

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode penelitian

Metode penelitian adalah suatu pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu (Sugiyono, 2021:2), dari definisi ini, ada empat aspek yang perlu dipahami lebih dalam, yaitu pendekatan ilmiah, data, tujuan, dan manfaat. Penelitian yang dilakukan dengan metode ilmiah memiliki karakteristik seperti rasional, empiris, dan sistematis. Data yang dikumpulkan melalui penelitian merupakan data empiris yang harus memenuhi kriteria khusus seperti validitas, reabilitas, dan objektivitas. Jika data yang diteliti valid, maka data tersebut juga akan reliabel dan objektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena didasarkan atas dasar logika berpikir, membangun sebuah hipotesis, sampai dilakukan pengujian data yang berupa angka-angka dan dilakukan analisis statistik. Dalam penelitian ini digunakan asosiatif kausal atau memfokuskan pada hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih, agar dapat diketahui hubungan antara variabel-variabel tersebut.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Bogor, mencakup wilayah kecamatan bogor utara, kecamatan bogor barat, kecamatan bogor selatan, kecamatan bogor tengah, kecamatan bogor timur dan kecamatan tanah sereal.

Penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan maret hingga bulan september tahun 2024.

Tabel 10
Rencana Penelitian

Waktu	Maret			April			Mei			Juni			Juli			Agustus			September				
Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Pengajuan Judul Proposal	■	■	■																				
Bimbingan Proposal Bab 1				■	■	■	■																
Revisi Bab 1					■	■	■	■	■														
Bimbingan Bab 1- Bab 2									■	■													
Revisi bab 1- bab 2										■	■												
Bimbingan Proposal Bab 1,2,3											■	■	■	■									
Revisi bab 1- bab 2- bab 3														■	■	■							
Pengajuan Seminar Proposal																	■	■	■	■			
Seminar Proposal																					■	■	■
Revi Setelah seminar proposal																							■
pengajuan bab 4 - bab 5 dan revisi bab 4,5																							■

C. Variabel dan Pengukuran

Variabel penelitian mencakup segala hal dalam berbagai bentuk yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dengan tujuan memperoleh informasi tentang hal tersebut dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian (Sugiyono, 2021:38). Dalam penelitian ini, variabel yang akan dianalisis terdiri dari variabel endogen (variabel dependen) dan variabel eksogen (variabel independen).

1. Variabel Endogen (Dependen)

Variabel endogen (dependen) adalah variabel yang terpengaruh akibat dari keberadaan variabel bebas (Sugiyono, 2021:39). Variabel endogen (dependen) dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).

Keputusan pembelian adalah keputusan dimana pembelian melibatkan langkah-langkah dimana orang menyadari ada masalah, lalu mereka mencari tahu tentang barang mereka, dan menilai seberapa baiknya solusi itu. Hal

ini kemudia membawa mereka untuk memutuskan untuk membeli atau tidaknya.

2. Variabel Eksogen (Independen)

Variabel eksogen (indenden) merupakan variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen (Sugiyono, 2021:239). Variabel eksogen (independen) dalam penelitian ini yaitu:

a. Kualitas Produk (X1)

Kualiatas produk adalah produk atau jasa yang telah melalui proses menghitung nilai yang ada sehingga tidak memiliki kekurangan dan dapat memenuhi ekpektasi pelanggan.

b. *Brand image* (X2)

Brand image adalah gambaran atau kesan yang dimiliki konsumen tentang suatu merek disebut citra merek. Oleh karena itu, rekomendasi yang dimiliki konsumen tentang citra merek akan membantu keputusan untuk membeli (Saraswati et al, 2022 : 123).

c. Harga Produk (X3)

Harga adalah nilai uang yang digunakan untuk membeli barang atau jasa, yang menentukan nilai produk dalam psayangan pembeli (Hadi, 2021:87). Operasional Variabel

Untuk memberikan penjelasan yang lebih ditail mengenai variabel yang akan diteliti, peneliti menyajikannya dalam tabel operasional berikut.

Tabel 11
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Kode indikator	Pengukuran
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan dimana pembeli melibatkan langkah-langkah dimana orang menyadari ada masalah, lalu mereka mencari tahu tentang barang atau mereknya, dan menilai seberapa baiknya solusi itu. Hal ini kemudian membawa mereka untuk memutuskan untuk membeli atau tidaknya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebiasaan dalam membeli produk mie sedaap 2. Memberi rekomendasi mie sedaap kepada orang lain 3. Melakukan pembelian ulang mie sedaap 	KPB 1 KPB 2 KPB 3	<i>Skala Likert</i>
Kualitas produk (X1)	Kualitas produk adalah produk dan jasa yang telah melalui proses menghitung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tahan 2. Keistimewaan produk 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 	KP 1 KP 2 KP 3 KP 4	<i>Skala Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Kode indikator	Pengukuran
	nilai yang ada sehingga tidak memiliki kekurangan dan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan	4. Estetika produk		
<i>Brand image</i> (X2)	<i>Brand image</i> adalah gambaran atau kesan yang dimiliki konsumen tentang suatu merek disebut citra merek. Oleh karena itu, rekomendasi yang dimiliki konsumen tentang citra merek akan membantu keputusan untuk membeli.	1. Keunikan (<i>uniqueness</i>) 2. Kekuatan (<i>strength</i>) 3. Kesukaan (<i>favorability</i>)	BI 1 BI 2 BI 3	<i>Skala Likert</i>
Harga produk (X3)	Harga adalah nilai yang digunakan untuk membeli barang atau jasa, yang menentukan	1. Kesesuaian harga 2. Daya saing harga 3. Keterjangkauan harga	HP 1 HP 2 HP 3	<i>Skala Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Kode indikator	Pengukuran
	nilai produk dalam psayangan pembeli.			

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pada sebuah penelitian, populasi adalah keseluruhan subjek atau individu yang akan diteliti karena memenuhi sifat atau kriteria yang relevan dengan penelitian tersebut. Menurut (Sugiyono, 2021 : 126) populasi merupakan ruang lingkup luas yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik dan fitur tertentu yang ditentukan oleh penelitian untuk diteliti, dengan tujuan untuk menarik kesimpulan berdasarkan informasi yang diperoleh. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli produk Mie instan termasuk Mie Sedaap di kota Bogor.

2. Sampel

Sampel digunakan dalam penelitian untuk memberikan ilustrasi mengenai populasi. Menurut Sugiyono (2021 : 127), sampel adalah bagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi sangat besar dan penelitian tidak dapat mempelajari semuanya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel untuk mewakili populasi tersebut. Dalam penelitian ini, diterapkan metode analisis algoritma dengan pendekatan path atau

struktural, yang tidak memerlukan jumlah sampel yang besar, dengan batasan minimal dan maksimal sampel berkisar antara 30 hingga 100 ampel. (Ghozali, 2021 : 47).

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sampling. Menurut Sugiyono (2021 : 131), non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap elemen atau individu dalam populasi untuk terpilih sebagai sampel. Metode ini mencakup teknik seperti sampling sistematis, kuato, aksidental, *purposive*, jenuh dan snowball.

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive* dengan ketentuan pernah membeli Mie instan Sedaap minimal satu kali dan berdomisili di Kota Bogor. Menurut Sugiyono, (2021 : 133). *Purposive sampling* ialah metode pengambilan sampel dengan memperhatikan aspek-aspek tertentu antara lain dengan tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel dan tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan peneliti dalam SEM-PLS, perhitungan ukuran sampel harus dilakukan dengan mempertimbangkan jumlah sampel yang berkisar antara 5 hingga 10 kali jumlah indikator pada tingkat signifikansi alpha sebesar 5%. Dengan 13 indikator dalam penelitian ini, ukuran sampel yang sesuai dengan ketentuan tersebut adalah sebagai berikut.

$7 \times \text{jumlah indikator}$

$7 \times 13 = 91$

Dengan demikian, sebanyak 91 responden akan menjadi sampel yang diteliti dalam penelitian ini.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer adalah informasi penelitian yang dikumpulkan secara langsung dan spontan oleh peneliti dari sumber atau pihak yang pertama (Supriyono, 2018 : 48). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang disebarakan dengan metode kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber informasi yang tidak memberikan data secara langsung kepada pihak yang mengumpulkannya (Sugiyono, 2021 : 137). Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer dan diperoleh dari referensi seperti buku, jurnal, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian untuk mendukung penelitian tersebut.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, teknik pengukuran data yang digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2021 : 146—147), *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan psayangan individu atau kelompok terkait fenomena sosial. Dengan *skala likert*, variabel yang diukur diubah menjadi indikator variabel, yang kemudian digunakan sebagai acuan dalam penyusunan item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Penilaian dalam *skala likert* umumnya memiliki kategori dari 1 hingga 5, sebagai berikut :

Tabel 12
Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2021 : 93)

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilakukan secara bertahap dengan tujuan untuk menemukan model yang saling berhubungan antara variabel dan konsep penelitian. Penelitian ini melibatkan variabel independen (kualitas produk, *brand image*, harga produk) serta variabel dependen (keputusan pembelian). Selain itu, terdapat 39 item dalam instrumen penelitian yang mencakup pertanyaan mengenai variabel independen dan variabel dependen.

1. Analisis Statistik Deskriptif (Distribusi Frekuensi)

Analisis statistik deskriptif adalah metode evaluasi yang digunakan untuk menjelaskan pola data yang sedang diteliti, dengan tujuan memberikan interpretasi (Riyanto & Hatmawa, 2020 :53). Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif dilakukan dengan menggunakan distribusi frekuensi yang diproses melalui perangkat lunak Microsoft Excel. Selanjutnya, data diuraikan untuk mendeskripsikan masalah, situasi, dan indikasi.

Pada penelitian ini menggunakan metode perhitungan rata-rata tertimbang. Adapun rumus yang digunakan, antara lain sebagai berikut.

$$W = \sum \frac{X_i}{n}$$

Keterangan :

W = Rata-rata tertimbang

X_i = Frekuensi

N = Jumlah Responden

Distribusi frekuensi adalah pengorganisasian data berdasarkan rentang kelas atau kategori tertentu dalam suatu urutan. Pada tahapan Distribusi frekuensi, perlu dihitung persentase frekuensi untuk setiap pernyataan dalam kuesioner, dengan tujuan untuk mengelompokkan variabel dalam analisis atau mengevaluasi data yang telah dikumpulkan. Rumus yang digunakan untuk menghitung rentang kelas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$R_s = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Skala}}$$

Sumber: Riyanto dan Hatmawan (2020:54)

Keterangan:

R_s = Rentang Skala

Skor Tertinggi = 5 (skor dalam instrumen penilaian kuesioner)

Skor Terendah = 1 (skor dalam instrumen penilaian kuesioner)

Jumlah Skala = 5

Pada penelitian ini, rentang kelas yang digunakan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 13
Penilaian Rentang Kelas

No	Nilai (Skor)	Kategori
1.	1,00 — 1,80	Sangat Buruk
2.	1,81 — 2,60	Buruk
3.	2,61 — 3,40	Cukup
4.	3,41 — 4,20	Baik
5.	4,21 — 5,00	Sangat Baik

Sumber: Riyanto dan Hatmawan (2020 : 54)

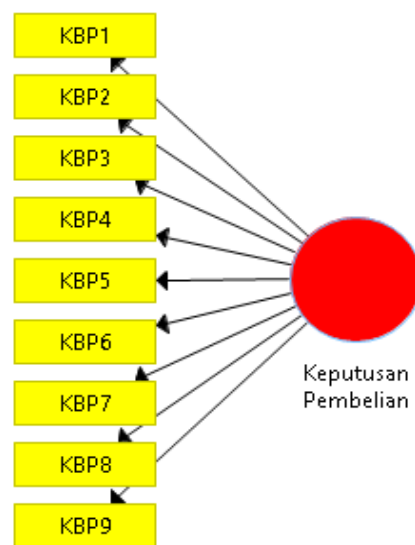
2. Teknik Analisis Data SEM (*Structural Equation Modelling*)

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data SEM (*Structural Equation Modeling*), yang dioperasikan menggunakan program SmartPLS 3.0 *Structural Equation Modeling* (SEM).

Menurut Ghozali(2021 : 67—71), saat mengevaluasi model dalam SEM-PLS menggunakan aplikasi SmartPLS 3,0, evaluasi dilakukan dengan memeriksa nilai outer model (model pengukuran) untuk menguji validitas dan reliabilitas. Selanjut, dilakukan evaluasi terhadap inner model (model struktural) dan uji signifikansi untuk menilai pengaruh antar konstruk atau variabel. Secara umum, tahapan pengujian dalam SmartPLS dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Pada tahap awal, setelah kuesioner dibagikan kepada responden sebagai sampel penelitian, hasil jawaban responden diunduh dan file diubah dari format Excel ke format, csv.
- b. Setelah file siap, buka aplikasi SmartPLS “new project,” lalu impor file data hasil jawaban responden dalam format, csv. Hasil jawaban responden akan muncul di kolom sebelah kanan.

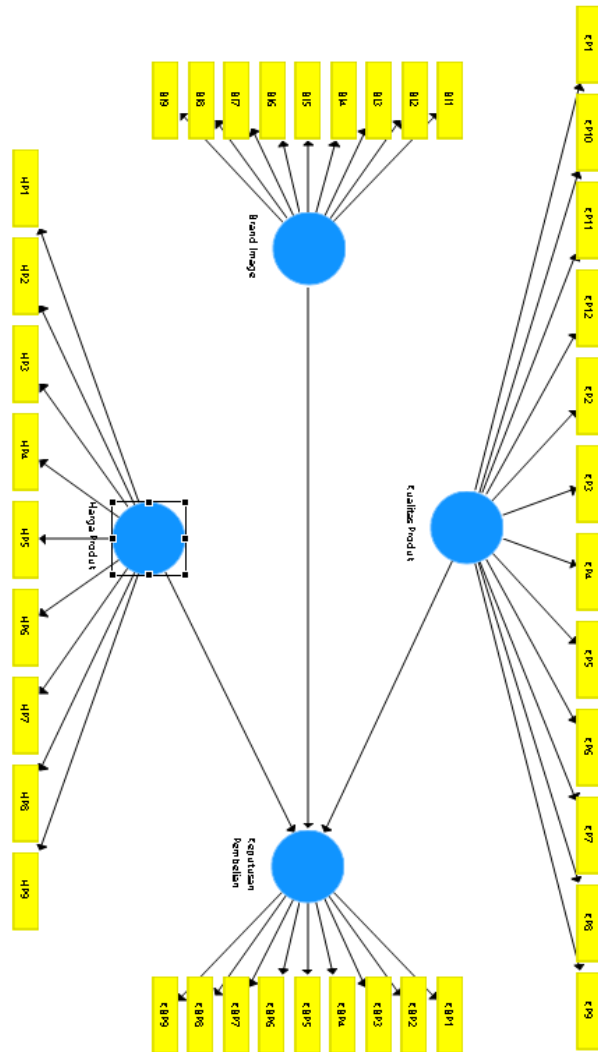
- c. Langkah berikut adalah membuar model SEM-PLS dengan mengklik dua kali pada path model, sehingga kolom indikator akan muncul di sebelah kiri bawah.
- d. Blok keterangan indikator sesuai dengan variabel masing-masing, kemudian seret ke kolom sebelah kanan, sehingga indikator reflektif akan muncul, seperti gambar berikut.



Sumber: Data Primer Penelitian, diolah tahun 2024 (*smart PLS 3,0*)

Gambar 5
Indikator Reflektif

- e. Ulangi langkah ini untuk variabel lainnya dengan memblok keterangan indikator dan menyeretnya ke kolom sebelah kanan.
- f. Untuk menghubungkan semua variabel, klik “connet” di bagian atas menu toolbar, sehingga lingkaran yang awalnya berwarna merah akan berubah menjadi biru, seperti gambar berikut



Sumber: Data Primer Penelitian, diolah tahun 2024 (*smart PLS 3,0*)

Gambar 6
Model Penelitian SEM - PLS

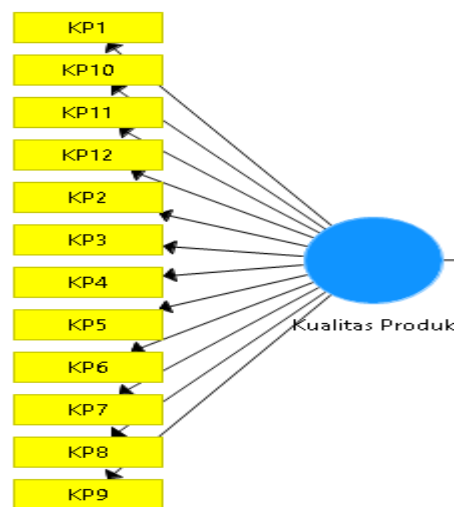
- g. Selanjutnya, lakukan estimasi model penelitian dengan mengklik “calculate” di bagian kiri atas menu toolbar, pilih “PLS Algorithm” lalu klik “start calculation.” Menu “construct reliability and validity” digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Selain itu, periksa outer loading untuk melihat nilai loading factor dan menentukan validitas pernyataan. Hasil uji validitas dan reliabilitas yang sesuai dengan ketentuan akan ditsayi dengan warna teks hijau.

- h. Kemudian, lakukan perhitungan ulang dengan memilih “bootstrapping” untuk pengujian hipotesis, sehingga akan muncul hasil path coefficient yang menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh antar variabel, yang dapat dilihat dari nilai p-value. Jika teks berwarna merah, maka variabel berpengaruh.

Pernyataan kuesioner dalam suatu penelitian dianggap diterima jika memenuhi syarat pengujian. Dalam evaluasi model SEM-PLS, terdapat dua penilaian yang dilakukan, yaitu sebagai berikut.

a. Evaluasi Model Pengukuran (*outer model*)

Model pengukuran adalah penjelasan mengenai hubungan antara variabel laten dan indikator-indikatornya. Model ini menggambarkan sifat konstruk melalui variabel yang dapat diukur. Fauzi & Msayala (2019 : 6751).



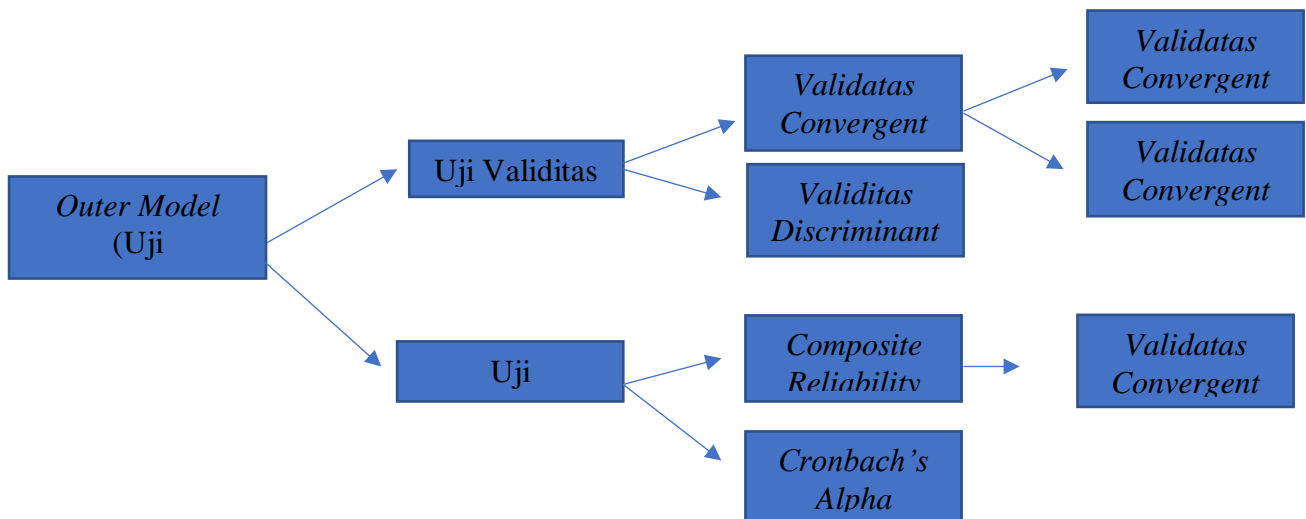
Sumber: Data Primer Penelitian, diolah tahun 2024 (*smart PLS 3,0*)

Gambar 7
Indikator Reflektif dan Gambar Outer

Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Validitas konvergen dan validitas diskriminan dievaluasi melalui indikator

reflektif dari model pengukuran tersebut. Sementara itu, reliabilitas diuji dengan melihat nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*.

Konsep model pengukuran (outer model) akan digambarkan dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas, sebagai berikut.



Sumber : Ghozali (2021:67—70)

Gambar 8
Konsep Evaluasi Model Pengukuran

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian sudah sesuai untuk mengukur indikator yang menjadi fokus penelitian, jika kuesioner dapat dianggap valid.

a) Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator diterima dan mampu dengan baik menggambarkan variabel laten yang relevan. Secara umum, untuk menilai validitas konvergen, disarankan agar nilai *loading factor* lebih dari 0,7. Namun, pada

penelitian tahap awal, dalam pengembangan skala pengukuran, nilai *loading factor* antara 0,5 dan 0,6 masih dapat dianggap valid.

Selanjutnya, parameter *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan untuk mengukur rata-rata persentase varian yang diambil dari sekelompok variabel laten. Disarankan agar nilai AVE melebihi 0,05 yang mensayakan bahwa 50% atau lebih dari indikator dapat dijelaskan. Untuk menghitung nilai AVE, digunakan rumus berikut.

b) Validitas Diskriminan

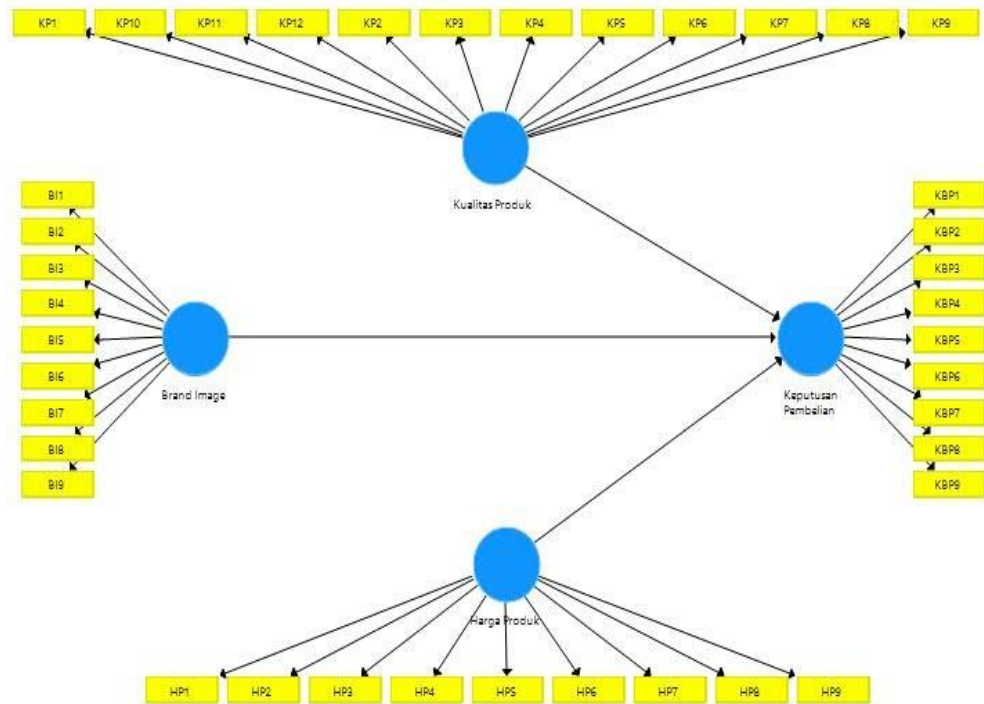
Uji validitas diskriminan bertujuan untuk menilai akurasi, dan kesayalan instrumen dalam mengukur sebuah konstruk. Tujuan uji ini adalah untuk memastikan apakah indikator dari suatu variabel laten berbeda secara signifikan dari indikator variabel laten lainnya, sehingga indikator tersebut dapat dianggap sesuai untuk menjelaskan variabel laten yang bersangkutan. Dalam pengujian validitas diskriminan, indikator reflektif digunakan dengan memperhatikan nilai *cross loading* pada setiap variabel yang harus lebih dari 0,7. Jika nilai *cross loading* pada variabel laten lainnya, maka indikator tersebut dapat dianggap valid dan memiliki validitas diskriminan yang baik.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu alat ukur menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali. Data dianggap reliabel jika memiliki nilai *cronbach's alpha* dari 0,7 dan nilai *composite reliability* lebih dari 0,7.

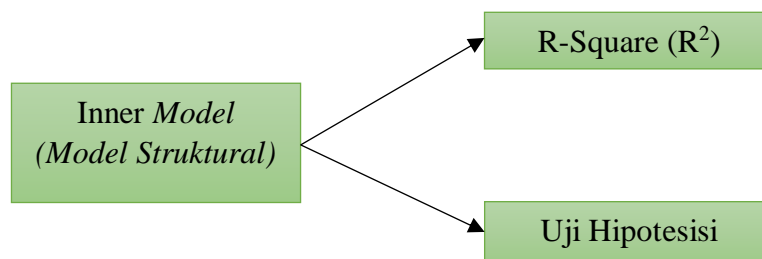
b. Evaluasi Model Struktural (*inner Model*)

Model struktural (*inner model*) digunakan untuk mengevaluasi pengaruh dan hubungan sebabakibat antara konstruk.



Gambar 9
Inner Model

Adapun konsep model struktural (*inner model*) akan digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Ghozali (2021:73—75)

Gambar 10
Konsep model struktural

1) R-Square (R^2)

R-Square dan *Adjusted R-Square* digunakan sebagai metode evaluasi untuk menentukan sejauh mana konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Berdasarkan ketentuan, nilai $R^2 > 0,75$ menunjukkan model yang kuat, nilai $R^2 > 0,50$ menunjukkan model yang sedang, dan nilai $R^2 > 0,25$ menunjukkan model yang lemah. Nilai R^2 yang semakin tinggi menunjukkan kualitas yang semakin baik pada model prediksi dari penelitian yang diusulkan.

2) Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Bootstrapping digunakan untuk menilai signifikansi guna memahami pengaruh antara variabel. Signifikansi dilihat dari *p-value (one-tailed)* $> 0,05$ atau 5% dan nilai *t-statistic* $> 1,65$.

a) Nilai Probabilitas/Signifikansi (*p-value*)

Apabila nilai *p-value* $< 0,05$ maka pengaruh variabel signifikan,

Apabila nilai *p-value* $> 0,05$, maka pengaruh variabel tidak signifikan.

b) Nilai Uji t

Apabila nilai *t-statistic* $> 1,65$, maka pengaruh variabel signifikan.

Apabila nilai *t-statistic* $< 1,65$, maka pengaruh variabel tidak signifikan.

c) Nilai *path coefficient* menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya.

Apabila nilai *path coefficient* positif, maka pengaruh variabel terhadap variabel yang dipengaruhi adalah searah.

Apabila nilai *path coefficient* negatif, maka pengaruh variabel terhadap variabel yang dipengaruhi adalah berlawanan arah.

Adapun nilai ringkasan *rule of thumbs* evaluasi terhadap model pengukuran dan model struktural, yang bertujuan untuk mempermudah penelitian dalam melakukan penilaian model, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 14
ringkasan pendoman umum
evaluasi model pengukuran dan struktural

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
Validitas <i>Convergent</i>	<i>Loading Factor</i>	>0,70
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	>0,50
Validitas <i>Discriminant</i>	<i>Cross Loading</i>	>0,70
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	>0,70
	<i>Composite Reliability</i>	>0,70
<i>R-square</i>		>0,75 (kuat)
		>0,50 (sedang)
		>0,25 (lemah)
<i>Bootstrapping (one-tailed)</i>	<i>t-statistic</i>	>1,65
	<i>p-value</i> signifikan level 5%	<0,05

Sumber : Ghozali (2021:67—71)