

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Desain penelitian yaitu metode yang diterapkan untuk memberikan tanggapan dan pertanyaan-pertanyaan pada tujuan penelitian yang terkait dengan variabel (Siregar, 2022). Penelitian ini mengadopsi desain *explanatory*, dengan tujuan untuk menguji hipotesis dan menjelaskan pengaruh antar variabel. Selain itu, analisis yang diterapkan menggunakan pendekatan kuantitatif, yang fokus pada pengumpulan data dalam bentuk angka. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif berlandaskan pada paradigma positivisme dan memanfaatkan statistik serta alat penelitian untuk menganalisis populasi ataupun sampel. Fokus utama dari penelitian ini ialah melakukan pengujian terhadap hipotesis yang sudah ada.

Dalam penelitian ini, data yang dimanfaatkan mencakup data primer dan data sekunder. Data sekunder ialah informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang sudah tersedia sebelumnya, seperti literatur berupa buku, jurnal ilmiah, serta sumber daring. Sementara itu, data primer ialah informasi yang dihimpun secara langsung oleh peneliti melalui metode seperti survei, maupun pengisian kuesioner. Peneliti menyebarkan kuesioner secara online melalui link di media sosial seperti WhatsApp, dan Instagram. Data yang peneliti dapatkan dari kuesioner akan di analisis dengan bantuan program Smart PLS 4.

Penelitian ini menerapkan pendekatan waktu *cross-sectional*, mengingat proses pengumpulan data dilakukan pada satu titik waktu tertentu. Adapun unit analisis yang digunakan adalah individu, karena subjek yang diteliti merupakan konsumen dari UMKM Boci Day. *First order* diterapkan untuk pengkuran karena masing-masing variabel tersebut mengandung indikator-indikator yang relevan.

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan lokasi ini didasari bahwa terdapat produk Boci Day yang ditawarkan kepada konsumen dengan produk yang beragam, dan layanan Boci Day *Delivery* di Yogyakarta.

### 2. Waktu Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan				
		Februari	Maret	April	Mei	Juni
1.	Bab I					
2.	Bab II					
3.	Bab III					
4.	Seminar Proposal					
5.	Revisi Seminar Proposal					
6.	Penelitian					
7.	Bab IV & V					
8.	Sidang Skripsi					

### C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel operasional dibagi menjadi dua variabel yaitu variabel independen atau variabel bebas dan variabel dependen atau variabel terikat, Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2) selaku variabel *independent*, Minat Beli Ulang (Y) selaku variabel *dependent* atau variabel terikat, dan Kepuasan Konsumen (Z) selaku variabel mediasi.

#### 1. Variabel *Independent* (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2019) variabel *independent* adalah variabel yang mengendalikan atau mempengaruhi perubahan timbulnya variabel terikat. Kualitas produk dan kualitas layanan menjadi variabel *independent* pada riset ini.

#### 2. Variabel *Dependent* (Variabel Terikat)

Menurut Sugiyono (2019) variabel *dependent* biasa juga diistilahkan selaku variabel *output*, kriteria, konsumuen. Variabel yang dikendalikan atau disebabkan oleh variabel bebas itulah yang disebut variabel terikat. Minat beli ulang menjadi variabel *dependent* pada riset ini.

#### 3. Variabel *Intervening* (Variabel Mediasi)

Menurut Sugiyono (2019) variabel *intervening*/mediasi juga dikenal sebagai variabel penghubung. Variabel mediasi menjadi penyela karena variabel bebas tidak selalu mengendalikan variabel

terikat secara langsung, pada penelitian ini kepuasan konsumen merupakan variabel mediasi.

Demi mendapatkan persepsi yang lebih baik tentang mengenai pembahasan judul, berikut adalah definisi dan batasan operasional variabel penelitian:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
1.	Kualitas Produk	Porsi	Saya rasa porsi Boci Day sesuai	Skala <i>Likert</i> 1-5
	Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa ditentukan oleh kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang dinyatakan secara langsung maupun yang tersirat (Kotler	Rasa	Saya suka dengan rasa Boci Day yang enak dan bervariasi	
		Tekstur	Saya suka dengan tekstur Boci Day yang kenyal	
		Aroma	Saya tertarik makan Boci Day karena aroma sedap yang menggugah selera	
		Warna	Warna Boci Day terlihat lebih menarik	

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
	& Armstrong, 2018).	Suhu	Produk Boci Day terasa lebih nikmat jika masih hangat	
		Penyajian	Produk Boci Day yang disajikan masih fresh	
2.	Kualitas Layanan  Kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, serta kecepatan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan tersebut (Tjiptono, 2019).	<i>Reliability</i> (Keandalan)	Karyawan memberikan pelayanan yang tepat waktu dan akurat pada saat <i>delivery</i>	Skala <i>Likert</i> 1-5
			Memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan	
		<i>Ressponsive</i> (Daya Tanggap)	Karyawan selalu siap melayani permintaan konsumen	
			Pelayanan tepat waktu	
		<i>Assurance</i> (Jaminan)	Saya merasa aman ketika bertransaksi dengan Boci Day	

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
			Karyawan dapat dipercaya	
		<i>Empathy</i> (Empati)	Karyawan selalu menunjukkan komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen	
			Jam operasional yang nyaman untuk konsumen	
		<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Karyawan berpenampilan rapi dan sopan	
			Produk makanan yang diantarkan sesuai pesanan, aman, dan bersih	
3.	Kepuasan Konsumen	Perasaan Puas	Saya merasa puas dengan produk Boci Day	Skala <i>Likert</i> 1-5
	Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan yang		Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Boci Day	

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
	diperoleh seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dialaminya dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2016).	Pembelian Ulang	Saya tertarik untuk membeli kembali produk Boci Day	
		Ketersediaan	Saya ingin	
		Merekomendasikan	merekomendasikan produk Boci Day kepada orang di sekitar saya	
		Sesuai Harapan	Kualitas produk yang diberikan sesuai dengan harapan saya	
			Kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan harapan saya	
4.	Minat Beli Ulang  Minat beli ulang merupakan perilaku individu yang muncul dari	Minat transaksional (Ingin membeli ulang)	Saya ingin membeli ulang produk Boci Day	Skala <i>Likert</i> 1-5
		Minat referensial (merekomendasikan ke orang lain)	Saya ingin merekomendasikan produk Boci Day kepada orang lain	

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
	pengalaman konsumsi di masa lalu yang secara langsung mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang (Hasan, 2018).	Minat preferensial (sebagai pilihan utama)	Produk Boci Day sebagai pilihan utama	
		Minat eksploratif (ingin mencoba varian rasa yang lain)	Saya ingin mencoba varian rasa Boci Day yang lain	

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi merujuk pada area generalisasi dari objek yang memiliki kualitas dan atribut spesifik yang diputuskan untuk penelitian lalu objek tersebut dipelajari dan ditemukan hasilnya. Untuk mendapatkan data atau informasi yang berguna pada penelitian, penentuan populasi sangatlah penting. Konsumen Boci Day yang memanfaatkan layanan *delivery* pada bulan Juli 2024 sampai dengan Februari 2025 menjadi populasi pada

penelitian ini. Berikut adalah tabel jumlah pembelian Boci Day melalui layanan *delivery*:

Tabel 3. 3 Jumlah Pembelian Boci Day *Delivery*

Bulan	Jumlah Pembelian
Juli 2024	28
Agustus 2024	22
September 2024	23
Oktober 2024	29
November 2024	24
Desember 2024	21
Januari 2025	26
Februari 2025	19
<b>Total</b>	<b>192</b>

Sumber: Boci Day, 2025

Tabel 3.2 menunjukkan jumlah pembelian Boci Day yang menggunakan layanan *delivery* selama bulan Juli 2024 hingga Februari 2025. Dari total 192 pembelian yang menggunakan layanan *delivery*, terdapat 119 pelanggan yang melakukan pembelian produk. Sehingga, populasi pada penelitian ini sebanyak 119 pelanggan.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel ialah bagian dari populasi secara keseluruhan yang mempunyai atribut yang mencerminkan populasi tersebut, sehingga sampel tersebut dianggap dapat

mewakili populasi secara keseluruhan. Pada penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan melalui metode *non-probability sampling* dengan pendekatan sensus. Menurut Sugiyono, (2019) *non-probability sampling* yaitu pengumpulan sampel dengan tidak memberi setiap bagian populasi kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik sampel jenuh atau sensus yang berarti semua anggota populasi diambil sebagai sampel (Sugiyono, 2019). Langkah ini diambil karena ukuran populasi tergolong kecil dan penelitian bertujuan untuk menghasilkan generalisasi dengan tingkat kesalahan yang minimal. Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 119 orang.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Berdasarkan Sugiyono (2019) menyatakan bahwa tujuan utama penelitian adalah metode pengumpulan data untuk mengumpulkan sejumlah besar data dengan menggunakan berbagai metode dan sumber. Pada penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan beberapa metode, yakni kuesioner, survei *online*, dan *google form*. Kuesioner ialah metode pengumpulan data yang terdiri dari sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden, menggunakan skala penilaian berbasis skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2019) skala *Likert* diterapkan sebagai alat pengukuran perilaku, asumsi, dan pandangan setiap individu maupun sekelompok individu mengenai masalah sosial. Skala *Likert* menggunakan interval 1 sampai 5. Berikut pemberian skor untuk menjawab kuesioner.

Tabel 3. 4 Pengukuran Skala *Likert*

Kode	STS	TS	N	S	SS
Keterangan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
Nilai	1	2	3	4	5

## F. Teknik Analisis Data

Data dianalisis memanfaatkan metode PLS (*Partial Least Squares*) yang dibantu oleh *software* SmartPLS versi 4. PLS merupakan metode untuk menyelesaikan SEM (*Structural Equation Modeling*) karena jika dibandingkan dengan teknik SEM lainnya, PLS ini lebih efisien. SEM memiliki tingkatan fleksibilitas yang tinggi dalam menggabungkan teori dan data, data dapat digunakan sebagai analisis jalur terhadap variabel tersembunyi, sehingga SEM PLS paling sering digunakan oleh peneliti dalam bidang ilmu sosial. Penggunaan PLS dalam penelitian ini karena variabel independen penelitian menggunakan variabel mediasi (Sholihin & Ratmono, 2021).

PLS tidak didasarkan pada banyak asumsi sehingga merupakan metode analisis yang cukup baik ataupun ampuh dalam menganalisis. Data yang ada tidak diharuskan mengikuti distribusi normal multivarian dan sampel tidak harus berjumlah besar. Pengukuran penelitian ini menggunakan *first-order* yang diukur langsung dengan berbagai indikator.

### 1. *Outer Model*

Menurut Abdillah & Jogiyanto (2015) *outer model* merupakan model pengukuran yang menyatakan keterkaitan antar variabel laten dan

indikator-indikatornya. *Outer model* digunakan sebagai pengujian validitas konstruk dan reliabilitas. Mekanisme algoritma, parameter pengukuran model (validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*).

Pada pengamatan ada empat variabel laten yaitu kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan minat beli ulang. *Outer model* dengan indikator reflektif dapat diukur dengan:

a) Validitas Konstruk (*Construct Validity*)

Validitas konstruk ialah sejauh mana hasil pengukuran yang diperoleh sesuai dengan teori yang mendasari definisi suatu konstruk. Salah satu metode untuk menilai validitas konstruk ialah dengan mengevaluasi tingkat keterkaitan yang erat antara konstruk dengan item-item pertanyaan serta hubungannya dengan variabel lain. Terdapat dua validitas konstruk yakni validitas konvergen dan validitas diskriminan.

1) Validitas Konvergen (*Convergen Validity*)

Validitas konvergen muncul ketika pengukuran suatu konstruk memiliki korelasi yang kuat antar satu sama lain. Setiap indikator dinilai berdasarkan *loading factor* yang mengindikasikan besarnya keterkaitan pada setiap item pengukuran dengan konstruk. Nilai *loading factor*  $> 0.70$  dapat dianggap ideal, nilai *average variance extracted* (AVE) juga

dapat dilihat untuk menentukan validitas konvergen dan nilai AVE harus lebih besar dari 0.50 (Ghozali & Latan, 2015).

## 2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan ialah indikator yang menegaskan bahwasanya sebuah konstruk berbeda secara signifikan dari konstruk-konstruk lain yang ada. Uji validitas diskriminan dapat dinyatakan terpenuhi apabila korelasi antara suatu variabel dengan dirinya sendiri lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan variabel lain. Selain itu, nilai *cross loading* dari setiap item pernyataan variabel dapat dimanfaatkan sebagai instrumen dalam pengujian validitas diskriminan. Jika nilai *cross loading* di setiap jenis pernyataan variabel lebih besar dari nilai korelasi pada setiap item pernyataan melalui variabel lain, maka diskriminan terpenuhi (Sholihin & Ratmono, 2021).

### b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas konstruk serta indikator reflektif dapat diukur melalui dua cara yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan presisi alat ukur dalam melaksanakan pengukuran (Ghozali & Latan, 2015). *Composite Reliability* dinilai lebih baik implementasinya terhadap SEM karena tidak mengasumsikan kesamaan boot dalam indikator. *Rule of thumb* nilai *Composite reliability* harus memiliki nilai  $> 0.70$

dan *Crobanch's Alpha*  $> 0.60$  juga dapat dikatakan reliabel (Ghozali & Latan, 2015).

## 2. *Inner Model*

Menurut Ghozali & Latan (2015) *inner model* juga dikenal sebagai model struktural, menunjukkan keterkaitan atau kemampuan estimasi antar variabel laten atau konstruk. Model ini dibentuk berlandaskan teori dasar dan dengan perhitungan *bootstrapping*.

### a) *R-Square Adjusted*

*R-Square* mengindikasikan seberapa besar kekuatan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *R-Square Adjusted* digunakan disini karena memiliki dua variabel bebas dan lebih akurat dalam menilai kebaikan model. Menurut Hair et al., (2021) nilai 0.75, 0.50, dan 0.25 menunjukkan model kuat, moderate, dan lemah. Artinya, semakin tinggi nilainya maka semakin kuat kemampuan model dalam menjelaskan variabel yang diteliti sehingga model tersebut berpotensi untuk digunakan atau diadaptasi dalam penelitian selanjutnya.

### b) Nilai *Q-Square*

Nilai *Q-Square* atau *predictive prevelance* berfungsi sebagai validasi kemampuan terhadap model prediksi yang dibuat oleh peneliti. Nilai *Q-Square* cocok dan dapat digunakan apabila model yang dibuat merupakan model reflektif. Apabila nilai *Q-Square*  $> 0$  maka variabel independen baik sebagai penjelas yang

dapat memprediksi variabel dependennya (Yamin & Kurniawan, 2019).

c) Uji *Model Fit*

Pengujian *model fit* dilakukan untuk memeriksa kesesuaian model penelitian. Ketika *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) ditemukan, kelayakan model dapat dinilai. Hair et al., (2021) menyatakan bahwa nilai SRMR < 0.08 menunjukkan *model fit* (cocok) sedangkan nilai SRMR 0.08 sampai dengan 0.10 masih di terima (Schermelleh et al., 2003).

d) Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan analisis pengaruh langsung, yang bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel independen memberikan dampak langsung terhadap variabel dependen dalam kerangka model hipotesis. *Path Coefficients* dilihat untuk menguji hipotesis, jika nilai *original sample* positif maka arah positif jika nilai negatif maka arah negatif. Pada uji pemeriksaan hipotesis, nilai *P-Value* yang dihasilkan dari *output* PLS dievaluasi dengan membandingkan dengan tingkat signifikansi 0.05. Hasil dianggap signifikan jika nilai *P-Value* < 0.05, sedangkan hasil tidak signifikan jika nilai *P-Value* > 0,05 (Sholihin & Ratmono, 2021).

e) Uji Mediasi

Uji mediasi dilakukan untuk mengevaluasi besarnya koefisien pengaruh tidak langsung. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan apakah variabel mediasi mampu menjembatani hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis dilakukan dengan merujuk pada hasil *Indirect Effect*, di mana jika nilai *P-value* kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi (Sholihin & Ratmono, 2021)

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI  
YOGYAKARTA