingan antara harga dengan kualitas produk di Toko Kopi Tuku Indonesia masuk akal	Wu (2017)
	Integrity	<i>I have great confidence in the employees of the coffee shop</i>	Saya memiliki kepercayaan tinggi terhadap karyawan Toko Kopi Tuku	Wu (2017)
		<i>I believe the coffee shops I often visit provide the best for their customers</i>	Saya percaya Toko Kopi Tuku memberikan yang pelayanan terbaik.	Bernarto (2024)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Tabel 3. 3
Indikator Variabel E-WOM

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ASLI	ITEM ADAPTASI	SUMBER
E-WOM	Quality	<i>Information about the bubble milk tea are objective</i>	Informasi tentang Toko Kopi Tuku disampaikan secara jujur	Leong <i>et al.</i> (2022)
		<i>Reviews about the restaurant have a high degree of</i>	Ulasan tentang Toko Kopi Tuku dapat dimengerti dengan baik.	Hlee <i>et al.</i> (2019)

		<i>understandability or comprehensibility</i>		
	<i>Credibility</i>	<i>Information about the bubble milk tea are convincing</i>	Informasi tentang Toko Kopi Tuku disampaikan dengan meyakinkan	Leong <i>et al.</i> (2022)

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ASLI	ITEM ADAPTASI	SUMBER
		<i>Information about the bubble milk tea are accurate</i>	Informasi tentang Toko Kopi Tuku disampaikan dengan akurat.	Leong <i>et al.</i> (2022)
	<i>Completeness</i>	<i>Information about the bubble milk tea have sufficient reasons supporting the opinions</i>	Informasi mengenai Toko Kopi Tuku memiliki dasar yang kuat untuk mendukung pendapat tersebut.	Leong <i>et al.</i> (2022)
		<i>Reviews about the restaurant have an extensive explanation</i>	Ulasan tentang Toko Kopi Tuku dijelaskan secara intensif dan luas	Hlee <i>et al.</i> (2019)
	<i>Quantity</i>	<i>There are a lot of reviews regarding the restaurant</i>	Sudah banyak ulasan tentang Toko Kopi Tuku	Hlee <i>et al.</i> (2019)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Tabel 3. 4
Indikator Variabel Repurchase Intention

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ASLI	ITEM ADAPTASI	SUMBER
<i>Repurchase Intention</i>	<i>Willingness to buy</i>	<i>I would buy superfoods if I happened to see them in a store or online</i>	Saya akan membeli Toko Kopi Tuku jika saya melihatnya di toko atau secara online	Liu <i>et al.</i> (2021)
		<i>After the shoe shopping experience in this store, I will definitely choose this store again when I need another shoe</i>	Setelah pengalaman berbelanja di Toko Kopi Tuku, saya pasti akan memilih Toko Kopi Tuku untuk membeli kopi lagi	Lin <i>et al.</i> (2022)
	<i>Tendency to repurchase</i>	<i>I would like to revisit restaurant X in the near future</i>	Saya akan mengunjungi kembali Toko Kopi Tuku di kemudian hari	Ballester <i>et al.</i> , (2021)
		<i>I would like to try more superfoods in the future</i>	Saya akan mencoba kembali produk Toko Kopi Tuku di kemudian hari	Liu <i>et al.</i> (2021)
	<i>More repurchase</i>	<i>I would more frequently visit X</i>	Saya akan lebih sering untuk mengunjungi Toko Kopi Tuku	Ballester <i>et al.</i> (2021)
		<i>I would continue buying superfoods</i>	Saya akan membeli produk Toko Kopi Tuku secara berulang	Liu <i>et al.</i> (2021)

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ASLI	ITEM ADAPTASI	SUMBER
	<i>Repurchase the same type of product</i>	<i>The experience in this safety shoe store would convince me to buy that product again</i>	Pengalaman saya di Toko Kopi Tuku akan meyakinkan saya untuk membeli produknya kembali	Lin <i>et al.</i> (2022)

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini, data yang digunakan oleh peneliti ialah data primer. Data tersebut akan didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner yang akan dibagikan pembeli produk Toko Kopi Tuku sebanyak minimal 261 responden setelah itu data akan menguji variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.5.1 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner dengan skala genap untuk seluruh responden untuk mengamati variabel-variabel penelitian ini. Selanjutnya peneliti akan menggunakan skala kategori genap pilihan 6, harapannya responden tidak memberikan pilihan pada kategori *neutral* (netral) atau pilihan tengah yang dapat membuat peneliti tidak mendapatkan informasi (Sukardi, 2021). Penggunaan skala ini dikarenakan bentuk skala sejenis dengan tipe *likert* (*likert type*) yaitu bentuk yang dimodifikasi menjadi kurang atau lebih dari 5 (lima) poin.

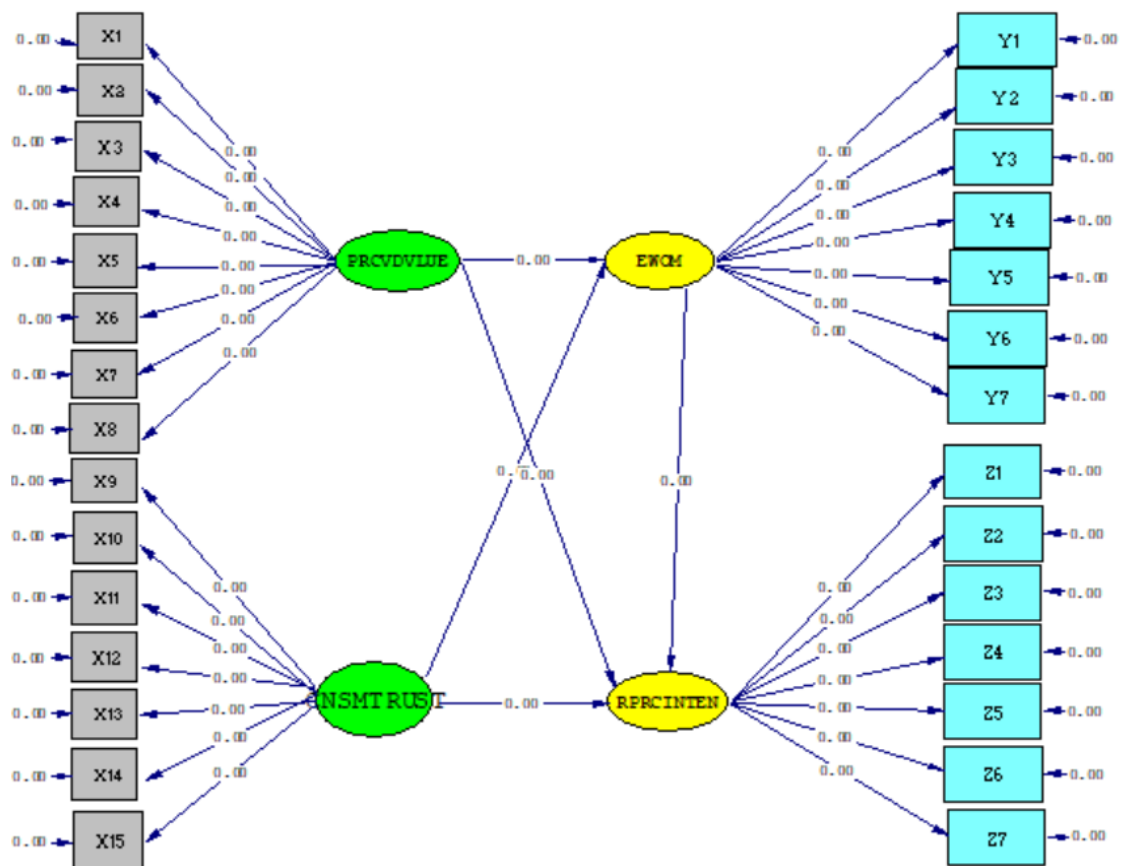
Tabel 3. 5
Skala Pengukuran Penelitian (*Likert-Type*)

Kriteria Jawaban	Kode
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Agak Tidak Setuju	3
Sedikit Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

Sumber : Sukardi (2021)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan dan analisa data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Model*), yang diterapkan dengan menggunakan perangkat lunak LISREL yang dibantu dengan SPSS.



Gambar 3. 1
Path Model SEM

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2021) merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa akuratnya suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah data kuesioner yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *corrected item total correlation* dengan

taraf signifikan 5% menggunakan perangkat lunak SPSS. Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila:

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

Analisis faktor konfirmatori, yang merupakan terjemahan dari *confirmatory factor analysis* (CFA), adalah metode yang digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel yang diamati mencerminkan suatu konstruk yang telah ditetapkan. Menurut Supriyanto *et al.* (2022), nilai *factor loading* di bawah 0,7 dikategorikan sebagai “lemah,” sedangkan nilai 0,7 atau lebih tinggi dianggap “kuat.” Penelitian ini juga mengacu pada ketentuan tersebut. Sementara itu, *Average Variance Extracted* (AVE) merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana varians yang ditangkap oleh suatu konstruk dibandingkan dengan varians akibat kesalahan pengukuran. Indeks ini dihitung berdasarkan pemuatan faktor yang diperoleh melalui estimasi kuadrat terkecil atau regresi kemungkinan maksimum. Jika nilai AVE kurang dari 0,5, maka karakteristik tersebut berkontribusi sebesar 50% atau lebih terhadap variasi yang terjadi.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali Ghazali (2021). Uji reliabilitas

penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability*. Dalam perhitungan reliabilitas Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability*, terdapat kriteria pengujian yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Jika nilai Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability* $> 0,7$, maka instrumen penelitian dikatakan reliabel.
- b) Jika nilai Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability* $< 0,7$, maka instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel

3.6.3 Uji Kelayakan Model

Pada penelitian ini analisa yang digunakan ialah menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan *software* LISREL. Menurut Waluyo & Rachman (2021) analisa *Structural Equation Modelling* (SEM) menyatukan 3 pendekatan analisis yaitu *factor analysis* (analisis faktor), *structural model* (model struktural), dan *path analysis* (analisis jalur). Lalu terdapat tiga bagian untuk menentukan apakah model *Structural Equation Modelling* (SEM) tersebut dapat dikatakan sesuai atau tidak :

1) *Absolutes Fit Measures*

Absolutes Fit Measures merupakan uji metode paling dasar dalam metode SEM, dimana pengujian ini akan mengukur model fit secara keseluruhan dengan baik dalam model struktural ataupun pengukuran secara bersamaan. Alat ukur yang digunakan pada *Absolutes 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) *Goodness of Fit Index* (GFI)

Goodnes of Fit Index merupakan metode yang akan menampilkan tingkat keakuratan dari suatu model untuk menghasilkan matriks *covariance* yang teramati. Model ini dapat ditentukan sebagai *goodfit* apabila nilai dari $GFI \geq 0,9$ (lebih besar atau sama dengan)

c) *Root Mean Square Residual* (RMSR)

Root Mean Square Residual merupakan nilai dari rata-rata residual antara matriks *covariance* yang teramati. Model dapat ditentukan sebagai *goodfit* apabila nilai dari $RMSR < 0,05$ (kurang dari).

d) *Root Mean Square Error of Appriximation* (RMSEA)

Root Mean Square Error of Appriximation merupakan parameter nilai suatu model dengan matriks *convarince* populasinya. Suatu model dapat dinyatakan *goodfit* jika RMSEA mempunyai nilai diantara lebih besar dari sama dengan 0,05 dan lebih kecil dari sama dengan 0,08. ($RMSEA \leq 0,08$).

2) *Incremental Fit Measures*

Incremental Fit Measures merupakan model dengan tujuan untuk melakukan perbandinagn terhadap model yang diusulkan dengan model dasar yang digunakan lalu alat ukur yang digunakan pada model ini adalah:

a) *Adjusted Goodnes of Fit* (AGFI)

AGFI merupakan alat ukur yang telah dimodifikasi dari *goodnes of fit* untuk *degree of freedom* dalam model. Dalam proses ukur ini, suatu model dapat dinyatakan *goodfit* jika nilai yang didapat pada $\geq 0,09$ (lebih besar sama dengan)

b) *Comparative Fit Index* (CFI)

CFI merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana model yang diusulkan sesuai dengan data dibandingkan dengan model *null*. Nilai CFI tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel. Sebuah model dapat dikatakan memiliki kecocokan yang baik *goodfit* jika $CFI \geq 0,09$.

c) *Incrimental Fit Index* (IFI)

IFI merupakan ukuran untuk mengevaluasi sejauh mana model yang diajukan lebih baik dibandingkan dengan model dasar (*baseline model*) yang mengasumsikan tidak adanya hubungan antara variabel-variabel yang diamati. Sebuah model dapat dikatakan memiliki kecocokan baik *goodfit* jika $IFI > 0,9$.

3) *Parsimony Fit Measures*

Parsimony Fit Measures merupakan model untuk dapat melakukan perbandingan yang kompleks dengan sederhana.

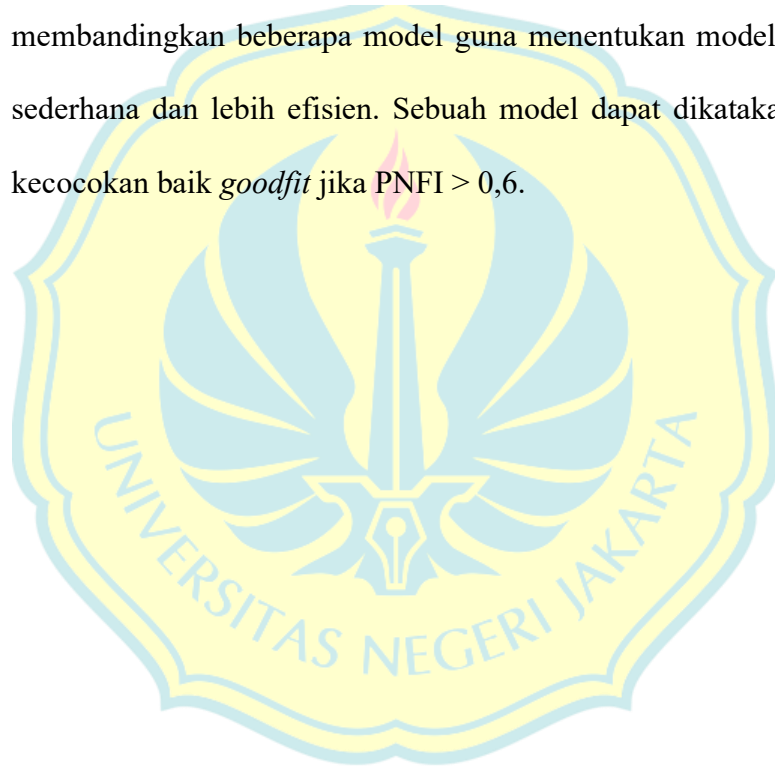
a) *Parsimonious Goodness of Fit Index* (PGFI)

PGFI mempertimbangkan kompleksitas model dalam menilai kualitas kecocokan, sehingga memberikan penekanan pada prinsip parsimoni. PGFI berusaha untuk memberikan gambaran seberapa efisien model

dapat menjelaskan data mempertimbangkan jumlah parameter bebas dalam model. Sebuah model dapat dikatakan memiliki kecocokan baik *goodfit* jika $PGFI > 0,6$.

b) *Parsimonious Normed of Fit Index* (PNFI)

PNFI memberikan gambaran yang lebih realistis tentang kualitas model karena memperhitungkan kompleksitas model. PNFI digunakan untuk membandingkan beberapa model guna menentukan model yang lebih sederhana dan lebih efisien. Sebuah model dapat dikatakan memiliki kecocokan baik *goodfit* jika $PNFI > 0,6$.



Tabel 3. 6
Goodness of Fit Indices

<i>Goodness of Fit Indices</i>	<i>Cut-off Values</i>
Chi-square	$p > 0,5$
GFI	$\geq 0,90$
RMSR	$\leq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
AGFI	$\geq 0,09$
CFI	$\geq 0,09$
IFI	$\geq 0,9$
PGFI	$\geq 0,6$
PNFI	$\geq 0,6$

Sumber : Sukardi (2021)

3.6.4 Uji Hipotesis

Nilai efek total berstandar (*standardized total effects*) digunakan untuk menunjukkan hasil uji hipotesis mengenai hubungan antar variabel. Maka dari itu berikut cara untuk menginterpretasikan nilai efek total berstandar tersebut:

- 1) *Effects* $< 0,2$: terbilang “Lemah”
- 2) *Effects* $0,2 - 0,3$: terbilang “Efek Ringan”
- 3) *Effects* $0,3 - 0,5$: terbilang “Cukup Kuat”
- 4) *Effects* $0,5 - 0,8$: terbilang “Kuat”
- 5) *Effects* $> 0,80$: terbilang “Sangat Kuat”

Setelah membangun model yang sesuai, langkah selanjutnya adalah untuk menganalisis apakah model tersebut dapat memenuhi kriteria tertentu yang dapat mendukung hipotesis penelitian. Kriteria ini mencakup *t-Values* pada kolom C.R (*Critical Ratio*) dan *p-Value* pada kolom P menunjukkan

perhitungan signifikan ($P=***$ yang berarti p -Value mendekati angka 0), dimana jika nilai $C.R > 1,96$ atau p -Value $< 0,05$ maka akan mengisyaratkan perhitungan signifikan di level 0,05.

