

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan pendekatan statistik dalam pengumpulan dan analisa data yang didapatkan melalui pengukuran terhadap variabel-variabel yang ditentukan sebelumnya. Jenis riset dalam penelitian ini adalah kausal. Kausal atau penelitian eksplanatif bertujuan untuk menemukan hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih, dalam penelitian kausal menjelaskan hubungan antara variabel (X dan Y) melalui pengujian hipotesa. Pengujian hipotesa ini dilakukan melalui alat survey (metode sampel). Adapun metode survey tersebut akan menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Bangunan Merapi Indah Jatiagung Lampung Selatan yang beralamat Marga Agung, Kec. Jatiagung, Lampung Selatan. Waktu Penelitian ini berlangsung mulai April 2024 sampai dengan bulan Juni 2024. Dengan obyek penelitian ini adalah pengaruh *Word Of Mouth* dan lokasi terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari beberapa bagian, yaitu barang atau benda dengan kualitas dan sifat-sifat tertentu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Terlebih dahulu kita

menyelidiki dan kemudian kita menarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Konsumen Toko Bangunan Merapi Indah digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu, pengambilan sampel dilakukan untuk penelitian ini.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut menurut Sugiyono (2019). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Dari semua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi subyek penelitian. sampel dipilih agar representatif sehingga dapat mewakili karakteristik populasi dan dapat ditarik kesimpulan tentang populasi tersebut. Metode yang digunakan Peneliti menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik *accidental sampling*. Metode pengambilan sampel *non-probability* adalah teknik yang tidak menawarkan peluang atau kesempatan yang sama untuk setiap unsur atau anggota populasi sampel (Sitoyo, 2015). Menurut Sugiyono (dalam Ismunandar et al., 2021) *Sampling Insidental / Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Untuk menentukan ukuran sample penelitian dari populasi, peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* yang mana rumus tersebut menggunakan standar tingkat

kesalahan 10% dan 5% dan peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10%. Peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* karena jumlah populasi/kosumen yang membeli Bahan Bangunan di Toko Bangunan Merapi Indah belum diketahui secara pasti atau tak terhingga yang dapat disebabkan karena bertambah atau berkurangnya konsumen Toko Bangunan Merapi Indah setiap harinya.

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

Dimana:

$n$  = Ukuran/Jumlah Sampel yang diperlukan

$Z$  = Skor  $Z$  pada kepercayaan 95 % atau (1,96)

$p$  = Maksimal estimasi 0,5

$d$  = Alpha (0,10) atau sampling error yang dipakai 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat dihitung untuk mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96^2) \times 0,5 (1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus *Lemeshow* di atas, dapat diperoleh jumlah sampel yang bagus yaitu 96,04 yang dapat dibulatkan menjadi 100 sampel. Maka dari itu jumlah sampel untuk penelitian ini berjumlah 100 responden.

#### **D. Sumber dan Jenis Data**

1. Data Primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti dari pengumpulan informasi menggunakan survei, kuesioner, wawancara, atau observasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dalam proses pengumpulan informasinya yang dibagikan kepada calon responden yaitu konsumen pada Toko Bangunan Merapi Indah.
2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh seorang peneliti tidak secara langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber lain baik lisan maupun tulis. Contohnya seperti data yang berasal dari sumber-sumber literatur seperti buku, skripsi, jurnal serta literatur yang berkaitan dengan penelitian dengan sumber yang dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai media pendukung dalam perolehan informasi.

#### **E. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019) operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel**

| <b>Variabel</b>           | <b>Sub. Variabel</b>                                                                                                                                                    | <b>Indikator</b>                                                                                                                                     | <b>No. Butir</b>                 |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <i>Word Of Mouth</i> (X1) | <i>Word Of Mouth</i> adalah sebuah Tindakan yang dilakukan konsumen untuk menyampaikan informasi terkait produk barang atau jasa oleh konsumen kepada konsumen lainnya. | a. <i>To Talk</i><br>b. <i>To Promote</i><br>c. <i>To Sell</i><br>(Sumardy, 2014)                                                                    | 1,2<br>3,4<br>5,6                |
| Lokasi ( X2)              | Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah menyampaikan atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. | a. Akses<br>b. Visibilitas<br>c. Lalu Lintas<br>Tjiptono dalam (Mone Mau et al., 2023)                                                               | 7,8<br>9,10<br>11,12             |
| Minat Beli (Y)            | Minat beli adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan suatu pembelian.                              | a. Minat Transaksional<br>b. Minat Referensi<br>c. Minat Preferensial<br>d. Minat Eksploratif<br>Ferdinand dalam (Abdul Kohar Septyadi et al., 2022) | 13,14<br>15,16<br>17,18<br>19,20 |

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2019) kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Menurut Sugiyono (2019) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

| <b>Jawaban Pertanyaan</b> | <b>Bobot Nilai</b> |
|---------------------------|--------------------|
| SS (Sangat Setuju)        | 5                  |
| S (Setuju)                | 4                  |
| RR (Ragu-Ragu)            | 3                  |
| TS( Tidak Setuju)         | 2                  |
| STS(Sangat Tidak Setuju)  | 1                  |

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Metode *Partial Least Square* (PLS)

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan software smart PLS versi 4.0. Uji Partial Least Square (PLS) ini adalah pendekatan persamaan struktural atau Structural Equation Modelling (SEM) berbasis varian. Menurut Ghozali (dalam Nugroho, 2021) menjelaskan bahwa PLS adalah metode analisis yang

bersifat soft modelling karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel). Partial Least Squares (PLS) adalah suatu metode statistika Structural Equation Modelling berbasis varian yang dirancang untuk menyelesaikan regresi berganda ketika pada data terjadi permasalahan terdapat tiga tahap analisa pada PLS sebagai berikut:

a. *Analisa Outer Model* (Model Pengukuran)

*Analisa Outer Model* atau model pengukuran dalam uji Partial Least Squares dilakukan untuk menguji validitas internal dan reliabilitas. Dengan menggunakan analisa outer model akan menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikatornya, atau dapat didefinisikan bahwa outer model menjelaskan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali diukur dengan satu atau lebih variabel manifes. Variabel laten disebut pula dengan istilah *unobserved* variabel, konstruk atau konstruk laten. Variabel laten diberi simbol lingkaran atau elips. Variabel laten dapat digolongkan menjadi dua yaitu sebagai berikut.

- 1) Variabel laten eksogen, merupakan variabel independen (bebas) yang mempengaruhi variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel laten eksogen adalah variabel *Word Of Mouth* (X1), dan Lokasi (X2).

- 2) Variabel laten endogen, merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel laten endogen adalah Minat Beli (Y).

Pada outer model ini uji yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) *Convergent Validity*

Validitas konvergen tercapai ketika indikator-indikator pada suatu konstruk saling berkorelasi tinggi dan memiliki skor loading yang cukup. Validitas ditunjukkan tidak hanya pada skor loading tetapi juga oleh konvergensi seluruh indikator pengukur di suatu konstruk. Validitas diskriminan menunjukkan bahwa indikator-indikator di konstruk yang lain. Validitas tercapai tidak hanya ketika skor loading memenuhi kriteria tetapi juga diskriminasi korelasi indikator-indikator konstruk yang lain. Validitas konvergen dan diskriminan saling berkorelasi positif, artinya konstruk yang memenuhi validitas diskriminan seharusnya memenuhi validitas konvergen.

Nilai *Convergent Validity* merupakan nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan  $> 0,7$  menurut Wati (dalam Ayatulloh Michael Musyaffi et al., 2021). Secara statistik, validitas konvergen dan validitas diskriminan dapat diukur dengan parameter skor loading di model penelitian (*Rule of Thumbs*  $> 0.7$ ) dan menggunakan parameter AVE (*Average Variance Extracted*) merupakan rerata presentase

skor varian yang diekstraksi dari seperangkat variabel laten yang diestimasi melalui loading standardize indikatornya dalam proses iterasi algoritma dalam PLS. Namun jika dalam skor loading di model penelitian (*Rule of Thumbs* < 0.7) maka konstruk harus di *drop* dari analisis atau menghapus beberapa item indikator yang tidak valid guna menunjang keakuratan uji instrument.

## 2) *Discriminant Validity*

AVE dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2}{n}$$

Lambang  $\lambda$  melambangkan *standardize loading factor* dan  $i$  adalah jumlah indikator. AVE dihitung sebagai rerata akar *standardize loading factor* (akar korelasi berganda) yang dibagi dengan jumlah indikator. Jadi dapat disimpulkan bahwa AVE adalah rerata akar *loading factor*. Uji Validitas konstruk juga dilakukan dengan Communalitas yang merupakan ukuran kualitas model pengukuran pada tiap blok variabel laten yang dihasilkan dalam proses iterasi algoritma dalam PLS. *Communalitas* dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$Communalitas = \frac{1}{P_j} \sum_{n=1}^{P_j} korelasi^2 (X_{jh}, Y_j)$$

*Redundancy* juga menjadi pengukuran untuk menentukan uji validitas konstruk yang merupakan ukuran kualitas model

struktural pada setiap blok variabel dependen yang diperoleh pada proses iterasi algoritma dalam pengujian model pengukuran.

Jika skor *loading*  $< 0,5$ , indikator ini dapat dihapus dari konstruksinya karena indikator ini tidak termuat (*load*) ke konstruk yang mewakilinya. Jika skor *loading* antara  $0,5-0,7$  sebaiknya peneliti tidak menghapus indikator yang memiliki skor *loading* tersebut sepanjang skor AVE dan Communalilty indikator  $> 0,5$ .

### 3) Uji Realibilitas

Untuk pengujian reliabilitas pada model SEM sendiri menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability*. Menurut Basbeth et al (dalam Ayatulloh Michael Musyaffi et al., 2021) nilai *Cronbach alpha* mengukur konsistensi internal dari suatu indikator. Sedangkan *Composite Reliability* adalah Teknik statistika untuk uji reliabilitas yang sama dengan *Cronbach Alpha*. Namun *Composite Reliability* mengukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari suatu variabel sedangkan *Cronbach Alpha* mengukur nilai terendah reliabilitas suatu variabel sehingga nilai *Composite Reliability* selalu lebih tinggi dibandingkan *Cronbach Alpha*. Untuk dapat dikatakan suatu konstruk reliabel, maka nilai *Cronbach Alpha* harus  $> 0,7$  dan nilai *Composite Reliability*  $> 0,7$ . *Rule Of Thumb* nilai alpha atau *Composite reliability* harus  $> 0,7$  meskipun nilai  $0,6$  masih dapat diterima. Namun jika kurang dari  $< 0,6$  maka perlu dilakukan penambahan jumlah sampel dan melakukan pengujian kembali.

b. Analisa *Inner Model* (Model Struktural)

Analisa *Inner Model* atau *model structural* ini digunakan untuk memprediksi hubungan kausal antar variabel yang akan diuji. Model struktural dalam Smart PLS dievaluasi dengan menggunakan  $R^2$  untuk konstruk dependen, nilai koefisien path atau t-value tiap path untuk uji signifikan antar konstruk dalam model struktural. Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Nilai klasifikasi  $R^2$  menurut Chin (dalam Sulistyio et al., 2021)  $>0,67$  (kuat),  $0,33-0,66$  (moderat), dan  $0,19-0,32$  (lemah)

c. Uji Hipotesis

1) Pengujian hipotesis secara parsial

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas dengan menggunakan metode *bootstrapping*. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak jika t-statistik  $> 1,96$  atau menggunakan probabilitas  $P < 0,05$  dengan hipotesis sebagai berikut :

a) Untuk menguji pengaruh *Word Of Mouth* terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah maka :

Ho<sub>1</sub> : *Word Of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah.

Ha<sub>1</sub> : *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah.

b) Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah maka :

Ho<sub>2</sub> : Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah.

Ha<sub>2</sub> : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah.

## 2) Pengujian hipotesis secara simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dalam SmartPLS dapat dilihat dari *indirect effect* dimana tidak ada pada efek koefisien karena pada efek moderasi tidak hanya dilakukan pengujian efek langsung yaitu variabel independen terhadap variabel dependen, tetapi juga interaksi secara tidak langsung yaitu variabel independen dan variabel moderasi terhadap variabel dependen. Selain itu perhitungan simultan pada SmartPLS bisa dilakukan dengan melihat hasil nilai F hitung menggunakan formula sebagai berikut:

$$F_{hit} = \frac{R^2(n-k-1)}{(1-R^2)k}$$

Adapun nilai F kritisnya diperoleh dari tabel dengan formula:

$$F_{\text{tabel}} = F_{\alpha}(k, n - k - 1)$$

Keterangan:

$k$  : jumlah variabel bebas

$R^2$  : koefisien determinasi

$n$  : jumlah sampel

$\alpha$  : 5%

Dengan kualifikasi, jika hasil  $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Untuk menguji pengaruh *Word Of Mouth* dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_{03}$  : *Word Of Mouth* dan lokasi tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah.

$H_{a3}$  : *Word Of Mouth* dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada Toko Bangunan Merapi Indah.

## 2. Analisis Deskripsi Data

Analisis deskripsi dilakukan untuk menggambarkan karakteristik responden dari variabel tanpa melakukan pengujian. Dengan cara menyusun tabel distribusi frekuensi untuk melihat nilai skor variabel yang diteliti. Untuk melakukan pengkategorian dalam analisis deskripsi

tiap variabel, perlu dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus perhitungan rentang skala dari Neuman (2014) sebagai berikut:

$$RS = \frac{m-n}{k}$$

$$\frac{5-1}{5} = 0,8$$

Keterangan

RS = rentang skala

m = skor maksimal

n = skor minimal

k = jumlah kategori

Kategori jawaban responden dijelaskan menurut Nugroho (2021) sebagai berikut ini:

1,00 – 1,80 = Sangat tidak setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel adalah sangat tidak setuju

1,81 – 2,60 = Tidak setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel ada tidak setuju

2,61 – 3,40 = Kurang setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel ada kurang setuju

3,41 – 4,20 = Setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel ada setuju

4,21 – 5,00 = Sangat setuju menunjukkan hasil dari jawaban responden berdasarkan variabel ada sangat setuju