

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode peneliti harus terjun langsung ke lapangan (*field research*) dan berinteraksi dengan masyarakat setempat¹ melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden. Jenis ini akan dijalankan pada latar alamiah dengan mencampuri realitas terlebih dahulu oleh peneliti.²

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini yakni kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ini memberikan penekanan pada analisis yang berupa angka dan dikembangkan dengan metode statistika.³ Pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk mendapatkan data dari responden dengan cara penyebaran kuesioner yang selanjutnya akan dihitung dengan analisis statistika menggunakan SmartPls.

B. Setting Penelitian

Lokasi penelitian terletak di kota Kudus, yakni pada No 8 *Coffee* yang beralamat Jl. Menur No 8, Nganguk, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59312, selanjutnya pada *Halu Coffee* berlokasi di Jl. Nuri No 17, Kec. Kota, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59318, yang terakhir di *Sidji Coffee* terletak di Getas Pejaten, Kec. Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59343.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang didalamnya berupa obyek maupun subyek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang menjadi ketetapan peneliti untuk dipelajari dan nantinya akan ditarik kesimpulan.⁴

¹ Azwardi, *Metode Penelitian: Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* (Syiah Kuala University Press, 2018).

² Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004).

³ Azwar Syaifuddin, *Metode Penelitian*, 5.

⁴ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), 61.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen *coffee shop* di Kudus seperti No 8 *Coffee*, Halu *Coffee*, Sidji *Coffee*.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian.⁵ Penelitian ini akan mengambil sampel secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁶

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli *coffee shop* di Kudus dengan beberapa ketentuan sebagai berikut:

- Sampel merupakan laki – Laki dan Perempuan
- Sampel merupakan berusia 16-30 tahun
- Sampel merupakan tinggal di Kabupaten Kudus
- Sampel merupakan orang yang pernah melakukan pembelian di *coffee shop* Kudus sesuai rating tertinggi di google.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini tidaklah diketahui secara pasti dan memberikan saran bahwa minimum sampel 5-10 dikali variabel indikator.⁷ Oleh karena itu, akan dilakukan perhitungan sebagai berikut: Jumlah indikator 40 x 6 = 240 sebagai jumlah sampel minimum. Jadi melalui perhitungan tersebut peneliti menetapkan jumlah sampel pada penelitian ini yakni 240 sampel.

D. Desain dan Definisi Operasional

1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan pedoman atau tata cara teknik perencanaan penelitian. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menentukan nilai setiap variabel, memberikan gambaran objektif tentang situasi. Variabel penelitian adalah atribut atau karakteristik seseorang, objek, organisasi, atau beberapa aktivitas yang

⁵Amirullah Sigit Haermawan, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, ed. by Tim MNC Publishing, Edisi Pert (Malang: Media Nusa Creative, 2016).

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 77.

⁷Josep F. Hair JR, dkk, *Multivariate Data Analysis*, 7 edition (England: Pearson Education Limited, 2010),176.

variannya diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁸

a. Variabel Independen

Variabel bebas dapat dipahami sebagai variabel prediktor, variabel stimulus, variabel eksogen, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel dependen berubah atau terjadi.⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah etika bisnis Islam (X1) merupakan metode yang digunakan untuk meningkatkan hubungan yang kuat terhadap pelanggan dengan mengedepankan nilai-nilai Islam, *Product Value* (X2) merupakan nilai produk pada *Coffee Shop*, dan *Service Quality* merupakan kualitas pelayanan yang digunakan untuk melayani pelanggan yang ada di *Coffee Shop*.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen dapat dipahami sebagai variabel keluaran, kriteria, konsekuensi. Variabel dependen adalah variabel yang besarnya ditentukan atau dipengaruhi oleh variabel independen.¹⁰ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Customer Loyalty* (Y) dimana pelanggan memiliki beberapa alternatif dalam memilih produk dan jasa sebelum melakukan keputusan pembelian berulang yang pada akhirnya dapat menciptakan loyalitas.

c. Variabel Intervening

Variabel intervening juga disebut variabel antara, variabel independen, dan variabel dependen. Oleh karena itu, variabel intervensi merupakan variabel kendala.¹¹ Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *Customer Satisfaction* (Z) dimana pelanggan

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 12.

⁹Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 50.

¹⁰Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: UB Press, 2012), 18.

¹¹A Juliandi, S Manurung, and F Zulkarnain, *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri* (Medan: UMSU Press, 2014).

cenderung membeli produk dengan konsistensi yang tinggi.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional menggambarkan cara spesifik di mana struktur operasional dibangun sehingga peneliti lain dapat mereproduksi pengukuran atau mengembangkan yang lebih baik dengan cara yang sama. Peneliti menggunakan variabel aktivitas sebagai dasar penyusunan kuesioner, sehingga dapat membantu menyaring data secara efisien. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas, variabel terikat dan variabel intervensi. Operasi variabel ini didefinisikan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Referensi
1.	Etika Bisnis Islam (X1)	Etika bisnis Islam adalah perilaku etis bisnis yang dibangun dengan prinsip-prinsip syariah karena dengan adanya prinsip tersebut akan memperoleh kepercayaan konsumen.	1. <i>Justice</i> 2. <i>Trust</i> 3. <i>Virtue</i> 4. <i>Honesty</i>	a. Seorang pebisnis muslim harus adil kepada konsumen. a. Memberikan kepercayaan kepada konsumen. a. Seorang pebisnis muslim lebih mengutamakan Allah kemudian bisnisnya.	Hamdi Buldan, Edy Suandi Hamid, Jaka Sriyana, Achmad Tohirin, (2020)

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Referensi
			5. <i>Humility</i> 6. <i>Kindness</i> 7. <i>Patience</i>	a. Jujur dalam perkataan kepada konsumen. b. Jujur dalam praktiknya kepada konsumen. a. Seorang pembisnis harus rendah hati dan tidak sombong kepada konsumen. a. Bersikap ramah terhadap semua pelanggan. a. Dalam berbisnis, pembisnis Islam tidak boleh marah dan tidak boleh jengkel kepada	

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Referensi
				konsumen.	
2.	<i>Product value (X2)</i>	<i>Product value</i> adalah seberapa besar manfaat yang bisa pelanggan dapatkan dari hasil menggunakan suatu produk tersebut.	1. <i>Emotional value</i> 2. <i>Social value</i> 3. <i>Funcional Value</i>	a. Memiliki cita rasa yang nikmat. b. Memiliki kualitas produk yang baik. a. Produk yang banyak dinikmati oleh masyarakat. b. Sebagai gaya hidup. a. Harga produk tersebut terjangkau. b. Keunggulan produk yang ditawarkan sesuai dengan performa yang dihasilkan.	Caroline Rosa Wijaya, Innocentius Bernardo (2022)
3.	<i>Service quality (X3)</i>		1. <i>Physical Evidence/ Tangibles</i>	a. Sarana dan prasarana lengkap.	Caroline Rosa Wijaya, Innocentius

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Referensi
			<p>2. <i>Reliability</i></p> <p>3. <i>Responsiveness</i></p> <p>4. <i>Assurance</i></p> <p>5. <i>Empathy</i></p>	<p>b. Fasilitas parkir yang lengkap.</p> <p>c. Area bersih dan rapi.</p> <p>a. Pegawai melayani pelanggan dengan mudah.</p> <p>b. Pelayanan pembayaran tergolong cepat.</p> <p>c. Pelayannya tidak pernah salah dalam melayani pesanan.</p> <p>a. Karyawan cepat tanggap dalam keluhan pelanggan.</p> <p>b. Karyawan cepat tanggap dalam pesanan pelanggan.</p>	<p>Bernardo (2022)</p>

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Referensi
				9. Karyawan menyapa pelanggan dengan sopan dan ramah. 10. Karyawan dapat dipercaya dalam melayani pelanggan. a. Karyawan selalu ramah kepada pelanggan. b. Manajemen <i>coffee shop</i> memberikan perhatian kepada pelanggan.	
4.	<i>Customer satisfaction</i>	Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan	1. <i>Expectations</i> 2. <i>Performance</i>	a. Kenangan dalam pelayanan seperti yang diharapkan. b. Harga produk dan rasa sesuai	Caroline Rosa Wijaya, Innocentius Bernardo (2022)

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Referensi
				produk kopi.	
5.	<i>Customer loyalty</i>	<i>Customer loyalty</i> adalah sikap dimana konsumen memiliki sikap positif terhadap suatu produk, memiliki komitmen dan memiliki tujuan untuk pembelian ulang dimasa mendatang.	1. <i>Repeat Purchase</i> 2. <i>Cross Selling</i> 3. <i>Recommendation</i> 4. <i>Retention</i>	a. Tidak berminat beralih ke produk lain. b. Tetap membeli di tempat tersebut. a. Bersedia mencoba produk lain dari tempat tersebut. b. Bersedia mengikuti rekomendasi dari tempat tersebut. h. Merekomendasikan kepada orang lain untuk mengkonsumsi produk tersebut. i. Merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.	Caroline Rosa Wijaya, Innocentius Bernardo (2022)

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Referensi
				a. Tidak terpengaruh untuk beralih menggunakan produk lain. b. Selalu kompetitif untuk membeli di tempat tersebut.	

E. Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data mentah yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian¹² atau data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumbernya.¹³ Pengumpulan data utama untuk penelitian ini dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden dalam bentuk kuesioner yang mencakup etika bisnis Islam, *product value* dan *service quality*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah struktur data historis tentang variabel yang telah dikumpulkan sebelumnya dan dikumpulkan oleh pihak lain.¹⁴ Data sekunder dapat diperoleh dari publikasi lain dalam buku, jurnal, internet, yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

¹²I M M, *Riset Sumber Daya Manusia* (Gramedia Pustaka Utama, 2013): 38.

¹³B Waluya, *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial Di Masyarakat* (PT Grafindo Media Pratama).

¹⁴M S Dr. Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis - Paragidma Kuantitati* (Grasindo).

2. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data respons responden dijelaskan untuk memberikan tingkat respons responden yang dijelaskan untuk membatasi pilihan responden menjadi satu. Pertanyaan penelitian ini diberi skor dengan skala *Likert* dari 1 sampai dengan 5, dan nilai dari masing-masing jawaban responden ditentukan dengan penskoran. Semua jawaban yang dimasukkan akan diubah menjadi angka pencarian dan pengukuran diberikan lima tingkatan dengan notasi sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala *Likert*

No	Jawaban	Keterangan	Nilai
1.	SS	Sangat Setuju	Skor 5
2.	S	Setuju	Skor 4
3.	N	Netral	Skor 3
4.	TS	Tidak Setuju	Skor 2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis digunakan untuk menafsirkan dan menganalisis data. Berdasarkan model yang dikembangkan dalam penelitian ini, alat analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dioperasikan melalui program *Smart PLS 3.0*. PLS adalah metode alternatif yang beralih dari SEM berdasarkan kovarian ke metode berdasarkan varian. SEM, yang didasarkan pada kovarians, biasanya menguji kausalitas/teori, sedangkan PLS lebih pada pemodelan prediktif. Evaluasi model pengukuran atau model eksternal dilakukan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas model.¹⁵

1. Pengujian *Outer Model*

Pengujian pada *outer model* memberikan nilai pada analisis reliabilitas dan validitas. Adapun pengujian yang dilakukan pada *outer model* yakni sebagai berikut:

a. Validitas Convergent

Validitas konvergen dapat dilihat dari nilai *loading factor* dan AVE. Idealnya nilai *loading factor*

¹⁵T F Musfar and H Noviasari, *Proses Green Purchase Intention Industri Kriya Kayu Di Pekanbaru* (Penerbit Adab, 2021), 23.

adalah $>0,70$ untuk Confirmatory Research, tetapi nilai *loading factor* $>0,60$ untuk Exploratory Research masih dapat diterima, dan untuk nilai AVE harus lebih besar dari $>0,50$ untuk Confirmatory Exploratory.¹⁶

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bisa dilihat dari HTMT *Heterotrait monotrait ratio* yang mana nilainya tidak boleh lebih dari 0,90.¹⁷

c. Reliabilitas

Reliabilitas dapat dilihat melalui *Cronbach's Alfa* dan *Composite Reliability* nilainya harus lebih besar dari 0,7 untuk *Confirmatory Research* dan 0,6 masih dapat diterima dalam *Exploratory Research*.¹⁸

2. Pengujian Inner Model

Pengujian pada model *inner model* bertujuan untuk mengidentifikasi dan melihat hubungan antara variabel eksogen dan endogen dalam suatu penelitian. Hubungan tersebut menjawab tujuan penelitian yakni pengujian terhadap hipotesis yang disusun dalam suatu penelitian. Adapun pengujian model *inner model* dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. *R Square* atas variabel endogen

Nilai ini merupakan koefisien determinasi dalam struktur endogen. Nilai *R-square* juga menjelaskan variasi variabel eksogen terhadap variabel endogen. Kekuatan interpretasi variasi dibagi menjadi beberapa kriteria yaitu *R-square* 0,75 artinya kuat, 0,5 artinya sedang dan 0,25 artinya lemah.

b. *Estimate for Path Coefficients*

Yakni suatu nilai koefisien jalur atau nilai yang menunjukkan besaran hubungan atau pengaruh konstruk

¹⁶Imam Ghozali, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2021), 71.

¹⁷Imam Ghozali, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*, 71

¹⁸Imam Ghozali, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*, 71

laten dari suatu penelitian. Pengujian ini dilakukan melalui suatu prosedur yang ada *bootstrapping*.¹⁹

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai T statistic dan P Value. Jika nilai T statistic lebih besar dari 1,96 dan nilai P value lebih kecil dari 0,5 maka hipotesis pada penelitian diterima atau terdapat pengaruh antara variabel X terhadap Variabel Y.²⁰



¹⁹A M Musyaffi, H Khairunnisa, And D K Respati, *Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls* (Pascal Books, 2022).

²⁰Andreas Wijaya, *Metode Penelitian Meneggunakan Smart PLS 03* (Yogyakarta: Innosian, 2019), 104.