

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri – ciri keilmuan, yaitu rasional berarti kegiatan penelitian dilakukan dengan cara – cara yang masuk akal, empiris berarti cara – cara yang dilakukan diamati oleh indera manusia, dan sistematis berarti proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah – langkah yang bersifat logis. (Sugiyono, 2013:2)

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif yang menggunakan data berupa angka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yang merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data terkini tentang keyakinan, opini, karakteristik, perilaku, hubungan antar variabel dan menguji berbagai hipotesis mengenai 4 variabel yang diteliti, yaitu kualitas makanan, kualitas pelayanan, minat pembelian ulang, dan kepuasan pelanggan berdasarkan sampel dari populasi tertentu.

Penelitian survei ini bersifat asosiatif dengan hubungan kausal, yang berarti penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antar variabel yang diteliti bersifat sebab akibat.

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data – data yang digunakan dari Neni Catering & Kantin. Yang beralamat di Kota Bogor. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Januari 2023 hingga selesai.

## C. Variabel dan Pengukurannya

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu konsep yang bervariasi dan dapat diukur yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu diperoleh informasi kemudian ditarik kesimpulan. Berikut variable yang ada dalam penelitian ini, adalah :

- a. Variabel *independent*, merupakan variable bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable dependent (terikat). Pada penelitian ini, variable independent adalah kualitas makanan ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ).
- b. Variable *dependent*, merupakan variable terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variable independent (bebas). Pada penelitian ini, variable dependent adalah minat pembelian ulang (Y).
- c. Variable *intervening*, merupakan variable yang mempengaruhi hubungan antara variable independent dengan dependen. Pada penelitian ini, variable intervening adalah kepuasan pelanggan (Z).

### 2. Operasional Variabel

Operasional variabel dapat didasarkan pada satu atau lebih referensi disertai alasan penggunaan definisi tersebut. Variabel yang diteliti harus

dapat diukur menurut skala pengukuran yang umum digunakan. Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka disajikan tabel sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Kode Indikator	Sumber, Tahun
Kualitas Makanan ( $X_1$ )	Kualitas makanan adalah kualitas produk utama yang ditawarkan kepada konsumen untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Rasa</li> <li>2. Kuantitas</li> <li>3. Variasi Menu</li> <li>4. Cita rasa yang khas</li> <li>5. Higienitas</li> <li>6. Inovasi</li> </ol>	KM1, KM2 KM3, KM4 KM5, KM6 KM7, KM8 KM9, KM10 KM11, KM12	(Muliawan & Sugiarto, 2018)
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dengan cara penyampaian yang sesuai keinginan dan harapan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangibles</i></li> <li>2. <i>Reliability</i></li> <li>3. <i>Responsiveness</i></li> <li>4. <i>Assurance</i></li> <li>5. <i>Empathy</i></li> </ol>	KP1, KP2 KP3, KP4 KP5, KP6 KP7, KP8 KP9, KP10	(Indrasari, 2019)
Kepuasan Pelanggan ( $Z$ )	Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harapan</li> <li>2. Minat berkunjung kembali</li> <li>3. Kesiediaan merekomendasikan</li> </ol>	KPL1, KPL2 KPL3, KPL4 KPL5, KPL6	(Indrasari, 2019)

Minat Pembelian Ulang (Y)	Minat pembelian ulang merupakan suatu komitmen konsumen yang terbentuk setelah konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional</li> <li>2. Minat referensial</li> <li>3. Minat preferensial</li> <li>4. Minat eksploratif</li> </ol>	MPU1, MPU2  MPU3, MPU4  MPU5, MPU6  MPU7, MPU8	(Ghassani, 2017)
---------------------------	--	---	--	------------------

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Mendrofa & Susilowati (2024:177) Populasi merupakan keseluruhan kelompok individu, yang menarik bagi peneliti sehingga menjadi subjek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 740 orang.

### 2. Sampel

#### a. Ukuran Sampel

Dalam metode survei tidak perlu meneliti semua individu di dalam populasi karena selain membutuhkan waktu yang lama, penelitian akan menghabiskan biaya yang besar. Karena itu dapat diteliti sebagian individu yang mewakili sifat seluruh populasi, yaitu Sampel.

Menurut Hair et al (2010:101), ukuran sampel minimal adalah 5 kali jumlah indikator dan ukuran sampel maksimal adalah 10 kali jumlah indikator.

Dalam penelitian ini terdapat 18 indikator, terdiri dari 6 indikator  $X_1$ , 5 indikator  $X_2$ , 3 indikator  $Z$  dan 4 indikator  $Y$ . Karena secara umum,

SEM-PLS memiliki ukuran sampel maksimal 100. Agar ukuran sampel tidak melebihi dari ukuran sampel maksimal, maka peneliti menentukan ukuran sampel dengan menggunakan minimal sampel. Sebagai berikut :

$5 \times \text{jumlah indikator}$

$$5 \times 18 = 90$$

Dengan demikian penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 90 responden.

#### **b. Teknik Pengambilan Sampel**

Pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui teknik *accidental sampling*, *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok dan memenuhi kriteria. (S. G. Prasetya & Wardhani, 2021:47)

Dalam penelitian ini, peneliti memilih siapa saja karyawan/karyawati PT. Coats Rejo Indonesia yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada jam istirahat dan dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan serta memenuhi kriteria yaitu pernah melakukan pembelian minimal 2 kali di Neni Catering & Kantin.

Jadi sampel diambil dengan cara memilih karyawan/karyawati PT. Coats Rejo Indonesia untuk menjadi anggota sampel yang ditentukan secara subyektif.

## **E. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

#### **a. Data Primer**

Dalam penelitian ini data primer adalah data – data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisi pernyataan mengenai hal yang berkaitan dengan kualitas makanan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang.

#### **b. Data Sekunder**

Yang dimaksud dengan data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan yaitu beberapa studi kepustakaan, jurnal, literatur – literatur yang berkaitan dengan permasalahan dan informasi dokumentasi lain yang dapat melalui sistem dalam jaringan (online).

### **2. Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengambilan data adalah cara untuk memperoleh data yang bersifat kuantitatif dari responden. Teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan kuesioner. Kuesioner merupakan

teknik menghimpun data dengan cara memberi sejumlah pertanyaan yang terstruktur kepada responden dengan skala pengukuran. Skala pengukuran digunakan untuk mengukur nilai yang diberikan oleh responden.

Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert, skala likert bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena. Peneliti menggunakan skala likert 5 poin, dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 8**  
**Skala Pengukuran**

Item Favorable	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner atau angket merupakan teknik menghimpun data dengan cara memberi sejumlah pernyataan dan pertanyaan yang terstruktur kepada responden.. Penyebaran angket dilakukan melalui google form kepada para responden dan diharapkan setiap masing – masing responden akan memilih jawaban sesuai dengan pendapat responden.

## G. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan teknis analisis berupa angka untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) memiliki dua alat analisis yaitu covariance based seperti Amos, Lisrel dan EQS. Dan component based yaitu PLS.

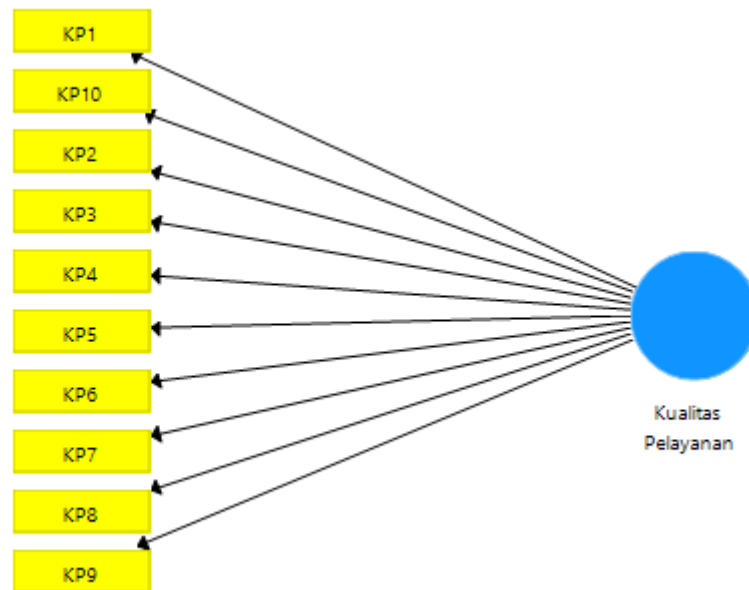
Metode yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer *Smart Partial Least Square* (PLS) 3.2.9. Smart PLS adalah software SEM berbasis *component* atau *variance* yang bertujuan memprediksi. PLS merupakan metode analisis yang powerful karena tidak didasarkan banyak asumsi. Sehingga data tidak harus terdistribusi dengan normal, sample tidak harus besar. PLS dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori dan menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. (Ghozali, 2014:7).

Model analisis jalur semua variabel laten dalam PLS terdiri dari dua hubungan. Pertama, *outer model* yang menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel (*measurement model*). Kedua, *inner model* yang menspesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*). Sehingga evaluasi model SEM – PLS untuk menganalisis jalur semua variabel laten terdapat 2 (dua) tahap, sebagai berikut :

### 1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Dalam evaluasi *outer model* terdapat tiga kategori yaitu *convergent validity*, *discriminant validity* dan *construct reliability*.





Sumber : Data Primer Penelitian, diolah Tahun 2024 (*SmartPLS 3.2.9*)

#### Gambar 4

##### Indikator Reflektif dan Gambaran *Outer Model*

###### a. *Convergent validity*

*Convergent validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score / component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. terdapat dua macam ukuran dalam *convergent validity* yaitu *loading factor* dan *average variance extrancted (AVE)*. Ukuran nilai loading dikatakan tinggi jika korelasi lebih dari 0.70, namun apabila nilai loading 0.5 – 0.6 dianggap cukup. (Ghozali, 2014:39). Suatu variabel konstruk dinyatakan valid apabila nilai *average variance extrancted (AVE)*  $> 0.50$ . (Ghozali, 2014:40)

b. *Discriminant validity*

*Discriminant validity* dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai dengan membandingkan korelasi indikator dengan konstraknya dan konstruk dari blok lainnya. Nilai *cross loading* masing – masing variabel  $> 0.70$ , maka semua variabel dinyatakan valid. (Ghozali & Latan, 2015:74)

c. *Composite reliability*

*Composite reliability* blok indikator yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu internal consistency / *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Pengukuran ini digunakan untuk mengukur reliabilitas, *composite reliability* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

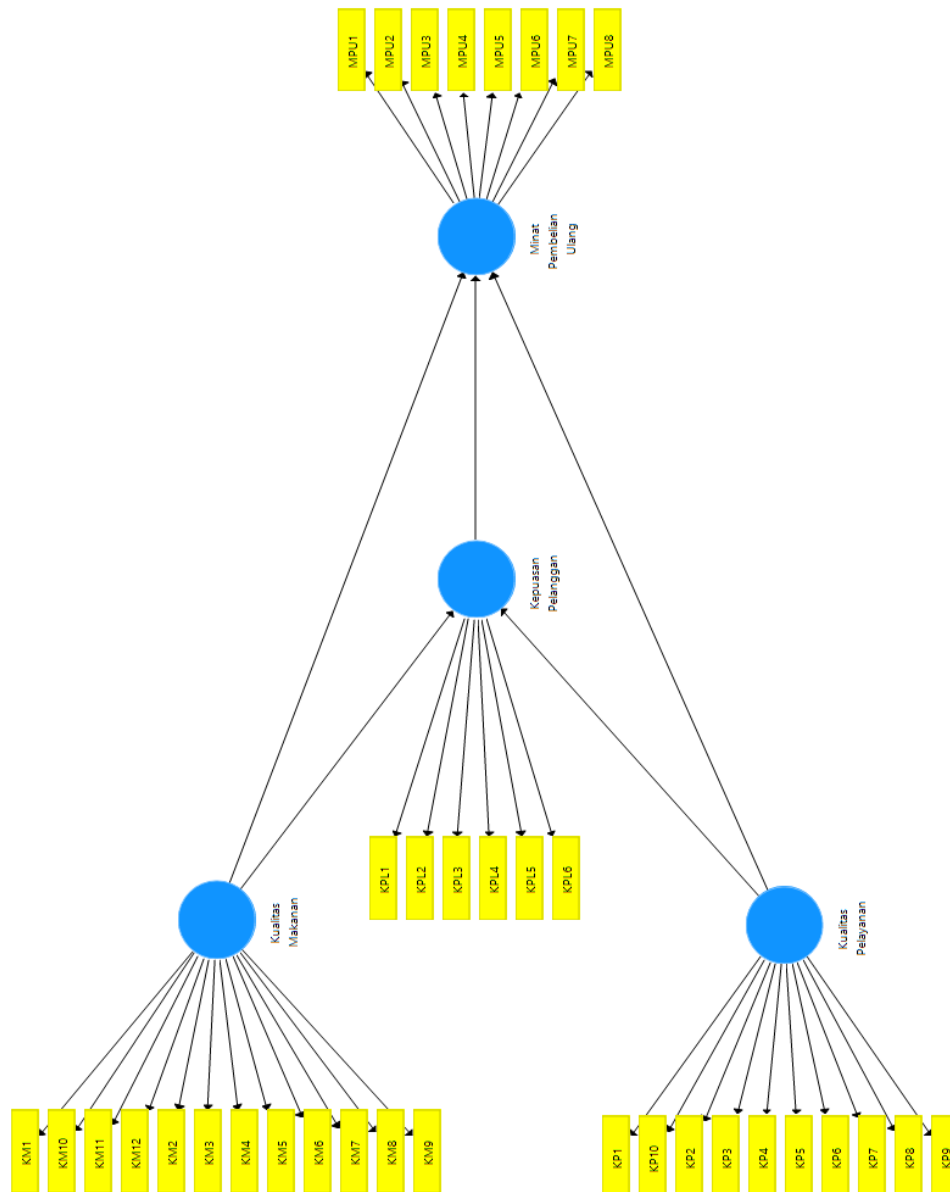
$\lambda_i$  : *component loading* ke indikator

$\text{var}(\epsilon_i)$  :  $1 - \lambda_i^2$

Suatu variabel konstruk dinyatakan reliabilitas adalah  $CR > 0.70$  sedangkan  $CR < 0.70$  dapat diterima untuk penelitian yang bersifat eksploratori. Suatu instrument penelitian dinyatakan reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*  $> 0.70$ . (Ghozali, 2014:65)

## 2. Model Struktural (*Inner Model*)

*Inner Model* menggambarkan hubungan sebab-akibat antar variabel laten berdasarkan substantif teori. Model ini dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen dan bootstrapping.



Sumber : Data Primer Penelitian, diolah Tahun 2024 (*SmartPLs 3.2.9*)

**Gambar 5**

**Gambaran *Inner Model***

a. Uji *R-Square*

Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel dependen sekaligus untuk mengetahui kuat atau lemahnya pengaruh tersebut. Menurut Ghozali & Latan (2015:82), kriteria pengujian ditentukan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *R-square* 0.75 mengindikasikan bahwa model kuat
- 2) Jika nilai *R-square* 0.50 mengindikasikan bahwa model moderat
- 3) Jika *R-square* 0.25 mengindikasikan bahwa model lemah.

Semakin besar nilai *R-square* mengindikasikan bahwa variabel independen semakin baik dalam mempengaruhi variabel dependen

b. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Nilai signifikansi digunakan untuk memahami pengaruh antar variabel menggunakan prosedur *bootstrapping*. Nilai *p-value* dari pengujian koefisien jalur (*path coefficients*), nilai dari koefisien jalur menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis yang diajukan.

- 1) Analisis *Direct Effect* (Pengaruh Langsung) / *Path Coefficients* (Koefisien Jalur)

Analisis *direct effect* dilakukan bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen.

Jika nilai *path coefficient* positif, maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen bersifat positif. Jika nilai *path coefficient* negatif, maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen bersifat negatif. (Hair et al., 2017:103)

Taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Menurut Hair et al (2017:330) nilai t-tabel (one-tailed) adalah 1.65 ( $\alpha = 5\%$ ). Maka kriteria pengujian dengan t-tabel 1.65 ditentukan sebagai berikut :

- a) Jika nilai signifikan (p-value)  $< 0.05$  atau  $t_{\text{statistik}} > 1,65$ , maka hipotesis alternatif diterima, artinya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan (p-value)  $> 0.05$  atau  $t_{\text{statistik}} < 1,65$ , maka hipotesis alternatif ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

## 2) Analisis *Specific Indirect Effect* (Pengaruh Tidak Langsung)

Analisis *Specific indirect effect* dilakukan bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan adanya variabel intervening.

Kriteria pengujian dengan *p-value* ditentukan sebagai berikut :

- a) Jika nilai signifikan (*p-value*) < 0.05, maka variabel intervening dapat memediasi hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan (*p-value*) > 0.05, maka variabel intervening tidak dapat memediasi hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 9**  
**Evaluasi Outer Model dan Inner Model**

Kriteria	Parameter	Role of Thumb
<i>Convergent Validity</i>	<i>Loading Factor</i>	> 0.70
	<i>Average Variance Extrancted (AVE)</i>	> 0.50
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	> 0.70
<i>Composite Reliability</i>	<i>Internal Consistensy</i>	> 0.70
	<i>Crobach`s Alpha</i>	> 0.70
<i>R-square</i>		≥ 0.75 (Kuat)
		≥ 0.50 (Sedang)
		≤ 0.25 (Lemah)
<i>Bootstrapping (one-tailed)</i>	<i>Path Coefficients</i>	(+)
	<i>p-value</i>	< 0.05
	<i>t-value</i>	> 1.65