

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah *Food Safety*, *Product Availability*, Program Loyalitas, *Repurchase Intention* dan Citra Perusahaan pada Pelanggan Gerai Makanan Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat.

##### **3.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

###### **1) Profil Singkat CV Torani Sumber Makmur**

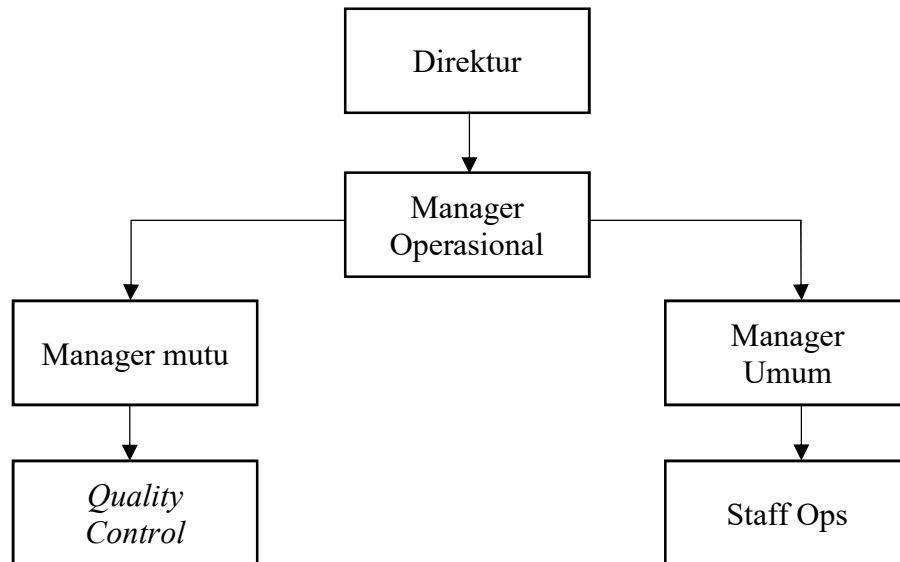
Torani Sumber Makmur adalah perusahaan pengolahan ikan yang beroperasi di Jl. Kalijaga No. 173, Pegambiran, Lemahwungkuk, Cirebon, Jawa Barat. Sebagai UMKM, Torani Sumber Makmur telah meraih Sertifikat Kesesuaian dan SPPT SNI untuk produk pangan olahan ikan/Fish Jelly dengan nomor SNI 7266:2017). CV. Torani Sumber Makmur adalah bagian dari program pembinaan KLT BSN Jabar dan Dinas Kelautan dan Perikanan Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Perusahaan ini memiliki kapasitas produksi sebesar 15 Kg/hari dan telah menjalani uji serta mendapatkan sertifikasi dari UPTD PPMPP Cirebon Dinas Kelautan dan Perikanan Pemprov Jabar.

Produk Torani telah diakui oleh sertifikasi tersebut dan telah melalui proses pengujian yang ketat. Meskipun pemasaran produk masih berskala nasional, Torani Sumber Makmur memiliki potensi untuk berkembang lebih

lanjut di pasar yang lebih luas. Dengan fokus pada produk olahan ikan yang memenuhi standar SNI, Torani Sumber Makmur mendedikasikan dirinya untuk memberikan produk berkualitas tinggi kepada pelanggan di seluruh Indonesia.

## 2) Struktur Organisasi CV Torani Sumber Makmur

Struktur organisasi adalah kerangka formal yang menentukan bagaimana pekerjaan diorganisir dan diatur di dalam suatu entitas. Berikut struktur organisasi CV Torani Sumber Makmur pada Gambar 3.1.



Sumber: CV. Torani Sumber Makmur, 2023

**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi CV. Torani Sumber Makmur**

Dari gambar tersebut, maka dapat dijelaskan tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian sebagai berikut.

1) Direktur, Tugas dan Tanggung Jawab:

- a) Menetapkan visi, misi, dan tujuan strategis perusahaan.
- b) Membuat keputusan strategis untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

- c) Memimpin dan mengelola tim eksekutif untuk mencapai tujuan perusahaan.
  - d) Mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan eksternal, seperti investor dan mitra bisnis.
- 2) Manager Operasional, Tugas dan Tanggung Jawab:
- a) Menyusun dan melaksanakan rencana operasional.
  - b) Mengelola rantai pasokan dan distribusi produk atau layanan.
  - c) Memastikan efisiensi operasional dan kepatuhan terhadap standar kualitas.
  - d) Berkolaborasi dengan departemen lain untuk meningkatkan proses operasional.
- 3) Manager Mutu, Tugas dan Tanggung Jawab:
- a) Mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan dan prosedur mutu.
  - b) Memastikan bahwa produk atau layanan memenuhi standar kualitas dan regulasi.
  - c) Melakukan audit mutu dan menindaklanjuti temuan.
  - d) Menerapkan perbaikan berkelanjutan dalam sistem mutu.
- 4) Manager Umum, Tugas dan Tanggung Jawab:
- a) Mengelola kegiatan sehari-hari perusahaan.
  - b) Menyusun dan melaksanakan kebijakan perusahaan.
  - c) Mengelola sumber daya manusia dan masalah personel.
  - d) Menjaga kepatuhan terhadap peraturan dan kebijakan.

5) *Quality Control*, Tugas dan Tanggung Jawab:

- a) Melakukan pengujian kualitas produk atau layanan.
- b) Menyusun laporan hasil pengujian dan merekomendasikan perbaikan.
- c) Melakukan inspeksi produk sesuai standar.
- d) Berkolaborasi dengan tim produksi dan manajemen mutu.

6) Staff Operasional, Tugas dan Tanggung Jawab:

- a) Melaksanakan tugas operasional sehari-hari sesuai prosedur.
- b) Menangani pengelolaan inventaris dan stok.
- c) Berkomunikasi dengan pelanggan atau pemasok terkait operasional.
- d) Melakukan tugas-tugas administratif sesuai kebutuhan.

**3) Produk dan Alur Pemasaran CV Torani Sumber Makmur**

CV Torani Sumber Makmur bergerak pada olahan ikan binaan KLT BSN Jabar dan Dinas Kelautan dan Perikanan Pemprov Jabar. Adapun produk yang diolah sebagai berikut.

a) Bakso Ikan (SNI 7266:2017)

Bakso Ikan biasanya dikemas dalam bungkus plastik vakum untuk menjaga kesegaran dan kebersihannya. Adapun diameter bakso ikan sekitar 2-4 cm untuk bakso bola.

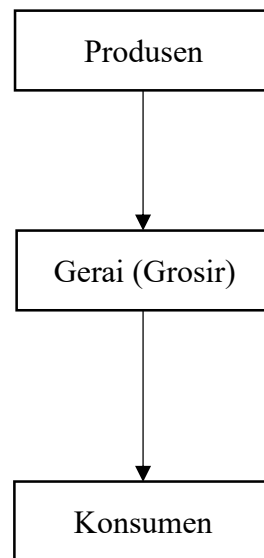
b) Siomay Ikan (SNI 7756:2013)

Siomay menggunakan daging ikan segar yang dikemas dengan plastik vakum dengan ukuran kemasan 240 gr x 24 pack isi 16 pcs, 500 gr x 16 pack isi 25 pcs, 900 gr x 60 pack | isi 60 pcs

c) Otak-otak Ikan

Otak-otak ikan dikemas dalam karton dengan rincian Otak-otak Ikan 500gr : 1/2 karton (isi 6 pack) dan 1 karton (isi 12 pack).

Adapun alur pemasaran yang digunakan untuk menjangkau konsumen diseluruh indonesia dengan memanfaatkan gerai-gerai sebagai mitra penjualan. Berikut alur pemasraan produk Olahan Ikan CV Torani Sumber Makmur.



**Gambar 3.2**  
**Alur Penjualan CV Torani Sumber Makmur**

Berdasarkan Gambar 3.2 dapat dijelaskan bahwa perusahaan melakukan penjualan tidak langsung kepada konsumen yaitu produsen ke Gerai ke Konsumen. Setelah produk dihasilkan oleh produsen, produksi produk oleh produsen, diikuti oleh distribusi ke distributor atau pengecer. Distributor kemudian menyebarkan produk ke berbagai gerai penjualan seperti toko retail. Akhirnya, konsumen membeli produk dari gerai.

## 3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini adalah survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Yang dimaksud dengan metode survei menurut yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh data dari sumber atau tempat yang dimaksud secara alamiah (bukan buatan), namun peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data (Sugiyono, 2019: 6). Dengan metode ini dilakukan pengumpulan dan pengolahan data, kemudian diinterpretasikan dan dianalisis berkaitan antara variabel yang diteliti. Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2019: 53). Sedangkan metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019: 8).

Tujuan dari metode survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif adalah untuk menguji lebih dalam pengaruh *Food Safety*, *Product Availability* dan Program Loyalitas terhadap *Repurchase Intention* serta implikasinya pada Citra Perusahaan.

### 3.2.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu *Food Safety* (X1), *Product Availability* (X2), Program Loyalitas (X3), *Repurchase Intention* (Y) dan Citra Perusahaan (Z), maka terdapat lima variabel dalam penelitian ini, sebagai

berikut. Untuk lebih jelasnya operasionalisasi variabel akan dioperasionalkan seperti dalam Tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Operasional Variabel	Indikator	skala
1	<i>Food Safety</i> (X1)	Berkaitan dengan keamanan dan kesehatan pangan dari produk olahan ikan yang dihasilkan oleh perusahaan.	1. Bersih 2. Higienis 3. Sehat 4. Bergizi 5. Tidak Mengandung Bahan-Bahan yang Dapat Membahayakan Kesehatan Tubuh	Ordinal
2	<i>Product Availability</i> (X2)	Ketersediaan produk pada Makanan Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat mencakup aspek-aspek seperti stok produk, distribusi, dan aksesibilitas konsumen terhadap produk tersebut. Stok produk mencerminkan ketersediaan fisik dari produk Makanan Olahan Ikan di gudang atau toko.	1. Persediaan produk yang selalu ada di toko 2. Kemudahan untuk melakukan pembelian produk 3. Kelengkapan produk yang ada di <i>outlet</i> 4. Distribusi produk yang merata dan tersedia di berbagai <i>outlet</i>	Ordinal
3	Program Loyalitas (X3)	Program loyalitas pada Makanan Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat mencakup keanggotaan, insentif, dan upaya mempertahankan pelanggan, dengan fokus pada strategi yang meningkatkan loyalitas konsumen dan citra positif perusahaan	1. Jenis Hadiah 2. Waktu Pemberian Hadiah 3. Kesesuaian Hadiah	Ordinal
4	<i>Repurchase Intention</i> (Y)	Konsumen tertarik untuk melakukan pembelian kembali produk Makanan Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial	Ordinal
5	Citra Perusahaan (Z)	Persepsi dan reputasi yang terbentuk di kalangan konsumen memiliki kaitannya yang erat dengan citra perusahaan, khususnya Makanan Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat. Citra perusahaan adalah hasil akhir dari proses pembentukan persepsi dan reputasi yang dilakukan oleh konsumen.	1. Sekumpulan Kesan ( <i>Impressions</i> ) 2. Kepercayaan ( <i>Beliefs</i> ) 3. Sikap ( <i>Attitudes</i> )	Ordinal

### 3.2.2 Populasi dan Sampel

#### 1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai karakteristik tertentu dan adanya kesempatan yang sama untuk dijadikan anggota sampel (Umar, 2019: 77). Peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Adapun jumlah populasi dalam penelitian adalah rata-rata pelanggan yang melakukan pembelian dalam di Pusat Makanan Olahan Ikan CV. Torani Sumber Makmur di Wilayah Jawa Barat pada Tabel 3.2.

**Tabel 3.2**  
**Populasi Pelanggan CV. Torani Sumber Makmur**  
**di Wilayah Jawa Barat**

No	Wilayah	Rata-rata Pelanggan Setiap Hari
1	Bandung	72
2	Ciamis	65
3	Cirebon	89
4	Pangandaran	60
5	Tasikmalaya	65
<b>Poluasi Penelitian</b>		<b>351</b>

*Sumber: CV. Torani Sumber Makmur, 2023*

Berdasarkan Tabel 3.2 diketahui bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 351 Pelanggan yang terbagi dari wilayah pemasaran produk CV. Torani Sumber Makmur dari rata-rata pelanggan setiap harinya.

#### 2) Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Umar, 2019: 77). Bila populasi besar, dan peneliti tidak



mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan *cluster sampling*. *Probability sampling* merupakan metode sampling yang setiap anggota populasi memiliki peluang sama untuk terpilih sebagai sampel (Siregar, 2020: 57). *Cluster sampling* merupakan Teknik penarikan sampel yang didasarkan area atau cluster, lalu beberapa *cluster* dipilih sebagai sampel (Siregar, 2020: 59). Untuk mengetahui besarnya sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut (Siregar, 2020: 61).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan 5%

$$n = \frac{351}{1 + 351 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{351}{1 + 351 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{351}{1 + 0,88}$$

$$n = \frac{351}{1,88}$$

$$n = 186,70 = 187$$

Dari 187 sampel yang telah diketahui, penentuan masing-masing lokasi dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$f_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

$f_i$  = Sampel pecahan Cluster

$N_i$  = Banyaknya anggota yang ada dalam Cluster

$N$  = Total Populasi

$n$  = Total Sampel

Dengan rumus tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini dapat diketahui pada Tabel 3.3.

**Tabel 3.3**  
**Sampel Penelitian**

No	Wilayah	Populasi	Sampel
1	Bandung	72	38
2	Ciamis	65	35
3	Cirebon	89	47
4	Pangandaran	60	32
5	Tasikmalaya	65	35
<b>Jumlah</b>		<b>351</b>	<b>187</b>

Sumber: Olah Data, 2023

### 3.2.3 Jenis Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian adalah sumber data primer dan data sekunder sebagai berikut (Sugiyono, 2019: 222).

#### 1) Sumber Data Primer

Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Pada penelitian ini sumber data primer berupa wawancara dan hasil penyebaran kuesioner.

## 2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian adalah jumlah struktur organisasi perusahaan, data penjualan dan data pelanggan.

### 3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan adalah Teknik pengumpulan data dengan langkah yang paling utama dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang menjadi acuan adalah dengan melalui teknik pengumpulan data sebagai berikut (Sugiyono, 2019: 224).

#### 1) Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi Kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data penelitian dengan cara membaca dan menelaah buku-buku literature, artikel, jurnal, dan sumber-sumber tertulis lainnya yang diperlukan dan berkaitan dengan variabel yang diteliti.

#### 2) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang perlu diteliti (Sugiyono, 2019: 220). Wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pandangan dan perspektif responden, terutama ketika jumlah responden yang terlibat dalam penelitian relatif sedikit atau kecil.

### 3) Observasi

Dalam menggunakan observasi cara yang paling efektif adalah dengan melengkapi format dan blangko pengamatan sebagai instrumen pertimbangan kemudian format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang dijelaskan (Sugiyono, 2019: 229).

### 4) Penyebaran Kuisoner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019: 219). Dalam penelitian ini menyebarkan daftar pernyataan kepada pelanggan CV Torani Sumber makmur dengan menggunakan *Google Form*.

Dalam penelitian ini kuisoner menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka dengan pengukuran variabel menggunakan skala *likert* sebagai metode *scoring* pada Tabel 3.4.

**Tabel 3.4**  
**Pembobotan Nilai Jawaban**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor Positif</b>	<b>Skor Negatif</b>
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: (Sugiyono, 2019:138)

### 3.2.5 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018: 244) yang dimaksud dengan analisis data adalah “Proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil

wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain”. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *Software Smart PLS SEM Versi 3.2.9*. Metode *Partial Least Squares* (PLS) memiliki kemampuan untuk memodelkan variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung dan diukur menggunakan indikator-indikator (Ghozali, 2021: 7). Sehingga dengan menggunakan metode ini, penulis dapat menganalisis data dengan perhitungan yang jelas dan terperinci.

### 3.2.5.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis Nilai Jenjang Interval (NJI) untuk menganalisis deskriptifnya. Alternatif jawaban dengan menggunakan *rating scale* yang diadopsi dari Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai variabel yang dipelajari. Teknik analisis data yang digunakan peneliti untuk menganalisis tentang *food safety*, *product availability*, program loyalitas, *repurchase intention* dan citra perusahaan dengan melihat data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang disebar kepada 249 responden. Kuesioner yang harus diisi oleh responden berdasarkan indikator dari setiap variabel *food safety*, *product availability*, program loyalitas, *repurchase intention* dan citra perusahaan. Untuk mengetahui nilai atau skor adalah dengan cara mengkalikan bobot dengan jumlah sampel, serta dikalikan lagi dengan jumlah item pernyataan pada kuesioner. Adapun pengukuran dengan persentase dan skorsing dengan rumus:

$$X = \frac{F}{N} \times 100 \% \text{ (Sugiyono, 2018: 95)}$$

Keterangan :

X = Jumlah Persentase Jawaban

F = Jumlah Jawaban Atau Frekuensi

N = Jumlah Pelanggan

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan interval perinciannya, sebagai berikut.

$$NJI = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria Pertanyaan}} \quad (\text{Sugiyono, 2018: 95})$$

Keterangan :

NJI = Nilai jenjang interval yaitu interval untuk menentukan Sangat Baik, Baik, Kurang Baik, Tidak Baik, Sangat Tidak Baik.

### 3.2.5.2 Analisis *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM)

Data penelitian yang dikumpulkan dari kuesioner ditabulasi dan diolah dengan menggunakan model *Partial Least Squares-Struktur Equation Modeling* (PLS-SEM). Analisis jalur digunakan untuk menganalisis hubungan langsung dan hubungan tidak langsung antar variabel dalam model (Ghozali, 2021: 280). Lebih lanjut, analisis jalur adalah model kausal untuk memahami hubungan antar variabel. Analisis jalur mengasumsikan bahwa nilai suatu variabel disebabkan oleh nilai variabel lain, sehingga membedakan variabel bebas dan terikat sangat penting. Variabel bebas mempengaruhi variabel mediasi yang mempengaruhi variabel terikat. Analisis jalur mempunyai tujuan, yaitu untuk menguji hubungan antara model kausal yang dikembangkan peneliti berdasarkan pertimbangan teoretis dan informasi spesifik (Ghozali, 2021: 280).

Pada penelitian ini, pengolahan data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dilakukan dengan 3 tahap, yaitu analisis *outer model*, analisis *inner model*, dan pengujian hipotesis.

### **1) Analisis Outer Model**

Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data penelitian. Untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas dari kuesioner tersebut maka peneliti menggunakan program Smart PLS 3.2.9. Prosedur pengujian validitas adalah *convergent validity* yaitu dengan mengkorelasikan skor item (*component score*) dengan *construct score* yang kemudian menghasilkan nilai *loading factor*. Nilai *loading factor* dikatakan tinggi jika komponen atau indikator berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan, *loading factor* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup (Ghozali, 2021: 115).

#### **a) Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menilai sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner tersebut mampu mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas diterapkan terhadap seluruh item pertanyaan yang ada pada setiap variabel. Terdapat beberapa tahap pengujian yang akan dilakukan yaitu melalui uji validitas *convergent validity*, *average variance extracted (AVE)*, dan *discriminant validity*.

##### **1. Content Validity**

Validitas kuesioner dapat diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang telah banyak dipakai oleh para peneliti. Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini merupakan hasil studi literatur dengan modifikasi seperlunya untuk menghindari kecenderungan responden terhadap preferensi tertentu.

## 2. *Convergent Validity*

Pengukuran konvergensi ini menunjukkan apakah setiap item pertanyaan mengukur kesamaan dimensi variabel tersebut. Oleh karena itu hanya item pertanyaan yang mempunyai tingkat signifikansi yang tinggi, yaitu lebih besar dari dua kali *standart error* dalam pengukuran item pertanyaan variabel penelitian. Validitas konvergen dapat terpenuhi pada saat setiap variabel memiliki nilai AVE diatas 0,5, dengan nilai *loading factor* untuk setiap item juga memiliki nilai lebih dari 0,5 (Ghozali, 2021: 71).

## 3. *Average Variance Extrated (AVE)*

Uji validitas ini adalah dengan menilai validitas dari item pertanyaan dengan melihat nilai *average variance extracted* (AVE). AVE merupakan persentase rata-rata *nilai variance extracted* (AVE) antar item pertanyaan atau indikator suatu variabel yang merupakan ringkasan *convergent indicator*. Untuk persyaratan yang baik, jika AVE masing-masing item pertanyaan nilainya lebih besar dari 0.5 (Ghozali, 2021: 71).



#### 4. *Discriminant Validity*

Uji validitas ini menjelaskan apakah dua variabel cukup berbeda satu sama lain. Uji validitas diskriminan dapat terpenuhi apabila nilai korelasi variabel ke variabel itu sendiri lebih besar jika dibandingkan dengan nilai korelasi seluruh variabel lainnya. Selain itu cara lain untuk memenuhi uji validitas diskriminan dapat dilihat pada nilai *cross loading*, apabila nilai *cross loading* setiap item pernyataan variabel ke variabel itu sendiri lebih besar dari nilai korelasi item pernyataan ke variabel lainnya (Ghozali, 2021: 71).

#### **b) Uji Reliabilitas**

Secara umum reliabilitas didefinisikan sebagai rangkaian uji untuk menilai kehandalan dari item-item pernyataan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan melalui *composite reliability*, suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *composite reliability*  $\geq 0,7$  (Ghozali, 2019: 48).

#### **2) Analisis *Inner Model***

Model struktural atau *inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. *Inner model* dievaluasi dengan mempertimbangkan presentase varian yang dijelaskan oleh uji path *coefficient*, nilai *R-Square*

untuk konstruk laten endogen, Stone Geisser Test untuk menguji *predictive relevance*, dan *average variance extracted* untuk *predictiveness* dengan metode resampling seperti *jackknifing* dan *bootstrapping* untuk mendapatkan estimasi dan stabilitas (Ghozali, 2021:67). Pengukuran *outer model* dapat dievaluasi dengan alat analisis sebagai berikut.

a) Uji *Path Coefficient*

Seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh uji *path coefficient*. Semakin tinggi nilai *path coefficient* maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya.

b) Koefisien determinasi atau *R-Square* ( $R^2$ )

Digunakan untuk menggambarkan bagaimana variabel laten eksogen tertentu mempengaruhi variabel laten endogen, terlepas dari apakah mempunyai dampak yang signifikan atau tidak. Nilai *R-square* di atas 0,67 dianggap baik, antara 0,33 hingga 0,67 dianggap sedang, dan nilai *R-Square* di bawah 0,33 dianggap lemah (Ghozali, 2019: 81).

c) Relevansi prediksi atau *predictive relevance* ( $Q^2$ )

Model PLS juga dapat dievaluasi dengan  $Q^2$  *predictive relevance*. Teknik ini dapat mensintesis fungsi *cross-validation* dan *fitting* dengan prediksi dari variabel yang diamati dan estimasi dari parameter konstruk menggunakan *blindfolding*. Nilai  $Q^2 > 0$ , berarti model

mempunyai *predictive relevance*. Nilai  $Q^2 < 0$ , berarti model kurang mempunyai *predictive relevance*.

### 3) Uji Hipotesis

Setelah dilakukan tahapan analisis outer model dan inner model, maka tahapan berikutnya adalah uji hipotesis. Uji hipotesis berguna untuk memperjelas arah pengaruh antar variabel bebas dan terikat. Dengan melihat *path coefficient*, dapat mengukur hasil korelasi antar konstruk. Untuk menunjukkan hasil pengujian hipotesis secara simultan digunakan nilai probabilitas dan t-statistik.

Hipotesis yang diajukan bisa saja diterima ataupun ditolak, secara statistik dapat dilihat dari tingkat signifikansinya. Tingkat signifikansi dalam penelitian ini sebesar 5%, maka tingkat signifikansi 0,05 untuk menolak hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini probabilitas atau salah mengambil keputusan adalah 5% dari 95% kemungkinan mengambil keputusan yang benar. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

Ho<sub>1</sub>: Tidak ada pengaruh signifikan antara *Food Safety, Product Availability* dan Program Loyalitas terhadap *Repurchase Intention*.

Ha<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh signifikan antara *Food Safety, Product Availability* dan Program Loyalitas terhadap *Repurchase Intention*.

Ho<sub>2</sub>: Tidak ada pengaruh signifikan antara *Food Safety, Product Availability* dan Program Loyalitas terhadap Citra Perusahaan.

Ha<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh signifikan antara *Food Safety, Product Availability* dan Program Loyalitas terhadap Citra Perusahaan.

Ho<sub>3</sub>: Tidak ada implikasi signifikan antara *Repurchase Intention* dan Citra Perusahaan.

Ha<sub>3</sub>: Terdapat implikasi signifikan antara *Repurchase Intention* dan Citra Perusahaan.

Ho<sub>4</sub>: Tidak ada implikasi signifikan antara *Food Safety, Product Availability* dan Program Loyalitas terhadap *Repurchase Intention* pada Citra Perusahaan.

Ha<sub>4</sub>: Terdapat implikasi signifikan antara *Food Safety, Product Availability* dan Program Loyalitas terhadap *Repurchase Intention* pada Citra Perusahaan.

Pengujian hipotesis dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) maka ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut.

Jika  $P Value < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak, dengan demikian  $H_a$  diterima;

Jika  $P Value > \alpha$  maka  $H_0$  diterima, dengan demikian  $H_a$  ditolak.

### **3.2.5.3 Alasan Menggunakan *Partial Least Square (PLS)***

PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Data tidak harus terdistribusi normal multivariat (indikator dengan skala teori, ordinal, interval sampai ratio digunakan pada model yang sama), dan sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antara variabel laten, karena lebih menitikberatkan pada data dan dengan prosedur

estimasi yang terbatas, maka misspesifikasi model tidak begitu berpengaruh terhadap estimasi parameter. PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan indikator formatif, dan hal ini tidak mungkin dijalankan dalam *covarian based SEM* karena akan terjadi *unidentified model* (Ghozali, 2021). Berikut adalah beberapa alasan penggunaan PLS pada penelitian ini:

1. Algoritma PLS tidak terbatas hanya untuk hubungan antara indikator dengan konstruk latennya yang bersifat reflektif saja, tetapi algoritma PLS juga dipakai untuk hubungan yang bersifat formatif.
2. PLS dapat digunakan untuk menaksir model *path*
3. PLS dapat digunakan untuk model yang sangat kompleks yaitu terdiri dari banyak variabel laten dan manifest tanpa mengalami masalah dalam estimasi data.
4. PLS dapat digunakan ketika distribusi data sangat miring atau tidak tersebar di seluruh nilai rata-ratanya.
5. PLS dapat digunakan untuk menghitung variabel mediasi secara langsung dan tidak langsung, karena penelitian ini sendiri terdiri dari 1 variabel intervening.