

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah harga, kualitas layanan, lokasi, kebijakan publik, minat beli ulang, kepuasan konsumen pada UMKM di Kota Banjar terkhusus pada UMKM Seblak Sakau yang ada di Kota Banjar dengan ruang lingkup penelitian tentang Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Layanan, serta Kebijakan Pemerintah terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (studi kasus seblak sakau).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian Pada bagian ini membahas jenis penelitian yang dipilih, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, model penelitian, dan teknik analisis data. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis harga, kualitas layanan, lokasi kebijakan publik, minat beli ulang, dan kepuasan konsumen pada pengunjung seblak sakau.

##### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Jenis-Jenis penelitian yang akan dilaksanakan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006).

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian adalah semua informasi yang dipelajari oleh peneliti sebelum mereka membuat kesimpulan (Sugiyono, 2019:55). Operasionalisasi variabel merupakan menguraikan variabel menjadi sejumlah variabel operasional (indikator) yang langsung menunjukkan pada hal-hal yang akan diukur atau diteliti. Sesuai dengan judul yang dipilih, yaitu “Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi, serta Kebijakan Publik terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening”, maka terdapat:

a) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2019) variabel independent ini bisa disebut variabel bebas karena variabel ini yang mempengaruhi dan menyebabkan perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah harga, lokasi, kualitas layanan dan kebijakan publik.

b) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau mendapatkan akibat yang disebabkan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah minat beli ulang.

c) Variabel Intervening

Menurut Sugiyono (2019) variabel intervening adalah variabel yang mempengaruhi antara variabel independen dan variabel dependen, tetapi tidak dapat diukur dan diamati. Variabel ini terletak diantara variabel independen dan variabel dependen, sehingga akan menghasilkan hubungan tidak langsung

antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel intervening adalah kepuasan konsumen.

Agar variabel-variabel dalam penelitian ini dapat difungsikan, maka variabel penelitian harus dioperasionalkan. Adapun operasionalkan variabel penelitian ini diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 3.1  
Operasionalkan Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Rasio
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Harga ( $X_1$ )	Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen guna memperoleh barang atau jasa yang diinginkan.	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. Keterjangkauan harga 3. Harga sesuai manfaat 4. Harga berdasarkan daya beli 5. Variasi harga	Ordinal
2.	Kualitas Layanan ( $X_2$ )	Kualitas pelayanan adalah segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.	1. Bukti langsung 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan 5. Empati	Ordinal
3.	Lokasi ( $X_3$ )	Lokasi ialah tempat secara fisik, letak toko	1. Aksesibilitas	Ordinal

		pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.	2. Ketersediaan lahan parkir 3. Kedekatan dengan kediaman	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4.	Kebijakan Publik (X <sub>4</sub> )	Kebijakan publik merupakan kewenangan yang diberikan pemerintah dalam membuat suatu kebijakan yang digunakan ke dalam perangkat peraturan peraturan hukum.	1. Retribusi kebersihan 2. Pajak daerah 3. Keamanan 4. Tata kota	Ordinal
5.	Minat Beli Ulang (Y)	Minat Beli Ulang tercermin dari sikap positif konsumen yang loyal dan berkomitmen untuk menjaga nama baik dan reputasi perusahaan.	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Ordinal
6.	Kepuasan Konsumen (Z)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang maupun kecewa konsumen setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya.	1. Sesuai dengan harapan 2. Tertarik untuk berkunjung kembali 3. Bersedia untuk merekomendasikan	Ordinal

### 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019), proses pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah memperoleh

informasi yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen pada Seblak Sakau, Kota Banjar.

Kuesioner dipakai untuk mengumpulkan informasi utama sebagai pembaharuan data dalam penelitian yang sedang dilaksanakan penulis. Instrumen kuesioner dimanfaatkan untuk mengevaluasi keabsahan dan keandalan data, memastikan bahwa penelitian menghasilkan data yang sah dan dapat dipercaya. Instrumen ini menggunakan Skala Likert 5 poin untuk mengukur variabel yang menjadi fokus penelitian, dengan responden memberikan tanggapan mereka dari lima opsi yang tersedia.

SS : Sangat Setuju (5 Poin)

S : Setuju (4 Poin)

KS : Kurang Setuju (3 Poin)

TS : Tidak Setuju (2 Poin)

STS : Sangat Tidak Setuju (1 Poin)

Dalam pengembangan kuesioner, cara pertanyaan dirumuskan dan cara jawaban disusun akan berpengaruh pada seberapa baik dan akurat jawaban yang diberikan oleh responden.

### **3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data**

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Seblak Sakau, Kota Banjar.

### 3.2.3.2 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah sekelompok subjek dalam suatu wilayah yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dari situ ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah konsumen dari Seblak Sakau.

### 3.2.3.3 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari populasi yang telah dipilih sebelumnya untuk dipelajari dalam penelitian. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Menurut Ruqo'iyah (2012:53–54) sampel acak sederhana (*simple random sampling*) merupakan metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow digunakan dalam penelitian ketika jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terbatas (*infinite population*). Rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p (1.-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada Kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = *sampling error* = 10%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p (1. -P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 . 0,5 (1. -0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{3,8416 . 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang.

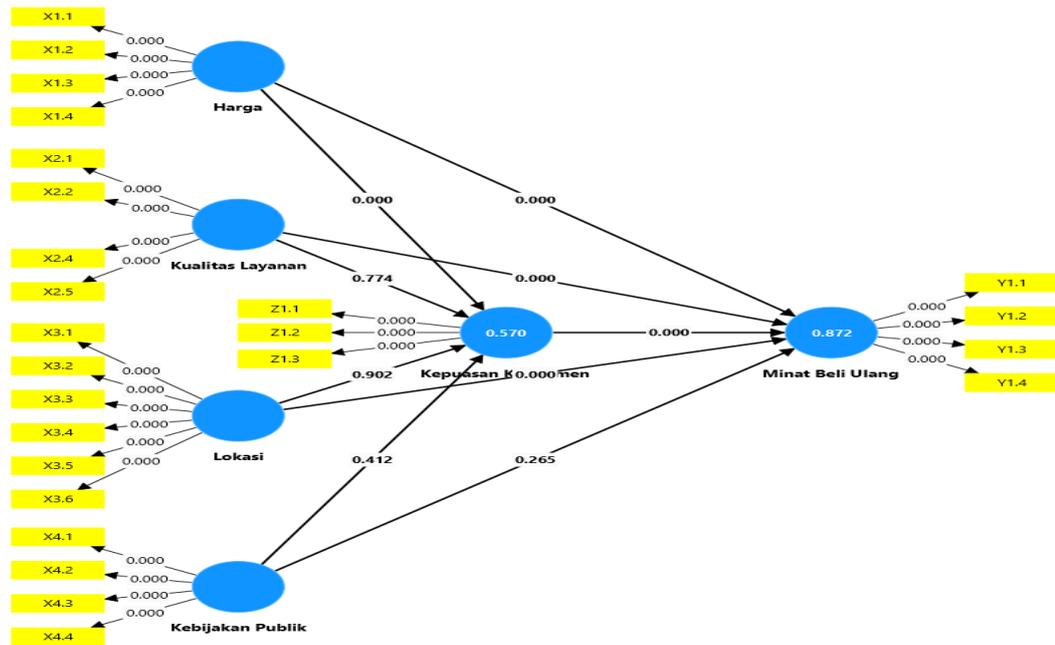
### 3.2.4 Model Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan, penelitian ini akan menggunakan model penelitian multivariat. Dalam konteks ini, pendekatan penelitian yang dipilih adalah deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang sedang terjadi dengan menerapkan analisis data multivariat.

Analisis data multivariat merujuk pada sekumpulan teknik statistik yang mengidentifikasi pola dalam data yang memiliki beberapa dimensi variabel secara simultan. Dalam penelitian ini, teknik analisis multivariat yang akan digunakan adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS), yang akan diproses menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Ini adalah salah satu pendekatan yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan kompleks antar variabel dalam satu kerangka analisis.

Dengan menggunakan SEM-PLS, peneliti dapat menyusun dan menguji model teoritis yang mencakup sejumlah variabel yang relevan, sehingga

memungkinkan mereka untuk memahami dan menginterpretasikan hubungan antar variabel dengan lebih mendalam dalam konteks penelitian mereka. Oleh karena itu, model penelitian yang cocok dengan judul penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1  
Model Penelitian

Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu Harga (X<sub>1</sub>), Kualitas Layanan (X<sub>2</sub>), Lokasi (X<sub>3</sub>), Kebijakan Publik (X<sub>4</sub>), variabel dependent Minat Beli Ulang (Y), serta variabel intervening Kepuasan Konsumen (Z).

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Lokasi, Kebijakan Publik terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening dengan studi kasus konsumen pada Seblak Sakau di Kota Banjar.

### **3.2.5 Teknis Analisis Data**

#### **3.2.5.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif bertujuan untuk menginterpretasikan mengenai argumen atau pendapat responden terhadap pernyataan dan distribusi frekuensi pernyataan responden dari data yang telah dikumpulkan. Wiyono (2001) menjelaskan bahwa analisis deskriptif bertujuan untuk menginterpretasikan mengenai argumen atau pendapat responden terhadap pernyataan dan distribusi frekuensi pernyataan responden dari data yang telah dikumpulkan. Di dalam penelitian ini, jawaban responden dijelaskan dalam lima skala pernyataan dengan menggunakan Skala Likert. Analisis ini juga digunakan untuk menggambarkan secara lebih spesifik terhadap variabel-variabel yang akan diteliti.

#### **3.2.5.2 Analisis *structural equation modeling* – *partial square***

*Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) merupakan salah satu klasifikasi dari metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Menurut Abdillah & Hartono (2016:11), analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah pendekatan statistik multivariat yang dapat menganalisis banyak variabel dependen dan beberapa variabel independen dari sampel yang kecil. Sebagai tujuan prediksi, *Partial Least Square* (PLS) dimaksudkan untuk bermanfaat untuk mendapatkan nilai variabel tersembunyi. PLS adalah pendekatan atau metodologi statistik SEM berbasis variabel yang dapat secara bersamaan menguji model pengukuran dan model struktural. Penulis menggunakan analisis PLS karena penelitian ini menggunakan faktor mediasi. Peneliti menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0 sebagai sarana untuk pengelolaan data.

Berikut merupakan langkah-langkah penggunaan PLS untuk pengolahan data dalam penelitian ini:

### 1. Evaluasi model pengukuran (*outer model*)

Evaluasi model pengukuran atau outer model merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (*indicator*) dengan variabel lainnya. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas.

#### b. Uji validitas

1) *Convergent validity*, menurut Abdillah & Hartono (2016:195), validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. *Rule of thumb* yang digunakan untuk validitas konvergen adalah:

- *Outer Loading* > 0.7
- *Average Variance Extracted (AVE)* > 0.5 48

2) *Discriminant validity*, validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi (Abdillah & Hartono, 2016:71). Cara menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif adalah dengan melihat nilai *cross loading*. Nilai ini untuk setiap variabel harus lebih besar dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2015:74).

- c. Uji reliabilitas, dalam PLS-SEM selain pengujian validitas juga dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk (Ghozali & Latan, 2015:74). Mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability* dan *average variance extracted*. *Rule of Thumb* untuk menilai reliabilitas konstruk adalah nilai *Composite Reliability* harus lebih besar dari 0.70. Menurut Chin (2010) nilai *composite reliability* dikatakan reliabel jika memiliki nilai diatas  $> 0.7$ , untuk *cronbach's alpha* dikatakan baik jika memiliki nilai diatas  $> 0.7$ , dan untuk nilai *average variance extracted* dikatakan baik jika memiliki nilai  $> 0.5$ .

## 2. Evaluasi model struktural (*inner model*)

*Inner model* merupakan model struktural, berdasarkan nilai koefisien jalur, melihat seberapa besar pengaruh antar variabel laten dengan perhitungan *bootsraping*. Evaluasinya dilakukan dengan melihat kriteria nilai R-Square dan nilai signifikansi (Hamid & Anwar, 2019). Ada beberapa komponen item yang menjadi kriteria dalam penilaian model struktural (*inner model*) yaitu:

### a. R-Square

R-Square digunakan untuk mengukur proporsi variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R-Square 0.75, 0.50, dan 0.25 masing-masing mengindikasikan bahwa model kuat, moderate, dan lemah (Ghozali & Latan, 2015).

### b. F-Square

F-Square adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Nilai F-Square 0.02, 0.15, dan 0.35 masing-masing mengindikasikan bahwa model kecil/buruk, sedang dan besar/baik (Cohen, 1988).

c. *Collinearity Statistic* (VIF)

Pengujian kolinearitas adalah untuk membuktikan korelasi antar konstruk apakah kuat atau tidak. Jika terdapat korelasi yang kuat berarti model mengandung masalah. Masalah ini disebut dengan kolinearitas (*collinearity*). Nilai yang digunakan untuk menganalisisnya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria nilai VIF adalah jika nilai  $VIF > 5,00$  artinya ada masalah kolinearitas, sedangkan jika nilai  $VIF < 0,05$ , artinya tidak ada masalah kolinearitas.

d. *Direct effect*

Analisis *direct effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Menurut (Juliandi, 2018) terdapat kriteria dalam analisis *Direct Effect* yaitu:

1) Koefisien jalur (*Path Coefficient*):

- Jika nilai koefisien jalur (*path coefficient*) adalah positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap adalah searah, jika nilai suatu variabel eksogen meningkat/naik, maka nilai variabel endogen juga meningkat/naik;

- Jika nilai koefisien jalur (*path coefficient*) adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap adalah berlawanan arah, jika nilai suatu variabel eksogen meningkat/naik, maka nilai variabel endogen menurun.

2) Nilai Probabilitas/Signifikansi (P-Value):

- Jika nilai P-Values  $< 0,05$ , artinya signifikan;
- Jika nilai P-Values  $> 0,05$ , artinya tidak signifikan.

e. *Indirect Effect*

Analisis *indirect effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) yang diantarai/dimediasi oleh suatu variabel intervening (variabel mediator). Menurut (Juliandi, 2018) terdapat kriteria dalam analisis *Indirect Effect* yaitu:

- Jika nilai P-Values  $< 0,05$ , maka signifikan (pengaruhnya adalah tidak langsung), artinya variabel intervening “berperan” dalam mengantarai/memediasi hubungan suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen;
- Jika nilai P-Values  $> 0,05$ , maka tidak signifikan (pengaruhnya adalah langsung), artinya variabel intervening “tidak berperan” dalam mengantarai/memediasi hubungan suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen.

### 3.2.5.3 Ujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada koefisien jalur (*path coefficient*) dilakukan dengan melihat nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh antar variabel melalui prosedur *bootstrapping*. Pendekatan mempresentasikan non parametrik. Nilai signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *two tailed* (dua ekor atau dua arah) yaitu untuk meneliti arah kecenderungan dari karakteristik variabel yang diteliti. Hipotesis pengujian ini yaitu menggunakan tingkat keyakinan 95% maka  $\alpha = 5\%$  (0,05) dan nilai statistik yang digunakan adalah 1,45% sehingga kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah ketika nilai nilai t-statistik lebih besar dari pada nilai t-tabel ( $t \text{ statistik} > t \text{ tabel}$ ) maka bisa disebut signifikan. Dengan demikian kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis ketika  $t\text{-statistik} > 1,98$  dan nilai  $p\text{-values} < 0,05$ , yang dapat disimpulkan  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak serta signifikan. Adapun perumusan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) sebagai berikut:

1.  $H_0$  : nilai koefisien  $< 0$  ,  $t\text{-statistik} < 1,96$  , dan nilai  $P\text{-values} > 0,05$  tidak terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen.  
 $H_1$  : nilai koefisien  $> 0$  ,  $t\text{-statistik} > 1,96$  , dan nilai  $P\text{-values} < 0,05$  terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen.
2.  $H_0$  : nilai koefisien  $< 0$  ,  $t\text{-statistik} < 1,96$  , dan nilai  $P\text{-values} > 0,05$  tidak terdapat pengaruh positif harga terhadap minat beli ulang..  
 $H_1$  : nilai koefisien  $> 0$  ,  $t\text{-statistik} > 1,96$  , dan nilai  $P\text{-values} < 0,05$  terdapat pengaruh positif harga terhadap minat beli ulang.

3.  $H_0$  : nilai koefisien  $< 0$  , t-statistik  $< 1,96$  dan nilai P-values  $> 0,05$  tidak terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.  
 $H_1$  : nilai koefisien  $> 0$  , t-statistik  $> 1,96$  , dan nilai P-values  $< 0,05$  terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
4.  $H_0$  : nilai koefisien  $< 0$  , t-statistik  $< 1,96$  dan nilai P-values  $> 0,05$  tidak terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap minat beli ulang.  
 $H_1$  : nilai koefisien  $> 0$  , t-statistik  $> 1,96$  , dan nilai P-values  $< 0,05$  terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap minat beli ulang.
5.  $H_0$  : nilai koefisien  $< 0$  , t-statistik  $< 1,96$  dan nilai P-values  $> 0,05$  tidak terdapat pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan konsumen.  
 $H_1$  : nilai koefisien  $> 0$  , t-statistik  $> 1,96$  , dan nilai P-values  $< 0,05$  terdapat pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan konsumen.
6.  $H_0$  : nilai koefisien  $< 0$  , t-statistik  $< 1,96$  , dan nilai P-values  $> 0,05$  tidak terdapat pengaruh positif lokasi terhadap minat beli ulang.  
 $H_1$  : nilai koefisien  $> 0$  , t-statistik  $> 1,96$  , dan nilai P-values  $< 0,05$  terdapat pengaruh positif lokasi terhadap minat beli ulang.
7.  $H_0$  : nilai koefisien  $< 0$  , t-statistik  $< 1,96$  dan nilai P-values  $> 0,05$  tidak terdapat pengaruh positif kebijakan publik terhadap kepuasan konsumen.  
 $H_1$  : nilai koefisien  $> 0$  , t-statistik  $> 1,96$  , dan nilai P-values  $< 0,05$  terdapat pengaruh positif kebijakan publik terhadap kepuasan konsumen.
8.  $H_0$  : nilai koefisien  $< 0$  , t-statistik  $< 1,96$  , dan nilai P-values  $> 0,05$  tidak terdapat pengaruh positif kebijakan publik terhadap minat beli ulang.

$H_1$  : nilai koefisien  $> 0$  , t-statistik  $> 1,96$  , dan nilai P-values  $< 0,05$  terdapat pengaruh positif kebijakan publik terhadap minat beli ulang.

9.  $H_0$  : nilai koefisien  $< 0$  , t-statistik  $< 1,96$  , dan nilai P-values  $> 0,05$  tidak terdapat pengaruh positif kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang.

$H_1$  : nilai koefisien  $> 0$  , t-statistik  $> 1,96$  , dan nilai P-values  $< 0,05$  terdapat pengaruh positif kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang.