

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif. Menurut Ani et al., (2021) penelitian asosiatif secara khusus dirancang untuk mengidentifikasi dan menganalisis keterkaitan antara dua atau lebih konsep atau variabel yang berbeda. Jenis penelitian ini menurut pendekatan penelitian adalah menggunakan metode survey, dimana metode survey ini merupakan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. artinya penelitian yang digunakan data berupa angka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh *Price* (X_1) dan *Service quality* (X_2) terhadap *Repurchase intention* (Y) dengan kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel mediasi: Studi pada Solaria Plaza Andalas Kota Padang”.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Monica & Japariato, (2023) populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik yang sama. tujuannya adalah untuk menganalisis karakteristik ini secara mendalam. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Solaria Plaza Andalas di kota Padang 2024.

3.2.2 Sampel

Menurut Kasmir, (2022:182) sampel adalah Sebagian kecil dari keseluruhan kelompok yang kita teliti. Dalam konteks populasi yang luas, kendala sumber daya seperti anggaran, tenaga kerja, dan waktu penelitian menjadi pembatas untuk

melakukan observasi seluruhnya . Sebagai solusinya, peneliti memilih sebagian elemen dari populasi Sebagian sampel yang mewakili karakteristik keseluruhan populasi. Dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini diambil dengan rumus *Hair (role of thumb)* yaitu dengan mengalikan jumlah indikator variabel dengan ukuran sampel minimum 5-10 observasi untuk setiap parameter yang digunakan atau diestimasi (Kasmir 2022:192) berikut perhitungan sampel yang peneliti ambil :

$$N = \{5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}\}$$

$$= 10 \times 16 = 160$$

Jadi berdasarkan rumus diatas penelitian ini, yang menjadi sampel adalah sebanyak 160 responden. Peneliti menggunakan teknik yaitu *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bogie (2013:252) Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan dengan kriteria tertentu dengan yang relevan dengan variabel penelitian. Kriteria atau pertimbangan yang diterapkan terdapat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3. 1
Kriteria Sampel

No	Kriteria Sampel
1	Pelanggan Berusia 17 Ke atas
2	Konsumen Yang Pernah Melakukan Pembelian Di Solaria Plaza Andalas Kota Padang

Sumber: Sekaran dan Bougie

3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini Lokasi yang digunakan adalah Solaria Plaza Andalas, Jl. Pemuda no.8 lantai dasar, Olo, Kec Padang Barat. Kota Padang, Sumatera Barat 25117. Penelitian ini dimulai bulan Oktober-sampai selesai.

3.4 Variabel Penelitian

Menurut Susanto et al. (2024) variabel penelitian adalah aspek khusus yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari secara mendalam, peneliti berharap bisa mendapatkan data dan informasi yang berguna untuk menarik kesimpulan.

Variabel penelitian ini terdiri dari Pengaruh *Price* (X_1) dan *Service quality* (X_2) sebagai variabel bebas (independen) terhadap *Repurchase intention* (Y) sebagai variabel terikat (dependen) dengan kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel mediasi.

3.4.1 Variabel Dependen (Y)

Menurut Sekaran dan Bougie (2020:389) variabel dependen (Variabel terikat) Variabel Dependen variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel Dependen yang digunakan adalah *Repurchase intention* (Y).

3.4.2 Variabel Independen (X)

Variabel Independen (variabel bebas) adalah faktor yang mempengaruhi dan menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel terikat Menurut Sekaran dan Bougie (2020:392). variabel terikat adalah faktor yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Price* (X_1) dan *Service quality* (X_2).

3.4.3 Variabel Mediasi (Z)

Variabel Mediasi adalah variabel yang berada diantara diantara variabel bebas dan variabel terikat, dan berperan Sebagai jembatan yang menjelaskan mengapa dan bagaimana variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat (Sekaran dan Bougie,2019). pengaruh ini tidak dapat langsung diamati atau diukur

secara tidak langsung. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Z).

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Menurut Sialen (2018:18) data kuantitatif merupakan suatu strategi dalam penelitian dengan pengukuran yang dilakukan dengan mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner lalu diolah sehingga terbentuk angka-angka statistik. Jenis data yang digunakan dalam melakukan penelitian merupakan data kuantitatif dengan menggunakan kuesioner.

3.5.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber utama yaitu:

1. Data Primer

Menurut Arikunto dalam Jose Beno et al., (2022) data primer merupakan data yang diambil dan dikumpulkan oleh si peneliti dengan pertanyaan yang dipersiapkan nya dan diolah sendiri agar masalah penelitian dapat terjawab. Di dalam penelitian ini data prime didapat dari angket atau kuesioner berupa pertanyaan yang diajukan kepada responden yang merupakan konsumen Solaria Plaza Andalas Kota Padang

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Hardani (2020) adalah data yang dihimpun oleh pihak lain, lalu dikelola dan disebarkan untuk kepentingan tertentu, atau dapat dikatakan bahwa data sekunder merupakan data yang sudah tersedia. Data

sekunder dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan informasi dari jurnal, buku, artikel, serta skripsi penelitian sebelumnya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode adalah cara kerja atau langkah-langkah yang dilekukkan untuk mencapai hasil tertentu. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan datanya sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah cara kita mencari dan mempelajari berbagai. Buku, jurnal dan tulisan lain untuk mendapatkan informasi yang kita butuhkan dalam penelitian. Melalui studi pustaka, kita dapat memahami konsep-konsep dasar dan teori yang relavan, serta hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang kita teliti.

2. Kusioner

Menurut Prawiyogi et al., (2021) kuesioner adalah cara pengumpulan informasi dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada responden penelitian. Metode ini sering digunakan dalam penelitian sosial untuk mengetahui opini masyarakat mengenai isu. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui pertanyaan atau pernyataan mengenali *Price, service quality, Repurchase intention*, dan kepuasan pelanggan.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah penetapan sebuah makna pada variabel-variabel yang ada dalam penelitian agar dapat menyamakan makna yang beragam antara si peneliti dan pembacanya. Berikut ini definisi operasional dari variabel penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Menurut Suhardi (2023) variabel bebas adalah faktor yang mempengaruhi dan menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel terikat. variabel terikat adalah faktor yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Adapun variabel indenpenden yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) *Price* (X_1)

Menurut Kotler dan Amrstrong dalam (Widyartini & Purbawati, 2023) *Price* atau harga adalah nilai tukar yang ditetapkan untuk memperoleh manfaat dari sesuatu produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan uang. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran secara efektif.

2) *Service quality* (X_2)

Menurut Tjiptono dalam (Suryani Putri et al., n.d.) menjelaskan layanan sebagai suatu sistem yang terdiri atas dua komponen isensial. Pertama, operasi layanan yang bersifat laten dan tidak kasat mata bagi pelanggan. kedua penyampaian layanan yang bersifat manifest atau kasat mata bagi pelanggannya. Oleh karena itu untuk meningkatkan kualitas layanan, baik melalui pelatihan staf maupun pengembangan sistem pelayanan yang efisien, menjadi investasi penting bagi restoran dalam mempertahankan serta meningkatkan jumlah pelanggan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *Service quality* adalah faktor kunci dalam keberhasilan suatu bisnis. Ini bukan hanya tentang produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga tentang bagaimana produk atau jasa tersebut

disampaikan kepada pelanggan.maka ketika pelnggan mereka puas mereka cenderung royal dan merekomendasikan bisnis tersebut kepada orang lain.

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Santoso & Madiistriyatno, 2021). Adapun variabel yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

1) *Repurchase intention* (Y)

Menurut Putri & Sumartik (2024) *Repurchase intention* adalah minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Repurchase intention* adalah niat untuk membeli ulang produk menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan produk tersebut setelah menggunakannya. semakin besar kemungkinan mereka untuk membeli produk yang sama lagi.

3. Variabel Terikat (Z)

Menurut Sugiyono (2017) variabel mediasi adalah variabel yang berada diantara diantara variabel bebas dan variabel terikat, dan berperan Sebagai jembatan yang menjelaskan mengapa dan bagaimana variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat.

1) Kepuasan Pelanggan (Z)

Menurut Marwanto et al. (2022), kepuasan terbukti menjadi faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian ulang, di mana pelanggan yang puas lebih cenderung untuk kembali dan bahkan merekomendasikan restoran kepada

orang lain. Jadi dapat disimpulkan, bahwa menjaga kepuasan pelanggan adalah strategi utama untuk mendukung pertumbuhan bisnis dan daya saing.

Tabel 3. 2
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No .	Variabel	Indikator	Skala & Instrument Indikator	Sumber
1.	<i>Price (X1)</i>	1. Keterjangkauan harga, 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3. Kesesuaian harga dengan manfaat, 4. Serta kemampuan atau daya saing harga	1-2 3-4 5-6 7-8	Kotler & Armstrong dalam (Permatasari et al., 2022)
2.	<i>Service Quality (X2)</i>	1. <i>Tangibles</i> 2. <i>Reability</i> , 3. <i>Assurance</i> , 4. <i>Responsiveness</i> .	1-2 3-4 5-6 7-6	Menurut Priansa dalam (Monica & Japariato, 2023)
3.	<i>Repurchase intention (Y)</i>	1. <i>Sense of fulfilment</i> 2. <i>Feelings of pleasure</i> , 3. <i>Feeling of ambivalence</i>	1-2 3-4 5-6	Menurut Bitner dalam (Monica & Japariato, 2023)
4.	Kepuasan pelanggan (Z)	1. Promosi 2. Produk pelayanan karyawan 3. Lokasi 4. Fasilitas 5. Suasana	1-2 3-4 5-6 7-8 9-10 11-12	Menurut Irawan dalam (Khayath Farisanu et al., 2023)

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Dalam penelitian ini instrument menggunakan skala likert yaitu dengan mempunyai nilai atau pembobotan seperti dalam tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3. 3
Skor Jawaban Setiap Pernyataan

No	Pernyataan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sekaran & Bougie 2020

3.8 Metode Penelitian

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini berfungsi untuk mendeskripsikan secara komprehensif keseluruhan data yang dikumpulkan. Menurut Dekana et al., (2023) analisis deskriptif adalah teknik statistik yang membantu untuk memahami dan menyimpulkan suatu keadaan dengan cara menyajikan data dalam bentuk angka-angka yang menggambarkan suatu hal berdasarkan data yang kita punya. deskriptif data ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada pembaca mengenai hasil penelitian, salah satu cara menghitungnya yaitu menggunakan Tingkat Capaian Responden (TCR).

Untuk mengetahui kelompok jawaban dari setiap variable, kita menggunakan tingkat capaian responden (TCR) dengan rumus berikut:

$$TCR = \frac{RS}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

TCR : Tingkat capaian responden

Rs : Rata-rata skor jawaban responden Dimana rumus yaitu

$$Rs = \text{Total skor} / \text{Responden}$$

N : Jumlah skor maksimum

100% : Angka tetap skor

Adapun kriteria yang harus dipenuhi oleh jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Tingkat Capaian Responden

No.	Angka	Keterangan
1.	0% - 20,99%	Kurang Baik
2.	21% - 40,99%	Cukup
3.	41% - 60,99%	Cukup Baik
4.	61% - 80,99%	Baik
5.	81% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Ridwan (2018:88)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan dari jawaban dari responden 81% - 100% memiliki kriteria sangat baik, 61% - 80,99% % memiliki kriteria baik, 41% - 60,99% memiliki kriteria cukup baik, 21% - 40,99% memiliki kriteria cukup, 0% - 20,99% memiliki kriteria kurang baik.

3.8.2 Analisis *Structural Equation Modeling*

Analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah teknik statistik yang memungkinkan kita untuk menguji dan menggambarkan hubungan kompleks antara variabel-variabel yang diamati, termasuk variabel yang tidak bisa diukur secara langsung. Menurut Hair et al (2018: 607) SEM merupakan suatu Teknik analisis yang dapat menganalisis pola hubungan antara variabel dan indikatornya, hubungan antar variabel dan dapat menganalisis kesalahan dalam pengukuran secara menyeluruh.

Terdapat tiga kegiatan yang dilakukan dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) secara bersamaan yaitu pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrument (*Cofirmatort Factor Analysis*), pengujian model hubungan antara variabel (*Path Analipsis*), dan pengembangan model yang sesuai dengan tujuan prediksi (model structural dan analisis regresi).

3.8.3 Partial Least Square (PLS)

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis Partial Least Square (PLS) dengan memakai perangkat lunak Smart PLS. Menurut Ghozali dalam (Tiolina dan Widarto, 2022) PLS merupakan sebuah alat analisis data yang fleksibel dengan keunggulan terletak pada kemampuannya untuk menangani data dengan berbagai jenis skala pengukuran, bahkan dengan jumlah sampel yang terbatas. Dengan data sampel yang kecil atau dibawah 100 sampel pun dapat menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

Metode analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah suatu Teknik analisis yang dapat mengevaluasi model eksternal dan internal secara bersamaan. Dengan pendekatan literasi algoritma, kita bisa menilai sejauh mana model pengukuran akurat dan konsisten dalam mengukur variabel. Kita juga bisa mengukur seberapa baik model prediksi kita dengan melihat nilai R^2 . Sementara itu, model struktural membantu kita memahami hubungan sebab akibat antar variabel laten dengan menggunakan teknik *bootstrapping*. Oleh karena itu, PLS ditetapkan untuk analisis dan prediksi variabel independent dan dependen dalam penelitian ini, dan sampel yang digunakan juga tidak terlalu besar. Berikut 2 tahap dalam memakai teknikal analisis PLS :

3.8.3.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran dengan penilaian terhadap instrument dalam pengumpulan data penelitian, ini dilakukan bertujuan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Terdapat aturan untuk mengukur validitas dan reliabilitas, yaitu:

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Menurut Ghonzali (2018:25), validitas konvergen dilakukan dengan memeriksa Loading Factor atau mengukur kekuatan hubungan antara item atau komponen dengan konstruk yang sedang diukur. Validitas konvergen adalah analisis validitas dengan perolehan skor pada setiap indikator. Jika loading factor nilainya lebih dari 0,70 maka nilainya dianggap tinggi dan valid. Sedangkan nilai kecil dari 0,70 maka dianggap tidak valid dan dieliminasi.

Tabel 3. 5
Kriteria Pengujian Validitas Konvergen

Uji Validitas	Kriteria Pengujian	Sumber
Validitas Convergent	Loading Factor > 0,70	Sekaran (2016)
	AVE > 0,50	

2. Validitas Deskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan adalah konsep penting dalam penelitian kuantitatif, khususnya dalam pengembangan instrumen atau skala pengukuran. Konsep ini mengacu pada kemampuan suatu konstruk atau variabel laten untuk membedakan dirinya dari konstruk atau variabel laten lainnya. Dengan kata lain, validitas diskriminan memastikan bahwa suatu konstruk mengukur apa yang seharusnya diukur dan tidak terkontaminasi oleh konstruk lain. Pengukuran ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai akar kuadrat atau *average variance*

extracted (AVE). Menurut Hair et al. (2019:776) nilai AVE yang dapat dianggap validitas diskriminannya tercapai yaitu apabila nilai AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi antar variabel laten.

Tabel 3. 6
Kriteria Pengujian Validitas Diskriminan

Uji Validitas	Kriteria Pengujian	Sumber
Validitas diskriminan	> 0,5 setiap variabel	(Hair et al. (2019:776))

3. *Realibity Komposit (Composite Reliability)*

Menurut Hair (2018) *Composite Reliability* merupakan ukuran mengenai indikator-indikator dalam suatu variabel yang dapat menyatu dalam membentuk variabel tersebut. *Composite Reliability* dapat dikategorikan baik jika nilai reliability alpha kecil sama dengan 70 sehingga dapat dikategorikan baik.

Tabel 3. 7
Kriteria Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas	Kriteria	Sumber
<i>Cronbach'Alpha</i>	“0,70 dikategorikan baik, 0,60 - <0,70 dapat diterima <0,60 dikategorikan rendah”	Sekaran (2016)
<i>Composite Reliability</i>		

3.8.3.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Menurut Ghozali (2020:9) Inner model menggambarkan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung) dalam sebuah model. Inner model merupakan Gambaran hubungan antara variabel laten dalam sebuah penelitian.

1. *R-Square (R²)*

Menurut Ghozali (2020:73) nilai *R-Square* merupakan statistik yang mengukur proporsi variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh

variabel independen dalam suatu model struktural. Jadi, *R-Square* digunakan untuk mengetahui ukuran yang menunjukkan seberapa baik sebuah model dapat menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Nilai *R-Square* 0,75 model kuat, lalu nilai 0,50 model moderat, dan nilai 0,25 model lemah. *R-Square* yang baik yaitu dengan nilai yang semakin tinggi.

2. *Effect Size (F-Square)*

Menurut Hair et al. (2019:781) Untuk mengukur perubahan nilai *R-Square* jika suatu konsep dihilangkan sebagai penilaian mengenai dampak signifikan terhadap variabel dependen maka digunakan *effect size (F-Square)*. Menurut Hair Joe dalam (Pranatawijaya et al, 2019) nilai F-Square 0,02 efek kecil lalu nilai 0,15 efek sedang, dan nilai 0,35 efek besar. Untuk nilai ukuran efek $<0,02$ berarti tidak ada pengaruh efek.

3. *Predictif Relevan (Q-square)*

Menurut Ghozali(2021:74) pengujian Q-Square merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan dalam memprediksi hasil nilai yang dicapai. Adapun nilai 0,02 berarti kecil, nilai 0,15 berarti sedang, dan nilai 0,32 berarti besar.

4. *Goodness of Fit (Gof)*

Menurut Tenenhaus et al (2005) *Goodness of Fit* ini digunakan untuk mengetahui validasi kekuatan gabungan antara model pengukuran dan model struktural yang mempunyai nilai antara 0-1 dengan kriteria yaitu 0-0,25 (GoF kecil), lalu 0,25-0,36 (GoF moderat), dan $> 0,36$ (GoF besar).

