

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanasi (*eksplanatory*). Menurut Kuncoro (2013), penelitian eksplanasi (*research eksplanatory*) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan atau dugaan yang sifatnya masih baru dan untuk memberikan arahan bagi penelitian selanjutnya. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen kopi excelsa (*coffea liberica var.dewevrei*) Jegidik Wonosalam yang berkunjung ke Rumah Durian Wonosalam. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah dengan teknik sampling purposive. Skala pengukuran menggunakan skala likert, metode pengumpulan data dengan cara angket dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM).

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Rumah Durian Wonosalam di Jl. Anjasmoro Dusun Sumber 004/012 Desa Wonosalam, Kecamatan Wonosalam, Jombang. Dan objek penelitian dalam penelitian ini adalah minat beli ulang, kualitas produk dan kepuasan konsumen kopi excelsa (*coffea liberica var.dewevrei*) Jegidik Wonosalam.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua konsumen kopi excelsa (*coffea liberica var.dewevrei*) Jegidik Wonosalam yang berkunjung ke Rumah Durian Wonosalam dan membeli produk tersebut lebih dari satu kali yang jumlahnya tidak diketahui.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampel yang diambil harus benar-benar representatif atau mewakili. Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus menurut Nazir (2013) sebagai berikut:

$$n = Z^2 0,5 (1 - 0,5) / \mu^2$$

$$n = Z^2 / 4 \mu^2$$

Keterangan :

N = jumlah sampel

Z = Skor Z pada ketepatan 95% adalah 1,96

μ = *Sampling error* 5 % (95 persen benar)

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar :

$$n = 1,96^2/4.0,1$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas, dengan batas kesalahan yang diinginkan 5%, diperoleh hasil 96,04 dan dibulatkan menjadi 97 pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang atau responden.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel (Sugiyono, 2017). Terdapat berbagai teknik pengambilan sampel diantaranya *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel tersebut adalah menggunakan teknik *non probability sampling* yang sampelnya berjenis *Purposive Sampling*, *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ferdinand A. , 2006). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Individu yang mengetahui produk kopi excelsa (*coffea liberica var.dewevrei*) Jegidik Wonosalam.
2. Individu yang telah membeli produk kopi excelsa (*coffea liberica var.dewevrei*) Jegidik Wonosalam lebih dari satu kali.

3.4 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

3.4.1. Variabel

Menurut Sugiyono (2017) bahwa variabel berdasarkan macam-macamnya terdapat empat variabel, yaitu variabel independen, variabel dependen, variabel

moderator dan variabel intervening. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel yaitu terdiri dari variabel dependen variabel independen dan variabel intervening. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli ulang (Y), variabel independen adalah kualitas produk (X),serta variabel intervening adalah kepuasan konsumen (M).

3.4.2. Operasionalisasi

Operasionalisasi dalam penelitian ini menerangkan tentang indikator yang ada di setiap variabel yaitu minat beli ulang (Y), kualitas produk (X) dan kepuasan konsumen (M).

1. Minat Beli Ulang (Y)

Minat beli ulang merupakan pembelian suatu produk yang sama yang mana sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh konsumen tersebut, dan terus membeli lagi untuk kedua dan ketiga kalinya (Swastha & T, 2008). Yang diukur dengan menggunakan indikator yang diadopsi dari Ferdinand (2002) yang disesuaikan dengan penelitian ini:

- a. Minat transaksional : keinginan konsumen untuk membeli kembali produk yang telah dibeli.
- b. Minat referensial : keinginan mereferensikan pada orang lain berdasarkan pengalaman konsumsi.
- c. Minat preferensial : kecenderungan untuk menjadikan kopi dengan pilihan utama.
- d. Minat eksploratif : keinginan untuk mencari informasi positif pada produk kopi.

2. Kualitas Produk (X)

Mengacu dari konsep yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2012) dalam penelitian ini kualitas produk didefinisikan sebagai persepsi konsumen mengenai kinerja produk kopi excelsa (*coffea liberica var.dewevrei*) Jegidik Wonosalam, yang diukur menurut teori Mullins , Orville, Larreche, & Boyd (2005), yaitu :

- a. Daya tahan (*durability*) : masa kadaluarsa produk.
- b. Estetika (*aesthetics*) : tampilan produk, seperti kemasan, rasa, bentuk, bau.
- c. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*) : produk tersebut sempurna tidak ada cacat.
- d. Kesan kualitas (*perceived quality*) : kesan setelah mengkonsumsi produk.

3. Kepuasan Konsumen (M)

Mengacu dari konsep yang dikemukakan oleh Wilkie (2008) dalam penelitian ini kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respon emosional terhadap evaluasi pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi produk kopi excelsa (*coffea liberica var.dewevrei*) Jegidik Wonosalam. Yang diukur dengan menggunakan indikator yang diadopsi dari Wilkie (2008) yang sesuai dengan penelitian ini :

- a. Kepuasan atas harapan konsumen
- b. Perilaku tidak komplain
- c. Ekpresi senang setelah menggunakan produk

Operasional variabel yang akan digunakan, akan ditunjukkan dalam tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Sumber
Minat Beli Ulang (Y)	Minat Transaksional	Saya berminat untuk membeli lagi kopi Jegidik di lain waktu (Y _{1.1}).	(Ferdinand A. , 2002)
	Minat Referensial	Saya akan merekomendasikan kopi Jegidik ke teman maupun kerabat saya (Y _{1.2}).	
	Minat Preferensial	Saya akan lebih memilih kopi Jegidik dibanding kopi yang lain (Y _{1.3}).	
	Minat Eksploratif	Saya juga mencoba varian lain kopi Jegidik selain original(Y _{1.4}).	
Kualitas Produk (X)	Daya tahan	Produk kopi Jegidik Wonosalam tahan lama sehingga bisa saya simpan (X _{1.1}).	(Mullins , Orville, Larreche, & Boyd, 2005)
	Estetika	Penyajian kopi Jegidik menarik konsumen (X _{1.2}).	
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Harga yang saya bayar sesuai dengan kualitas kopi yang saya dapatkan (X _{1.3}).	
	Kesan kualitas	Setelah saya menikmati kopi Jegidik, rasanya nikmat dibanding dengan kopi yang lain (X _{1.4}).	
Kepuasan Konsumen (M)	Kepuasan atas harapan konsumen.	Saya merasa puas mengkonsumsi kopi Jegidik (M _{1.1}).	(Wilkie, 2008)
	Perilaku tidak complain	Saya tidak mempunyai keluhan atas kopi Jegidik yang saya konsumsi (M _{1.2}).	
	Ekpresi senang setelah menggunakan produk	Saya akan menikmati kopi jegidik lagi jika datang ke Wonosalam (M _{1.3}).	

3.4.3. Uji Coba Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi objek yang diteliti, sehingga diperoleh hasil yang valid (Sugiyono, 2017). Sedangkan menurut Ferdinand (2014) validitas dimaksudkan sebagai mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas tercipta apabila instrument pengukur data secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Pada analisis SEM-PLS dengan menggunakan WarpPLS 5.0, validitas diukur dengan menggunakan dua instrumen, yaitu *Convergent Validity* dan *Discriminant Validity* (Solimun, 2017). Berikut ini data uji instrumen validitas sebanyak 30 responden, yang dipaparkan pada tabel 3.2, sebagai berikut:

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Korelasi (r hitung)	R kritis	Keterangan
Minat Beli Ulang	Y _{1.1}	0.917	0.3	Valid
	Y _{1.2}	0.848	0.3	Valid
	Y _{1.3}	0.880	0.3	Valid
	Y _{1.4}	0.741	0.3	Valid
Kualitas Produk	X _{1.1}	0.719	0.3	Valid
	X _{1.2}	0.773	0.3	Valid
	X _{1.3}	0.783	0.3	Valid
	X _{1.4}	0.820	0.3	Valid
Kepuasan Konsumen	M _{1.1}	0.956	0.3	Valid
	M _{1.2}	0.910	0.3	Valid
	M _{1.3}	0.904	0.3	Valid

Sumber: Data WarpPLS Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.2 diatas dapat diketahui bahwa nilai muatan faktor ≥ 0.3 dan memiliki p value ≤ 0.05 sehingga masing-masing indikator dapat terpenuhi dan dinyatakan valid , oleh sebab itu instrumen-instrumen tersebut dapat dilanjutkan sebagai tahapan penelitian selanjutnya kepada 70 calon responden untuk meneliti apakah terdapat adanya hubungan dari ketiga variabel tersebut atau tidak.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2009). Suatu kuesione dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada analisis SEM-PLS dengan menggunakan WarpPLS 5.0 untuk mengukur reliabilitas diukur dengan *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*.

Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *cronbach alpha coefficients* (Suryani, 2015). Instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, apabila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien α	Keterangan
Minat Beli Ulang (Y)	0.869	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X)	0.777	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (M)	0.913	0,6	Reliabel

Sumber: Data WarpPLS Diolah, 2019

Berdasarkan dari tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai alpha >0.6 . Dengan demikian semua item pernyataan dinyatakan Reliabel untuk pengujian selanjutnya.

3.4.4. Pengukuran

Pengukuran merupakan suatu konsep dasar dalam melaksanakan sebuah penelitian, khususnya yang berkaitan dengan ilmu sosial (Santosa, 2018). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Skala *Likert*. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, maka jawaban diberi nilai, yaitu nilai dari 5 sampai dengan 1. Jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju diberi skor 5.
- b. Jawaban setuju diberi skor 4.
- c. Jawaban netral diberi skor 3.
- d. Jawaban tidak setuju diberi skor 2.
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

3.5 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dengan mengadakan penyebaran angket kepada responden yang telah ditetapkan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, buku, atau majalah dan administrasi dan data-data lain yang diperlukan dalam penulisan proposal skripsi ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini ada beberapa cara yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data yaitu angket dan dokumentasi. Berikut ini akan dijabarkan beberapa cara pengumpulan data tersebut:

1. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan yang diajukan pada pihak responden, dalam hal ini adalah konsumen kopi excelsa (*coffea liberica var.dewevrei*) Jegidik Wonosalam yang berkunjung ke Rumah Durian Wonosalam. Cara ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui mediasi kepuasan konsumen yang dicari dalam penelitian ini.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara pengumpulan data yang berupa data fisik maupun dokumen. Dengan menggunakan data-data yang sudah ada dalam file produsen kopi excelsa (*coffea liberica var.dewevrei*) Jegidik Wonosalam.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisa Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013) metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Rentan Skor} = \frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
- 1,81 – 2,6 = Buruk
- 2,61 – 3,4 = Cukup
- 3,41 – 4,2 = Baik
- 4,21 – 5,0 = Sangat Baik

Sumber : (Sudjana, 2005)

3.7.2. Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)

SEM merupakan salah satu jenis analisis multivariat dalam ilmu sosial. Analisis multivariat yang dimaksud adalah aplikasi metode statistika untuk menganalisis beberapa variabel penelitian secara simultan atau serempak (Sholihin & Ratmono, 2013). Menurut Sholihin dan Ratmono (2013), SEM dibagi menjadi dua jenis, yaitu Covariance-based SEM (CB-SEM) dan Variance-based SEM (SEM-PLS).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Variance-based SEM (SEM-PLS), dengan alasan SEM-PLS dapat menganalisis model pengukuran reflektif dan formatif, serta variabel laten dengan satu indikator tanpa menimbulkan masalah identifikasi (Sholihin & Ratmono, 2013). Selain itu alasan menggunakan SEM-PLS adalah Analisis mediasi SEM-PLS ini digunakan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai pengaruh kualitas produk (X) terhadap minat beli ulang (Y) dengan kepuasan konsumen (Z) sebagai variabel mediasi. Analisis dalam penelitian ini menggunakan dua metode untuk menunjukkan serangkaian persyaratan yang harus dipenuhi untuk model mediasi. Seperti yang telah diuraikan oleh Baron dan Kenny (1986).

3.7.3. Outer Model

Outer Model atau Model Pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan Model Pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah reflektif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel. Outer model dapat dilihat dari *convergent validity*, *discriminant validity*, *Composite reliability* (*pc*) dan *cronbach alpha*.

a. Convergent validity

Korelasi antara skor indikator reflektif dengan skor variabel latennya. Untuk hal ini, validitas konvergen dapat terpenuhi apabila muatan faktor (*factor loading*) harus lebih besar dari 0,7, kalau di bawah 0,7 ada ketentuan indikator itu harus dipertahankan atau tidak (Sholihin & Ratmono, 2013).

b. *Discriminant validity*

Pengukuran indikator refleksif berdasarkan *cross loading* dengan variabel latennya, bilamana nilai *cross loading* setiap indikator pada variabel bersangkutan terbesar dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel laten lainnya maka dikatakan valid. Metode lain dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) variabel laten dengan korelasi antar variabel laten lainnya dalam model, jika *square root of average variance extracted* (AVE) variabel laten lebih besar dari korelasi dengan seluruh variabel laten lainnya maka dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

c. *Composite reliability (pc)*

Menurut Solimun (2017) kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki *composite reliability* ≥ 0.7 , walaupun bukan merupakan *standar absolut*.

$$pc = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i var(\epsilon_i)}$$

d. *Cronbach Alpha*

Kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki koefisien alfa ≥ 0.6 (Solimun, 2017).

3.7.4. Inner Model

Inner Model atau Model Struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*. Perancangan Model Struktural hubungan antar variabel laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian (Ghozali, 2007).

a. *Goodness of Fit*

Goodness of Fit yang dimaksud adalah indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten (Aaker, 2015). Uji *Goodness of Fit* atau kelayakan model digunakan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual. Perhitungan statistik apabila nilai-nilai statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya perhitungan statistik disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima. Pada Analisis dengan menggunakan WarpPLS kriteria *Goodness of Fit* Model dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.4

Kriteria Model Fit dan *Quality Indices* WarpPLS

Model Fit and Quality Indices	Kriteria Fit
Average Path Coefficient (APC)	P < 0,05
Average R-Squared (ARS)	P < 0,05
Average Adjusted R-Squared (AARS)	P < 0,05
Average Block VIF (AVIF)	Acceptable if ≤ 5 ; Ideally $\leq 3,3$
Average Full Collinearity (AFVIF)	Acceptable if ≤ 5 ; Ideally $\leq 3,3$
Tenenhous GoF (GoF)	Small $\geq 0,1$; Medium $\geq 0,25$; Large $\geq 0,5$
Sympson's Paradox Ratio (SPR)	Acceptable if $\geq 0,7$; Ideally = 1
R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	Acceptable if $\geq 0,9$; Ideally = 1
Statistical Suppression Ratio (SSR)	Acceptable if $\geq 0,7$

Lanjutan Tabel 3.4

Model Fit and Quality Indices	Kriteria Fit
Nonlinear Bivariate Causality Direction	Acceptable if $> 0,7$

3.7.5. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan untuk menguji pengaruh variabel mediasi dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian hipotesa dengan analisis regresi mediasi yaitu dengan menggunakan program WarpPLS versi 05. Adapun hipotesa yang akan di uji dalam penelitian adalah :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang.

Pengujian dilakukan dengan t-test, bilamana diperoleh $p\text{-value} \leq 0.05$ (Alpha 5%), maka dapat disimpulkan signifikan, dan begitu pula sebaliknya (Solimun, 2017). Mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesa, maka dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikan dan alpha (0.05) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila signifikan < 0.05 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b. Apabila signifikan > 0.05 berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

3.7.6. Uji Mediasi

Menurut Baron dan Kenny (1986) suatu variabel disebut variabel mediasi jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Adanya *partial Mediation* menunjukkan bahwa M bukan satu-satunya pemediasi hubungan X terhadap Y namun terdapat pemediasi lain

antara X terhadap Y. Adapun uji mediasi yang akan diuji adalah Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang.

3.7.7. R Square

R Square pada konstruk endogen. Nilai *R Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Nilai *R square* sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.17 (lemah). Model struktural (*inner model*) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses *bootstrapping* parameter uji T-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Model struktural (*inner model*) dievaluasi dengan melihat persentase variance yang dijelaskan oleh nilai untuk variabel dependen dengan menggunakan ukuran *Ston-Geisser O-square test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur struktural.