

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan upaya untuk menyelidiki dan menggali suatu permasalahan dengan menggunakan metode ilmiah secara cermat dan teliti. Tujuan utamanya adalah meraih, mengolah, menganalisis data, dan mencapai kesimpulan secara sistematis dan obyektif.⁹⁶ Metode yang dilakukan penulis yaitu metode penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif dapat di definisikan sebagai suatu jenis penelitian yang bersifat sistematis dan terstruktur dengan tahapan yang jelas, bertujuan untuk menjelaskan atau menggambarkan suatu fenomena yang ada.⁹⁷ Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software smartPLS. *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan salah satu metode yang bertujuan menguji dan menganalisis hubungan kausal antara variabel independen dan dependen, sekaligus memeriksa validitas dan reabilitas instrumen penelitian secara keseluruhan.⁹⁸

⁹⁶ Tamaulina Br Sembiring et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)* (Karawang: CV Saba Jaya Publisher, 2024). Hlm. 1.

⁹⁷ Ahmad Fauzi et al., *Metodologi Penelitian* (Jakarta, 2022). Hlm 28.

⁹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2009). Hlm. 13.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun kegunaan variabel penelitian diantaranya untuk mempersiapkan alat dan metode pengumpulan data, mempersiapkan metode analisis/pengolahan data, dan pengujian hipotesis.⁹⁹

Operasional variabel adalah menguraikan variabel secara operasional menurut peneliti dengan mengacu pada pendapat para ahli disertai indikator-indikator variabel termasuk skala pengukuran. Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka terdapat 3 variabel independen, 1 variabel dependen, dan 1 variabel intervening.

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁰⁰ Dinamakan sebagai variabel bebas karena bebas dalam mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yaitu:

⁹⁹ Sembiring et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik) ...*, Hlm. 57.

¹⁰⁰ Amruddin et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Fatma Sukmawati (Sukaharjo: Penerbit Pradina Pustaka, 2022). Hlm. 60.

a. Inovasi Produk (X1)

Inovasi adalah proses mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan yang dulu, dengan cara produksi atau dengan membuatnya menjadi nyata, dimana inovasi termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. Dimana penggunaan metode baru dan berbeda serta teknologi untuk meningkatkan kualitas biaya atau lebih rendah, untuk memenuhi atau melampaui target perusahaan.

Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam tabel berikut:¹⁰¹

Tabel 3.1

Operasional Variabel Inovasi Produk (X1)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Inovasi Produk (X1)	Fitur Produk	1. Produk memiliki ciri khas/bentuk yang unik 2. Produk berbeda dengan produk pesaing	<i>Likert</i>
	Desain dan Rancangan	3. Desain mengikuti perkembangan zaman	<i>Likert</i>

¹⁰¹ Masitoh, I. (2020) “Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Jual Terhadap Minat Beli Di Perusahaan Kelom Geulis Karima Key Tasikmalaya” (Universitas Siliwangi), <http://repositori.unsil.ac.id/4429/8/13>. BAB III.pdf.

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	Produk	<i>(up to date)</i> 4. Estetika	<i>Likert</i>
	Kualitas Produk	5. Daya tahan produk 6. Bahan baku	

b. Citra Merek (X2)

Citra merek merupakan pemaknaan kembali dari segenap persepsi terhadap merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman konsumen maupun pelanggan di masa lalu terhadap merek.

Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam tabel berikut:¹⁰²

Tabel 3.2

Operasional Variabel Citra Merek (X2)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Citra Merek (X2)	<i>Corporate Image</i> (Citra Pembuat)	1. Citra perusahaan positif 2. Merek terkenal	<i>Likert</i>
	<i>User Image</i>	3. Merek dapat	<i>Likert</i>

¹⁰² Muhammad Ilham Juniana, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Influencer Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop Di Jawa Barat)” (Universitas Siliwangi, 2023), <http://repository.unsil.ac.id/9470/10/11>. BAB 3.pdf.

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	(Citra Pengguna)	menggambarkan status sosial 4. Merek menjadi ciri <i>lifestyle</i> konsumen	<i>Likert</i>
	<i>Product Image</i> (Citra Produk)	5. Merek menggambarkan kualitas produk 6. Merek memberikan jaminan atau garansi	

c. Label Halal (X3)

Label halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud bestatus produk halal. Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam tabel berikut:¹⁰³

¹⁰³ Muhammad, F.(2023). Skripsi: “Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Kemasan Di Kelurahan Argasari Kota Tasikmalaya” (Tasikmalaya: Universitas Siliwangi).

Tabel 3.3***Operasional Variabel Label Halal (X3)***

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Label Halal (X3)	Gambar	1. Memperhatikan gambar label halal sebelum membeli	<i>Likert</i>
	Tulisan	2. Tulisan “Halal” pada label halal terbaca dengan jelas	<i>Likert</i>
	Kombinasi gambar dan tulisan	3. Label halal menjadi pertimbangan untuk memilih suatu produk	<i>Likert</i>
	Menempel pada kemasan	4. Mengetahui letak label halal pada produk	<i>Likert</i>

2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Disebut variabel terikat karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas/variabel independen.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Ibid.

Variabel yang digunakan oleh penulis adalah keunggulan bersaing (Y). Keunggulan bersaing merupakan posisi unik yang dikembangkan perusahaan dalam menghadapi para pesaing, dan mungkin perusahaan dapat mengungguli mereka secara konsisten. Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam tabel berikut:¹⁰⁵

Tabel 3.4

Operasional Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunikan Produk	1. Produk memiliki image eksklusif 2. Produk memiliki ciri khas tersendiri (bentuk/corak/motif)	<i>Likert</i>
	Harga Bersaing	3. Penetapan harga berdasarkan kualitas produk 4. Harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat	<i>Likert</i>

¹⁰⁵ Muzakki, M. (2020). Skripsi: “Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dimediasi Oleh Inovasi Produk.” (Malang: Universitas Islam Negeri), Hal. 67-68.

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		yang diterima konsumen	<i>Likert</i>
	Tidak Mudah Ditiru	5. Produk yang dibuat sulit untuk ditiru (identik) oleh pesaing 6. Memiliki rancangan yang lebih baik dibandingkan produk pesaing	

3. Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak secara langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat.¹⁰⁶

Variabel intervening yang digunakan oleh penulis adalah Kepuasan Pelanggan (Z). Kepuasan pelanggan merupakan respon yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil)

¹⁰⁶ Ibid. Hlm. 61.

dengan harapan yang diinginkan. Adapun operasional variabel dan juga pengukuran variabel ini penulis jabarkan dalam tabel berikut:¹⁰⁷

Tabel 3.5

Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Z)	Kesesuaian Harapan	1. Produk/jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan 2. Pelayanan oleh karyawan diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan 3. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan	<i>Likert</i>
	Minat Membeli Kembali	4. Berminat untuk membeli kembali karena pelayanan yang	<i>Likert</i>

¹⁰⁷ Rina Sri Dewi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Suracojaya Abadi Motor Cabang Batua Raya Makassar” (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019). Hal. 33-34.

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		diberikan oleh karyawan memuaskan 5. Berminat membeli kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk/jasa	<i>Likert</i>
	Kesediaan Merekomendasikan	6. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk/jasa karena pelayanan yang memuaskan 7. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk/jasa karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai 8. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk/jasa	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
		karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk/jasa	

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada kelompok elemen atau kasus, seperti individu, objek, kejadian, atau peristiwa, yang memenuhi kriteria tertentu dan menjadi pasar untuk hasil penelitian. Populasi ini juga dikenal sebagai populasi target atau semesta.¹⁰⁸ Populasi dari penelitian ini adalah konsumen kopi kenangan Tasikmalaya. Ukuran populasi pada penelitian ini tidak dapat dipastikan secara *definitive* jumlahnya karena tidak ada sumber data yang pasti.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk diamati, dimana ukuran sampelnya lebih kecil daripada populasi dan berperan sebagai representasi dari keseluruhan populasi. Sampel terdiri dari bagian yang dapat dijangkau

¹⁰⁸ Sembiring et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*. op.cit. Hlm. 200.

dari populasi dan dapat digunakan sebagai subjek penelitian melalui proses *sampling*.¹⁰⁹

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan jenis *accident sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan kebetulan ditemukan pada saat itu juga¹¹⁰. Pedoman yang dapat memungkinkan untuk digunakan dalam menentukan besarnya sampel dalam teknik analisis SEM, yaitu:

1. Besarnya sampel yang disarankan apabila perkiraan dari parameter menggunakan metode *maximum likelihood estimation* atau yang pada umumnya disebut metode probabilitas maksimum, yaitu antara 100 hingga 200, dengan adanya jumlah minimum sampel yaitu sebesar 50.
2. Memiliki jumlah sampel sebanyak 5 hingga 10 kali dari jumlah parameter yang telah ada di dalam model tersebut.
3. Memiliki jumlah sampel 5 hingga 10 kali dari jumlah indikator yang ada dari seluruh variabel tersembunyi atau variabel laten.

Dari hasil penjelasan diatas, guna menentukan jumlah sampel dari penelitian, peneliti menggunakan rumus dimana indikator yang ada kemudian dikalikan 5. Berdasarkan indikator yang telah ada maka

¹⁰⁹ Sembiring et al. *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)...*, Hlm.200.

¹¹⁰ Rahmi Ramdhani & Nuraini Sri Bina. *Statistika Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: KENCANA, 2021), hlm. 169.

peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut: 5×31 (jumlah indikator pertanyaan dalam kuisisioner) = 155 sampel. Hasil dari perhitungan sampel telah diperoleh angka 155 untuk jumlah sampel minimum.

Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Kopi Kenangan di Tasikmalaya yang terdiri dari 3 outlet. Kriteria responden yaitu pernah membeli Kopi Kenangan di Tasikmalaya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan krusial dalam kegiatan penelitian, di mana nilai variabel penelitian diukur.¹¹¹ Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh penulis untuk mengungkapkan atau menjangkau informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam peneliti adalah :

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan teknik pengumpulan data yang melibatkan dialog antara pewawancara dan responden, baik secara langsung tatap muka maupun melalui media tertentu.¹¹² Metode ini digunakan untuk studi pendahuluan, dan yang menjadi pemberi informasi bagi penulis adalah *Store Manager* Kopi Kenangan Tasikmalaya. Wawancara dilakukan pada hari Rabu,

¹¹¹ Sembiring et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*..., Hlm. 164.

¹¹² Sembiring et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*..., Hlm. 193.

14 Agustus 2024 di Ruko Martadinata Jl. R.E. Martadinata No. 14, Panglayungan, Kec. Cipedes, Kab. Tasikmalaya.

2. Kuisisioner (Angket)

Angket merupakan kumpulan pertanyaan yang disampaikan kepada individu dengan tujuan agar mereka bersedia memberikan tanggapan sesuai dengan kebutuhan pengguna.¹¹³ Dalam penelitian ini, kuisisioner akan disebarakan kepada responden dengan menggunakan *google form* kemudian diisi oleh responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Kenangan di Tasikmalaya. Pengumpulan data dilakukan oleh penulis pada 3 outlet Kopi Kenangan di Tasikmalaya.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam metode pengambilan data oleh peneliti untuk menganalisa hasil penelitian yang dilakukan pada langkah penelitian selanjutnya.¹¹⁴ Adapun alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner disusun dalam bentuk angket yang akan disebarakan kepada konsumen Kopi Kenangan di Tasikmalaya. Skala pengukuran yang digunakan oleh penulis yaitu skala *Likert*. Skala *likert* adalah skala yang didasarkan pada

¹¹³ Sembiring et al. *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*..., Hlm. 190.

¹¹⁴ Dhian Tyas Untari, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis* (Purwokerto: Pena Persada, 2018). Hlm. 76.

sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.¹¹⁵

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan.¹¹⁶ Untuk memudahkan penyusunan instrumen, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen. Jawaban pada setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai bentuk pernyataan berkonotasi SS, S, KS, TS, STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1. Adapun lebih jelasnya berikut matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.6

Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Sub Variabel	No Instrumen	Jumlah
Inovasi produk (X1)	Fitur Produk	1,2	2
	Desain dan Rancangan Produk	3,4	2
	Kualitas Produk	5,6	2

¹¹⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013). Hlm. 92.

¹¹⁶ Wiratna Sujawerni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Pustaka Baru Pers, 2020). Hlm. 114.

Variabel	Sub Variabel	No Instrumen	Jumlah
Citra Merek (X2)	<i>Corporate Image</i> (Citra pembuat)	7,8	2
	<i>User Image</i> (Citra Pemakai)	9,10	2
	<i>Product Image</i> (Citra produk)	11,12	2
Label Halal (X3)	Gambar	13	1
	Tulisan	14	1
	Kombinasi Gambar & Tulisan	15	1
	Menempel Pada Kemasan	16	1
Keunggulan bersaing (Y)	Keunikan Produk	17,18	2
	Harga Bersaing	19,20	2
	Tidak Mudah Ditiru	21,22	2
Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian Harapan	23,24,25	3

Variabel	Sub Variabel	No Instrumen	Jumlah
(Z)	Minat Membeli Kembali	26,27,28	3
	Kesediaan Merekomendasikan	29,30,31	3

Penilaian jawaban dan setiap instrumen dalam angket untuk pernyataan positif dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.7

Skala Likert

Nilai	Kriteria Jawaban Variabel (X1, X2, X3)	Kriteria Jawaban Variabel (Y)
5	Sangat setuju dan sangat baik	Sangat setuju dan sangat baik
4	Setuju dan baik	Setuju dan baik
3	Ragu-ragu dan cukup baik	Ragu-ragu dan cukup baik
2	Tidak setuju dan kurang baik	Tidak setuju dan kurang baik
1	Sangat tidak setuju dan tidak baik	Sangat tidak setuju dan tidak baik

Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi, instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.¹¹⁷

F. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.¹¹⁸ Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian kuantitatif adalah statiktik. Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)*. Metode pengolahan data yang digunakan adalah persamaan permodelan *Structural Equation Modeling (SEM)*. SEM adalah sebuah model statistik yang memberikan perkiraan perhitungan dari kekuatan hubungan hipotesis diantara variabel dalam sebuah model teoritik, baik langsung atau melalui variabel antara (*intervening or moderating*). SEM adalah model yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian atau *network* model yang lebih rumit.¹¹⁹ *Software* yang digunakan oleh penulis adalah *SmartPLS* versi 4. Berikut adalah langkah-langkah teknik analisis data pada SEM PLS:

¹¹⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*..., Hlm. 121-122.

¹¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2006). Hlm. 169.

¹¹⁹ Siswoyo Haryono, *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS* (Yogyakarta: PT Intermedia Personalia Utama, 2016). Hlm. 9.

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau lazim pula dikenal dengan istilah *outer model* merupakan evaluasi pengujian hubungan antara variabel konstruk dengan variabel laten-nya. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan pendekatan uji validitas dan realibilitas.¹²⁰

1) Uji Reabilitas Indikator

Uji reabilitas indikator bertujuan untuk menilai apakah indikator pengukuran variabel laten reliabel atau tidak, yakni dengan mengevaluasi atau melihat nilai *outer loading* pada setiap indikator. Nilai *outer loading* harus $> 0,7$ yang menunjukkan bahwa konstruk (indikator) dapat menjelaskan lebih dari 50% varian indikatornya.

2) Uji *Internal Consistency Reliability*

Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk laten-nya. Indikator penilaian *Internal Consistency Reliability* adalah nilai *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*. 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 dari prinsip sbahwa pengukur-pengukur dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi

¹²⁰ Syahrir, dkk, *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan* (Bogor: PT Penerbit IPBS Press, 2020). Hlm. 75.

tinggi. Validitas konvergen sebuah konstruk dengan indikator reflektif dievaluasi dengan *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE seharusnya sama dengan 0,5 atau lebih. Nilai $AVE \geq 0,5$ artinya konstruk tersebut dapat menjelaskan 50% atau lebih varian itemnya.

4) Uji Validitas Diskriminan

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukuran yang baik bagi konstruknya berdasarkan pada prinsip bahwa setiap indikator harus berkolerasi tinggi terhadap konstruknya. Pengukuran-pengukuran konstruk yang berbeda maka seharusnya tidak berkolerasi tinggi. Dengan aplikasi *SmartPLS* atau sejenisnya, uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan nilai *cross loading*, *Farmell-Larcker Criterion*, dan *Heterotrait-Monotrait (HTMT)*.

- a. Nilai *Cross Loading* masing-masing konstruk dievaluasi untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Nilai *cross loading* yang diharapkan adalah $\geq 0,7$.
- b. *Farnell-Larcker Criterion* merupakan metode lain untuk menilai validitas diskriminan, sebuah metode tradisional yang telah digunakan lebih dari 30 tahun, yang membandingkan nilai akar kuadrat atau *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 dengan konstruk lainnya dalam model, maka model tersebut dikatakan memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

2. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural atau lazim juga dikenal dengan *inner model* merupakan mengevaluasi adanya kolineraritas antar konstruk dan kemampuan prediktif mode. Guna mengukur kemampuan prediksi model, maka digunakan kriteria sebagai berikut:¹²¹

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh knstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R^2) diharapkan antara 0 dan 1. Nilai $R^2 = 0,75$ (model kuat), $R^2 = 0,50$ (model moderat), $R^2 = 0,25$ (model lemah). Sedangkan menurut Chin (1998) memberikan kriteria nilai $R^2 = 0,67$ (model kuat), $R^2 = 0,33$ (model moderat), $R^2 = 0,19$ (model lemah).

2) *Effect Size* (f^2)

Effect Size (f^2) bertujuan untuk menilai apakah ada/tidak hubungan yang signifikan antar variabel. Menurut Cohen (1988) *Effect Size* (f^2) yang disarankan adalah 0,002, 0,15, dan 0,35

¹²¹ Ibid. Hlm. 76-77.

dengan variabel laten eksogen memiliki pengaruh kecil, moderat, dan besar pada level struktural.¹²²

3) *Path Coefficients* atau Koefisien Jalur

Path Coefficients atau koefisien jalur bertujuan untuk melihat signifikansi dan kekuatan hubungan serta untuk menguji hipotesis. Nilai *path coefficients* berkisar antara -1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, maka hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang semakin mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis (*Resampling Bootsrapping*), prosedur *bootstrapping* menghasilkan nilai t-statistik untuk setiap jalur hubungan yang digunakan untuk menguji hipotesis. Nilai t-statistik tersebut akan dibandingkan dengan nilai t-tabel. Nilai t-tabel dapat ditentukan berdasarkan tingkat kepercayaan 90%, 95%, atau 99%. Jika menggunakan tingkat kepercayaan 90%, maka presisi atau batas ketidakakuratan (α) = 10% atau 0,1. Kriteria penarikan kesimpulan adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai t-statistik $\leq$ nilai t-tabel maka H0 diterima dan H1 ditolak.
- b) Jikai nilai t-statistik $\geq$ nilai t-tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima.

¹²² Haryono, *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*.

G. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis melakukan penelitian di tiga cabang Kopi Kenangan di Tasikmalaya yaitu:

1) Kopi Kenangan Ruko Martadinata

Jl. R.E. Martadinata No. 14, Panglayungan, Kec. Cipedes, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46134.

2) Kopi Kenangan SPBU Pertamina 34.46106 Rancabango

Jl. Ir. H. Juanda No. KM 3, Panglayungan, Kec. Cipedes, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46134.

3) Kopi Kenangan Plaza Asia

Jl. HZ. Mustofa No.326, Tugujaya, Kec. Cihideung, Kab. Tasikmalaya, Jawa Barat 46126.

2. Jadwal Penelitian

Tabel 3.8

Jadwal Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Tahun 2024/2025				
		Agt	Sep	Okt	Nov	Des
1	Studi Pendahuluan					
2	Pengajuan					

No	Jadwal Kegiatan	Tahun 2024/2025				
		Agt	Sep	Okt	Nov	Des
	Judul Penelitian					
3	SK Skripsi					
4	Penyusunan Usulan Penelitian					
5	Seminar Usulan Penelitian					
6	Pengumpulan Data					
7	Olah Data					
8	Analisis Data					
9	Seminar Hasil					
10	Sidang Skripsi					