

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan *explanatory*. Pendekatan *explanatory* merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian kuantitatif, yang dimana penelitian ini menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel, dan menguji hipotesis yang telah ada. Penelitian ini menggambarkan bagaimana hubungan antara setiap variabel. (Sari et al., 2022) Penulis memilih pendekatan *explanatory* karena bertujuan untuk mengetahui apakah adanya pengaruh atau sebab akibat dari hubungan kualitas produk terhadap loyalitas produk yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Dimensi waktu dalam penelitian ini menggunakan data konsepsional, konsepsional adalah Teknik statistik yang digunakan untuk menjelaskan data yang sudah dikumpulkan dari waktu ke waktu. (Yen. 2023). Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan *first order*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan unit analisis, yang dimana jenis unit analisis dalam penelitian ini adalah individu.

Penelitian ini menerapkan sumber dua sumber data diantaranya yaitu, data primer, dan data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data seperti berita-berita *online*, buku-buku, jurnal-jurnal penelitian terdahulu, beberapa referensi dari internet (website) yang berkaitan dengan variabel kepuasan konsumen, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survei kuesioner.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis PLS. (Putri & Rastini, 2022).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di Negara Indonesia

2. Waktu Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul Skripsi						
2	Penyusunan Bab 1-3						
3	Seminar Proposal						
4	Penelitian						
5	Pengolahan dan Analisis Data						

C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan pengertian secara teori tentang variabel yang dapat diukur melalui sebuah kegiatan yang sedang dilakukan.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Operasional Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran
1	(X) Kualitas Produk	kualitas adalah suatu kondisi yang bersifat dinamis dan terkait erat dengan produk, layanan, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan. Kondisi ini mencerminkan sejauh mana suatu produk atau jasa mampu memenuhi, bahkan melampaui, harapan pengguna. Dengan kata lain, kualitas digunakan sebagai tolok ukur bagi suatu barang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performance (kinerja), 2. Features (keragaman produk), 3. Reability (keandalan), 4. Conformance (kesesuaian), 5. Durability (daya tahan dan ketahanan), 6. Serviceability (kemampuan pelayanan), 7. Asthetics (estetika) 8. Perceived qu ality (kualitas yang dipersepsikan) 	<i>Likert</i>

		<p>atau jasa untuk memastikan bahwa nilai guna dan fungsi yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam konteks produk, terdapat berbagai indikator yang dapat dimanfaatkan untuk mengevaluasi kualitasnya secara menyeluruh.</p>		
2	(Z) Kepuasan Konsumen	<p>Kepuasan konsumen muncul saat mereka merasakan bahwa produk Indomie memenuhi aspek kualitas dan harga</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiapan merekomendasikan 	<i>Likert</i>

		<p>terbaik. Ketika pelanggan merasa bahwa kedua elemen ini sesuai dengan harapan mereka, hal tersebut tidak hanya menciptakan kepuasan, tetapi juga berpotensi mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan.</p>		
3	(Y) Loyalitas Pelanggan	<p>Loyalitas pelanggan merupakan komitmen jangka panjang konsumen yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya,</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian ulang secara teratur 2. Membeli lintas lini produk dan layanan 3. Merekomendasikan kepada orang lain 4. Menunjukkan kekebalan 	<i>Likert</i>

		dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan konsumen.		
--	--	--	--	--

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Fajri et al., 2022). Populasi penelitian ini ditujukan untuk masyarakat yang berada di Indonesia yang mengkonsumsi mie instan Indomie. Dari data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, jumlah masyarakat di Indonesia pada tahun 2025 sebanyak 284.434 juta jiwa. Penelitian ini dilakukan karena, sebagian besar penduduk Indonesia sudah mencukupi dalam target yang sudah di tentukan.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel disebut sebagai perwakilan harus mempunyai sifat-sifat atau ciri-ciri yang terdapat dari populasi. Teknik pengambilan data ini dilakukan dengan cara pengambilan objek dari sampel yang dinamakan sampling. Penelitian ini melibatkan seluruh populasi sehingga sampel sama dengan populasi, penelitian ini menggunakan sampel jenuh. (Fajri et al., 2022). Adapun kriteria yang dijadikan pertimbangan yaitu:

- 1) Masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi mie instan Indomie lebih dari 2 kali (dikarenakan untuk sampel yang akan mengisi kuesioner, perlu adanya pengalaman dalam mengkonsumsi mie instan Indomie, dikarenakan jika orang yang mengkonsumsi hanya 1x mencoba mie instan Indomie, maka dianggap tidak valid.
- 2) Masyarakat yang pernah mengkonsumsi mie instan Indomie dan mie Gaga.
- 3) Minimal jenjang usia mulai dari 20 sampai 35 tahun.
- 4) Penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan ukuran sampel Sugiyono (2019:143). Dalam Roscoe berpendapat bahwa ukuran sampel dalam penelitian layak, yaitu antara 30 hingga 500 responden. Melihat dari ukuran tersebut maka peneliti memutuskan untuk menggunakan minimal 100 sampel.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data seperti berita-berita online, buku-buku, jurnal-jurnal penelitian terdahulu, beberapa referensi dari internet (website) yang berkaitan dengan variabel kepuasan konsumen, kualitas produk, loyalitas pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*Path Analysis*). Menurut Sugiyono (2005), Pengertian kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk jawabnya. (sosiologi. 2023).
2. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan survey dan instrumen penelitian ini adalah kuesioner yang diukur dengan skala Likert. Menurut Sugiyono (2006), skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi terhadap individu ataupun kelompok terkait dengan fenomena sosial yang sedang terjadi. (Aziz. 2023). Pengukuran ini dirasa cocok, dikarenakan kemudahan dalam memahami isi dari kuesioner penelitian ini. yang dimana diberikan pilihan antara 1 sampai 5, yang dimana pilihan di angka 1, sangat tidak setuju, dan di angka 5, sangat setuju.

Tabel 3. 3 Pengukuran Skala Likert

Keterangan	STS	TS	KS	S	SS
Nilai	1	2	3	4	5

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS	: Tidak Setuju
KS	: Kurang Setuju
S	: Setuju
SS	: Sangat Setuju

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif Data

Pada tahap hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti hanya perlu menguraikan bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen indomie pada masyarakat di Indonesia. Penelitian ini menyebar 100 kuisisioner secara online kepada seluruh Masyarakat Indonesia dari usia 20 sampai 35 tahun.

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas sangat penting agar data yang dikumpulkan mencerminkan kondisi atau karakteristik yang sebenarnya dari objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson. Hasil dari uji validitas diperoleh dalam bentuk nilai r hitung yang kemudian dibandingkan dengan r tabel pada taraf signifikansi tertentu (biasanya 0,05) dan jumlah responden tertentu.

Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan dinyatakan valid, artinya item tersebut mampu mengukur variabel yang dimaksud. Sebaliknya, jika r hitung $<$ r

tabel, maka butir pertanyaan dianggap tidak valid dan tidak layak digunakan dalam pengukuran.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, diketahui bahwa seluruh item dalam kuesioner penelitian ini memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut secara empiris mampu mengukur pengetahuan responden sesuai dengan tujuan penelitian. (Nur Amalia et al., 2022). Uji validitas ini ada beberapa

jenis, diantaranya yaitu:

a) Validitas Muka/*face Validity*

Menurut Eriyanto (2011), “Validitas muka memastikan bahwa ukuran yang digunakan sesuai dengan ukuran yang akan diukur.” Artinya, instrumen dianggap memiliki validitas muka jika isi atau bentuk pertanyaannya tampak logis dan wajar untuk digunakan dalam mengukur variabel tertentu. (Regina et al., 2022)

b) Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen merupakan salah satu jenis validitas konstruk yang digunakan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk benar-benar mengukur konsep yang sama.

Uji validitas konvergen dilakukan dengan cara melihat nilai loading factor (faktor pembebanan) dari masing-masing indikator terhadap konstruksya. Menurut literatur, indikator dengan loading factor $\geq 0,5$ dinilai cukup kuat dan dapat diterima sebagai indikator valid yang menjelaskan konstruk laten. Selain itu, indikator-indikator tersebut juga harus menghasilkan nilai Average

Variance Extracted (AVE) $> 0,5$, yang menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator mampu dijelaskan oleh konstruk yang diukur. (Purwanto et al., 2020).

c) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan merupakan tingkat kemampuan suatu konstruk dalam membedakan dirinya dari konstruk lainnya. Untuk mengukur validitas diskriminan, digunakan dua indikator, yaitu nilai *cross loading* yang harus lebih besar dari 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang harus lebih dari 0,50. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki keterkaitan yang lebih kuat dengan konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga validitas diskriminan dapat dinyatakan terpenuhi. (Santoso, 2011: 268) dalam (Zahroh & Oetomo, 2018) dalam (Putra, 2021).

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur (seperti kuesioner) yang digunakan dapat memberikan hasil yang andal dan dapat dipercaya. Dalam penelitian kuantitatif, nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$ sudah dianggap memadai untuk digunakan dalam tahap awal penelitian eksploratif. Namun, untuk penelitian konfirmatori atau lanjutan, disarankan nilai koefisien mencapai $\geq 0,70$ agar hasil yang diperoleh benar-benar mencerminkan keandalan instrumen yang tinggi. (Nur Amalia et al., 2022).

4. Uji Model Struktural

Model persamaan yang dihasilkan dapat digunakan untuk memperkirakan pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total pada diagram jalur PLS-SEM. Salah satu cara untuk menganalisis mediasi adalah dengan membangun model penelitian yang melibatkan variabel mediasi sebagai peran perantara dalam hubungan antara variabel laten eksogen dan variabel laten endogen. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan pemodelan PLS-SEM dari model persamaan yang dihasilkan. (Irham Fatin Fadhilah & Lisnur Wachidah, 2023).

a) Goodness Of Fit (GOF)

Goodness of Fit (GOF) adalah salah satu uji penting dalam model analisis struktural, khususnya dalam pendekatan Structural Equation Modeling (SEM), baik berbasis covariance (CB-SEM) maupun variance-based seperti Partial Least Square (PLS-SEM). Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah model struktural yang dibangun oleh peneliti memiliki kecocokan yang baik dengan data empiris yang dikumpulkan. Secara sederhana, GOF digunakan untuk mengukur kesesuaian (fit) antara model teoritis yang dibangun dengan realitas data lapangan. (Adrian et al., 2023)

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian terhadap pernyataan yang belum pasti, hipotesis langsung merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang diajukan. Pengujian hipotesis ini dapat digunakan dengan data sample, yang membedakan antara sampel besar ($n \geq 30$) dan kecil ($n < 30$), jika sampel kecil

dinyatakan dengan, t (t -tabel) untuk sampel kecil, dan Z (Z -tabel) untuk sampel besar. Uji hipotesis pada dasarnya membandingkan nilai statistik hasil perhitungan dari data sampel (t hitung atau Z hitung) dengan nilai kritis dari distribusi teori (t tabel atau Z tabel) pada tingkat signifikansi tertentu (biasanya 0,05). Jika nilai hitung lebih besar dari nilai tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang berarti terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan antara variabel yang diuji. (Delaila Siregar et al., 2024).

a) Hipotesis Langsung

Pengujian efek langsung (direct effect) digunakan untuk melihat sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat melalui mediasi. Analisis ini menggunakan koefisien beta dan p -value. Agar efek tidak langsung (indirect effect) dapat diuji, jalur langsung harus signifikan terlebih dahulu. Uji hipotesis ini dinyatakan signifikan ketika p -value $< 0,05$, sehingga hipotesis diterima. (Sholihin & Ratmono, 2013). Dalam (Anisagita & Murniningsih, n.d. 2023)

b) Hipotesis Tidak Langsung (Mediasi)

Uji mediasi merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) terjadi secara langsung, tidak langsung, atau melalui variabel perantara (mediasi/ M).

- Non Mediation yakni apabila terjadi jika hubungan antar variabel dependen dan independen positif tetapi variabel mediasi negatif,
- Full Mediation terjadi apabila variabel dependen & independen negatif tetapi variabel mediasi positif

- Parsial Mediation terjadi apabila variabel dependen & independen positif & variabel mediasi juga positif.

serta bisa juga dilihat dari nilai P Value, apabila P Value pada Specific Indirect Effect > 0.050 maka bernilai Negatif & begitu juga sebaliknya. (Putra, 2021).

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
PERPUSTAKAAN
YOGYAKARTA