

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶² Jenis rumusan masalah yang digunakan adalah rumusan masalah asosiatif. Rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶³ Penelitian ini menggunakan hubungan kausal yang berarti adanya hubungan sebab akibat atau adanya variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi.⁶⁴

Metode penelitian ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independent yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan sertifikasi halal terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan melalui variabel intervening yaitu kepuasan pelanggan.

⁶² Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*, 19th ed. (Bandung: ALFABETA, 2013).

⁶³ Ibid., hlm 36

⁶⁴ Ibid., hlm 37

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik keimpulannya.⁶⁵ Berdasarkan hubungan kausal pada penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang digunakan diantaranya:

1. Variabel Independen

- a. Kualitas produk (X_1) sebagai variabel independen yang menyebabkan adanya perubahan pada variabel dependen.
- b. Kualitas Pelayanan (X_2) sebagai variabel independen yang menyebabkan adanya perubahan pada variabel dependen.
- c. Sertifikasi Halal (X_3) sebagai variabel independen yang menyebabkan adanya perubahan pada variabel dependen.

2. Variabel Intervening

Kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel intervening.

3. Variabel Dependen

Loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Tabel 3.1 Operasional Variabel Independen dan Dependen

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk	Kualitas produk (<i>product quality</i>)	Kinerja	<i>Likert</i>
			Fitur	<i>Likert</i>

⁶⁵ Ibid., hlm 38

		didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang dan jasa	Kesesuaian dengan spesifikasi	<i>Likert</i>
			Daya tahan	<i>Likert</i>
2	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	<i>Likert</i>
			Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<i>Likert</i>
			Jaminan (<i>Assurance</i>)	<i>Likert</i>
			Empati (<i>Emphaty</i>)	<i>Likert</i>
			Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	<i>Likert</i>
3	Sertifikasi Halal	Sertifikasi halal merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melalui beberapa tahap yang bertujuan untuk membuktikan bahwa proses produksi, bahan-bahan serta Sistem Jaminan Halal (SJH) telah memenuhi standar LPPOM MUI.	Integritas (Kejujuran)	<i>Likert</i>
			Keunggulan	<i>Likert</i>

4	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan dengan membeli atau mengkonsumsi suatu produk.	Harapan	<i>Likert</i>
			Kinerja	<i>Likert</i>
			Perbandingan	<i>Likert</i>
			Pengalaman	<i>Likert</i>
			Konfirmasi dan Dikonfirmasi	<i>Likert</i>
5	Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan adalah Komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan produk atau layanan tertentu di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran dapat menyebabkan perilaku beralih	Melakukan pembelian secara teratur	<i>Likert</i>
			Melakukan pembelian pada semua produk atau jasa	<i>Likert</i>
			Merekomendasikan kepada orang lain	<i>Likert</i>
			Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	<i>Likert</i>

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya.⁶⁶ Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen Cigor Mang AL. Jumlah populasi ini tidak diketahui karena tidak tersedia data spesifik mengenai jumlah konsumen dari Cigor Mang AL.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.⁶⁷ Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan metode pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Purposive Sampling merupakan Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Cigor Mang AL. Jumlah populasi ini tidak diketahui karena tidak tersedia data yang spesifik mengenai jumlah konsumen dari Cigor Mang AL.

Besarnya sampel yang diambil dalam penelitian ini dihitung berdasarkan rumus Hair, menyatakan bila metode yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*), maka rumus yang digunakan:⁶⁸

$$N = 10 \times \text{variabel operasional penelitian}$$

Dalam penelitian ini terdapat indikator sebanyak 20 item. Merujuk pada rumus diatas, maka ukuran sampel pada penelitian ini yaitu 10 x 20

⁶⁶ Ibid., hlm 80

⁶⁷ Ibid., hlm 81

⁶⁸ Dahlia Amelia et al., *Metode Penelitian Kuantitatif*, 1st ed. (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023).

atau sebesar 200 sampel, sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini hanya 200 orang sebagai responden pada konsumen Cigor Mang AL.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data jika dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, bisa dilakukan dengan beberapa cara diantaranya *interview* (wawancara), kuisisioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya.⁶⁹ Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan kuisisioner secara online melalui *Google Form* kepada konsumen Cigor Mang AL dalam artian responden telah pernah membeli produk dari Cigor Mang AL.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, yang dimana secara spesifik fenomena tersebut disebut dengan variabel penelitian.⁷⁰ Skala pengukuran dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala *likert*. Skala ini banyak digunakan karena memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pernyataan.⁷¹ Berikut merupakan indikator-indikator yang digunakan dalam menyusun item

⁶⁹ Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D.*, hlm 137

⁷⁰ Ibid., hlm 102

⁷¹ Bilson Simamora, *Analisis Multivariat Pemasaran* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Multivariat_Pemasaran/MTrrAB756b8C?hl=id&gbpv=1&dq=skala+likert&pg=PA23&printsec=frontcover.

instrument penelitian baik berupa pertanyaan maupun pernyataan yang dibutuhkan dalam penelitian ini:

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item pernyataan	No item
Kualitas Produk (X_1)	Kinerja	1. Cigor Mang AL menyajikan produk dengan cita rasa yang konsisten 2. Cigor Mang AL memiliki cita rasa yang khas	1,2
	Fitur	1. Produk Cigor Mang AL memiliki beberapa varian rasa 2. Produk Cigor Mang AL tersedia dalam beberapa ukuran porsi sesuai yang diinginkan	3,4
	Kesesuaian dengan spesifikasi	1. Produk Cigor Mang AL memiliki tekstur dan kualitas yang sesuai dengan yang dijanjikan 2. Cigor Mang AL memiliki rasa yang sesuai dengan deskripsi yang ditawarkan	5,6
	Daya tahan	1. Produk yang disajikan Cigor Mang AL sangat higienis dan tidak mudah basi 2. Produk Cigor Mang AL memiliki rasa yang sama setelah beberapa waktu setelah pembelian	7,8

Kualitas Pelayanan (X ₂)	Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Karyawan melayani setiap pelanggan dengan teliti 2. Karyawan Cigor Mang AL selalu konsisten ketika pelanggan membutuhkan layanan	9,10
	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	1. Karyawan Cigor Mang AL merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan 2. Karyawan Cigor Mang AL selalu responsif dalam melakukan pelayanan	11,12
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	1. Cigor Mang AL memberikan jaminan tepat waktu dalam melakukan pelayanan 2. Cigor Mang AL memberikan kepastian bahwa produk yang dijual diproses secara higienis dan sehat	13,14
	Empati (<i>Emphaty</i>)	1. Karyawan melayani setiap pelanggan dengan sopan santun dan ramah tamah 2. Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	15,16
	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	1. Cigor Mang AL memiliki fasilitas yang cukup bersih, aman dan nyaman. 2. Karyawan Cigor Mang AL berpenampilan bersih dan rapi	17,18

Sertifikasi Halal (X ₃)	Integritas (Kejujuran)	1. Produk Cigor Mang AL tidak mengandung zat haram 2. Produk Cigor Mang AL tidak berbahaya untuk dikonsumsi	19,20
	Keunggulan	1. Cigor Mang AL memiliki nilai tambah dengan adanya sertifikasi halal 2. Cigor Mang AL memiliki sertifikasi halal yang sah dan terpercaya	21,22
Kepuasan Pelanggan (Z)	Harapan	1. Kualitas produk Cigor Mang AL yang saya beli sudah sesuai dengan harapan saya 2. Harga produk Cigor Mang AL yang saya beli sudah sesuai dengan harapan saya	23,24
	Kinerja	1. Pada saat membeli produk Cigor Mang AL pelayanan yang diberikan sangat cepat 2. Pada saat membeli produk Cigor Mang AL pelayanan yang diberikan tanggap	25,26
	Perbandingan	1. Produk Cigor Mang AL yang saya terima lebih memuaskan dibandingkan dengan produk sejenis dari tempat lain 2. Saya sangat puas dengan promosi dan informasi produk Cigor Mang AL yang diberikan dibanding produk lain	27,28

	Pengalaman	1. Saya sangat puas dengan kualitas produk yang saya beli 2. Saya merasa inovasi produk Cigor Mang AL yang dilakukan perusahaan sangat baik	29,30
	Konfirmasi dan Dikonfirmasi	1. Saya selalu menerima konfirmasi yang jelas setelah melakukan pemesanan 2. Saya merasa tenang karena perusahaan selalu memastikan ulang detail pesanan sebelum diproses	31,32
Loyalitas Pelanggan (Y)	Melakukan pembelian secara ulang	1. Saya sering membeli Cigor Mang AL secara berulang 2. Saya akan terus membeli produk di masa mendatang	33,34
	Melakukan pembelian pada semua produk atau jasa	1. Saya sering membeli lebih dari satu jenis produk dari Cigor Mang AL 2. Saya tertarik untuk mencoba semua produk yang ditawarkan di Cigor Mang AL	35,36
	Merekomendasikan kepada orang lain	1. Saya mengajak orang lain untuk mencoba produk Cigor Mang AL 2. Saya merekomendasikan Cigor Mang AL jika ada orang yang ingin membeli produk sejenis.	37,38
	Menunjukkan kekebalan dari daya	1. Saya selalu menyukai produk Cigor Mang AL	39,40

	tarik produk sejenis dari pesaing	2. Saya akan tetap mengkonsumsi produk Cigor Mang AL	
--	-----------------------------------	--	--

Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument baik itu berupa pertanyaan ataupun pernyataan.⁷² Adapun pemberian alternatif skor diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Kriteria Pemberian Skor

Kriteria Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan persamaan permodelan *structural equation modeling* (SEM). SEM merupakan metode statistic multivariate yang dapat digunakan untuk

⁷² Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. hlm. 93

menyelesaikan model hubungan (kausalitas) antara variabel secara menyeluruh (komprehensif), kompleks dan berbentuk sistem.⁷³

a. *Partial Least Square (PLS)*

PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis yang powerfull karena tidak didasarkan atas banyak asumsi atau syarat, seperti uji normalitas dan multikolinearitas. Keunggulan dari metode PLS ini adalah data tidak harus berdistribusi normal multivariate, dan bahkan indikator dengan skala data kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat digunakan. Keunggulan lainnya adalah ukuran sampel tidak harus besar.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS yang disebut juga teknik *prediction-oriented*. Pendekatan SEM-PLS secara khusus berguna untuk memprediksi variabel dependen dengan melibatkan banyak variabel independen.

b. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau lebih dikenal dengan istilah outer model merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk (indikator) dengan variabel laten-nya. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan reliabilitas.

⁷³ Muhammad Yusuf et al., *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2020).

1) Uji Reliabilitas Indikator

Uji ini dilakukan untuk menilai apakah indikator pengukuran variabel laten reliabel atau tidak, yaitu dengan mengevaluasi atau melihat nilai outer loading tiap indikator. Nilai outer loading harus $> 0,7$ yang menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya.

2) Uji *Internal Consistency Reliability*

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latennya. Indikator penilaian *Internal Consistency Reliability* adalah nilai *composite reliability* 0,6-0,7 dianggap memiliki reliabilitas yang baik, dan *Cronbach's alpha* yang diharapkan adalah $> 0,7$.

3) Uji Validitas Konvergen

Uji validitas ini ditentukan berdasarkan prinsip bahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Validitas konvergen sebuah konstruk dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai AVE seharusnya sama dengan 0,5 atau lebih.

4) Uji Validitas Diskriminan

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukuran yang baik bagi konstruknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus

berkorelasi tinggi setiap konstruknya. Pengukuran-pengukuran konstruk yang berbeda, maka seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Dalam aplikasi Smart PLS atau sejenisnya, uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan nilai *Cross Loading*, Farnell-Larcker Criterion, dan Heterotrait-Monotrait (HTMT).

- a) Nilai *Cross Loading* masing-masing konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah lebih besar dari 0,7.
- b) Fornell-Larcker Criterion merupakan metode lain untuk menilai validitas diskriminan, disebut sebagai metode tradisional yang telah digunakan lebih dari 30 tahun, yang membandingkan nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

c. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural atau sering disebut dengan inner model adalah mengevaluasi (mengecek) adanya kolinearitas antar konstruk

dan kemampuan prediktif model. Guna mengukur kemampuan prediksi model, maka digunakan kriteria sebagai berikut:⁷⁴

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R^2) diharapkan antara 0 dan 1. Nilai $R^2 = 0,75$ (model kuat), $R^2 = 0,50$ (model moderat), dan $R^2 = 0,25$ (model lemah). Sedangkan Chin memberikan kriteria nilai $R^2 = 0,67$ (model kuat), $R^2 = 0,33$ (model moderat), dan $R^2 = 0,19$ (model lemah).

2) *Effect Size* (f^2)

Effect Size (f^2) digunakan untuk menilai apakah ada atau tidak hubungan yang signifikan antar variabel. Seorang peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan *effect size* (f-square). Nilai (f^2) = 0,02 (kecil), $f^2 = 0,15$ (sedang), dan $f^2 = 0,35$ (besar) serta nilai $f^2 < 0,02$ dapat diabaikan atau dianggap tidak ada efek.

3) *Path Coefficients* (Koefisien Jalur)

Path Coefficients atau koefisien jalur bertujuan untuk melihat signifikan, kekuatan hubungan, dan untuk menguji hipotesis. Nilai path coefficients berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin

⁷⁴ Ibid. hlm 76-77

kuat. Hubungan yang makin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis (Resampling Bootstrapping), prosedur bootstrapping menghasilkan nilai t-statistik untuk setiap jalur hubungan yang digunakan untuk menguji hipotesis.

a. Uji Hipotesis 1-7

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat pada koefisien jalur yang ada dengan membandingkan antara t-hitung dan t-tabel dan nilai probabilitas 0,05 dengan nilai p-values menggunakan dasar keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung $\leq$ t tabel dan probabilitas $0,05 \leq$ p-values, maka keputusannya H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan probabilitas $0,05 >$ p-values, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Hipotesis 8-10

Hipotesis 8 sampai dengan 10 diterima atau tidaknya dapat dilihat melalui kriteria berikut: apabila diperoleh p-value $\leq 0,05$ (alpha 5%), maka dapat dikatakan signifikan.

G. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tahun akademik 2024/2025 yaitu dimulai dari minggu keempat bulan oktober sampai dengan alokasi waktu sebagai berikut:

Tabel 3.4 Waktu Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Periode						
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
		2025	2025	2025	2025	2025	2025	2025
1.	Penyusunan Usulan Penelitian							
2.	Seminar Usulan Penelitian							
3.	Pelaksanaan Penelitian a. Pengumpulan data b. Pengolahan data							
4.	Pelaporan a. Penyusunan Laporan b. Laporan hasil penelitian							
5.	Seminar Hasil Penelitian							
6.	Sidang Skripsi							

2. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian kepada konsumen Cigor Mang AL di Jl. Petir, Cikalang, Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya.