

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian beralamat di Jl. S. Parman No.F13 Sungai Pinang Dalam Kota Samarinda.

#### **1.2 Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Menurut Ali et al., (2022) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data empiris dan menggunakan data numerik secara luas. Pendekatan asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi atau menguji hubungan antara dua variabel atau lebih. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi bagaimana green marketing dan kualitas produk mempengaruhi loyalitas konsumen Starbucks di Kota Samarinda, dengan menerapkan pendekatan tersebut.

#### **1.3 Populasi Dan Sampel**

Menurut Asrulla et al., (2023) Populasi mengacu pada semua kelompok atau komponen yang mempunyai karakteristik tertentu dengan penelitian. Populasi dapat mencakup individu, subjek, peristiwa, atau apapun yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini memiliki pelanggan Starbucks yang jumlahnya tidak diketahui dan juga dijadikan sebagai sampel, menurut Riduwan (2015), untuk menentukan jumlah sampel dalam populasi yang tidak diketahui maka digunakan rumus cochran.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

N= Sampel yang dibutuhkan

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p= Peluang Benar 50%

q = Peluang Tidak Benar 50%

Moe : Margin of Error atau tingkat kesalahn maksimum yang dapat di tolerir

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% diaman nilai Z

sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut :

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

$$n = 96,04 = 97$$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 97 responden, yang kemudian dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden.

#### **1.4 Unit analisis**

Unit analisis merujuk kepada individu, perusahaan, atau entitas lain yang merespons perlakuan atau tindakan yang diteliti oleh peneliti dalam studinya. memilih unit analisis ini sangat krusial dalam penelitian karena memungkinkan peneliti buat mengidentifikasi dan menetapkan konflik penelitian menggunakan jelas. Unit analisis yang difokuskan merupakan individu konsumen yang sudah melakukan pembelian produk Starbucks minimal dua kali di outlet Starbucks yg berlokasi di Kota Samarinda Jalan. S.Parman.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak Green Marketing serta kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks di Kota Samarinda.

## 1.5 Sumber Data

Sumber informasi adalah segala hal yang mampu menyediakan informasi yang diperlukan mengenai data. Jenis data terdiri dari dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder:

### 2.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dan di berikan pada pengumpul data. Menurut Putri et al., (2021) data di sebarakan melalui kuesioner secara online yang diberikan kepada pelanggan Starbucks di Kota Samarinda.

### 2.4.2 Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang dihasilkan dari data sebelumnya. Menurut Uma Sekaran, (2017) data sekunder lebih cepat ditemukan dibandingkan data primer. Dokumen, artikel, jurnal dan website yang berkaitan dengan penelitian ini digunakan sebagai sumber sekunder penelitian.

## 1.6 Definisi Operasional dan pengukuran Variabel

### 1.6.1 Definisi Oprasional

Nurdin (2019), Definisi operasional merupakan bentuk definisi yang mengaitkan variabel- variabel yang sedang diteliti dengan metode pengukuran variabel tersebut. Definisi ini mengubah konsep yang awalnya abstrak menjadi sesuatu yang lebih konkret dan dapat diukur, sehingga membantu peneliti dalam proses pengukuran. Definisi operasional dan pengukuran variabel pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Oprasional Dan Pengukuran Variabel**

Variabel	Kode	Indikator	Sumber
Green Marketing (X1) Green marketing adalah upaya yang mencakup modifikasi produk, perubahan proses pembuatan produk, perubahan kemasan produk, dan perubahan metode periklanan dengan menggunakan konsep ramah lingkungan (Jonathan & Sari, 2023)	GM1	Apabila saya mendengar atau melihat merek Starbucks saya langsung terpikirkan akan produk yang ramah lingkungan	(Purnami, 2020)
	GM2	Menurut saya Starbucks mencerminkan produk yang ramah	

---

		lingkungan	
	GM3	Menurut saya pesan menjaga lingkungan dalam promosi produk Starbucks jelas dan mudah dipahami	
	GM4	Menurut saya produk Starbucks mudah dijangkau dan ditemukan	
Kualitas Produk (X2 Kualitas produk mengacu pada kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, mencakup daya tahan, keandalan, akurasi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, serta atribut berharga lainnya.(Kotler, 2017)	KP1	Saya yakin produk yang ada di Starbucks dapat digunakan dalam waktu yang lama	(Sakinah &Ismunandar, 2022)
	KP2	Saya merasa produk yang ada di Starbucks merupakan produk yang berkualitas	
	KP3	Saya merasa produk yang ada di Starbucks selalu bervariasi dan berbagai macam bentuk	
	KP4	Saya merasa produk yang ada di Starbucks selalu istimewa dan tidak ada di produk lainnya	
	KP5	Saya mengetahui desain yang ada di Starbucks berbentuk realistis dan menarik konsumen	
	KP6	Menurut saya warna yang ada di Starbck memiliki warna yang menarik	
Loyalitas Konsumen (Y) Loyalitas pelanggan	LK1	Saya akan merekomendasikan produk Starbucks	(Luhulima, 2022)

---

<p>ditunjukkan dengan komitmen pelanggan terhadap suatu merek. Mereka berulang kali membeli produk tersebut. Mereka membeli secara sukarela, tanpa paksaan (Administrare et al., 2022)</p>	<p>kepada orang-orang terdekat</p>
LK2	<p>Saya akan menuliskan pesan positif kepada perusahaan Starbucks</p>
LK3	<p>Saya berniat untuk melakukan pembelian ulang pada produk Starbucks</p>
LK4	<p>Saya merasa keputusan yang tepat telah membeli produk Starbucks</p>

### 1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik sampling yang dipakai ialah *purposive sampling*. Pendapat Sugiyono, (2017) metode sampel dengan pertimbangan tertentu adalah *purposive sampling*. Dalam studi ini, informasi dihimpun dengan memakai kuesioner. Kuesioner, pendapat Bougie & Sekaran, (2017) menggunakan pertanyaan tertulis yang disusun secara hati-hati dan meminta responden untuk memberikan pilihan jawaban yang ringkas, kuesioner ialah alat yang dipakai untuk menghimpun data. Kuesioner sering dipakai dalam riset kuantitatif; namun, kuesioner juga bisa dipakai secara efektif dalam studi deskriptif untuk mengumpulkan informasi. Serangkaian pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengumpulkan data yang tepat tentang variable yang diteliti oleh peneliti membentuk kuesioner yang disebarakan (Sugiyono., 2017).

Menurut Sugiyono, (2020), Skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Tanggapan terhadap setiap item pada instrumen dinilai berdasarkan skala Likert mulai dari sangat positif hingga sangat negatif. Respon instrumen penelitian menggunakan skala likert dengan tingkatan yang semakin meningkat seperti SS, S, KS, TS, DAN STS. Berikut table keterangan penilaian skala likert pada penelitian.

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

No	Alternatif jawaban	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
---	---------------------------	---

## 1.8 Teknik Analisa data

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Squares* (PLS), yang dioperasionalkan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3. PLS dipilih untuk melakukan *Structural Equation Modeling* (SEM) karena dianggap memiliki keunggulan dibandingkan dengan metodologi SEM alternatif. SEM memfasilitasi analisis jalur dengan variabel laten, yang khususnya bermanfaat dalam penelitian ilmu sosial. PLS, sebagai bagian dari SEM, menonjol sebagai metode analisis yang kuat karena tidak adanya asumsi yang ketat. Pemanfaatannya juga memungkinkan penanganan distribusi data multivariat yang tidak normal. Artinya, indikator dengan skala yang beragam seperti kategori, ordinal, interval, dan rasio dapat dimasukkan ke dalam model yang sama. Selain itu, PLS unggul dalam mengakomodasi penelitian dengan ukuran sampel yang sederhana. Oleh karena itu, PLS memberikan pendekatan analisis data yang fleksibel dan kuat, khususnya cocok untuk penelitian ilmu-ilmu sosial (Ghozali & Latan, 2015).

Metodologi *Partial Least Squares* (PLS) menawarkan keunggulan tidak hanya dalam konfirmasi teori tetapi juga dalam menjelaskan hubungan antar variabel laten. Hal ini sangat berguna untuk penelitian yang berfokus pada prediktif karena kemampuannya untuk memverifikasi teori secara efektif. Selain itu, PLS memungkinkan analisis konstruk secara bersamaan yang terdiri dari indikator reflektif dan formatif, sebuah kemampuan yang tidak ada dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis kovarians karena potensinya untuk menghasilkan model yang tidak teridentifikasi. Pemilihan PLS untuk penelitian ini didasarkan pada adanya empat variabel laten yang dibentuk oleh indikator reflektif, dengan menggunakan pendekatan pengukuran reflektif tingkat kedua untuk menilai variabel-variabel ini. Pengukuran reflektif menyatakan bahwa variabel laten mempengaruhi indikator-indikatornya, yang mencerminkan hubungan sebab akibat yang berasal dari konstruk laten terhadap indikator atau manifestasinya (Ghozali & Latan, 2012). Oleh karena itu, sangat penting untuk melihat hubungan antar variabel-variabel laten. Teknik yang digunakan untuk memperkirakan second order factor menggunakan *repeated indicators approach* yang sering disebut *hierarchical component model*. Meskipun hal ini memerlukan reproduksi variabel atau indikator nyata, pendekatan ini memiliki keuntungan karena memungkinkan model dievaluasi menggunakan algoritma PLS standar (Ghozali & Latan, 2015).

### 1.8.1 Model Pengukuran atau Outer Model

Model evaluasi outer merupakan proses pengumpulan data penelitian untuk menilai suatu instrumen yang digunakan. Tujuan dari evaluasi ini adalah memastikan alat pengumpulan data yang digunakan bersifat valid dan dapat diandalkan (Halim, 2020).

#### 1. Validitas Konvergen

Prinsip validitas konvergen mengatakan bahwa berbagai indikator atau pengukuran yang mengukur konsep atau struktur yang sama seharusnya memiliki hubungan dan korelasi yang kuat satu sama lain. Hal ini terjadi ketikadua alat ukur atau instrument yang tak sama mengukur konstruk yang sama dan memberikan hasil yang saling berkorelasi tinggi. Dengan kata lain, jika kedua instrument tersebut benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud, makahasilnya akan konvergen (Abdillah & Hartono, 2015).

a) *Loading factor* atau *outer loading*

Validitas konvergen diuji pada analisis Partial Least Squares (PLS) dengan indikator reflektif. Nilai muatan factor, atau factor muatan, adalah metric yang digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen. Muatan factor (*factor loading*) didefinisikan sebagai hubungan antara skor indikator dan skor variable laten, atau konstruk, yang diukur. Nilai muatan factor PLS adalah 0,7 yang merupakan pedoman umum (*rule of thumb*). Oleh Karena itu, nilai muatan factor suatu indikator sebanding dengan kekuatan refleksinya terhadap variable latennya. Dengan kata lain, indikator dengan muatan factor yang tinggi lebih penting dalam menjelaskan konstruk dan interpretasi *matriks factor* (Sarstedt et al., 2022).

b) *Average Variance Extraced* (AVE)

AVE masing-masing konstruk atau variable laten dapat dilihat untuk menguji validitas konvergen. Model dianggap memiliki validitas konvergen yang cukup jika nilai AVE untuk setiap konsep lebih tinggidari 0,5 (Sarstedt et al., 2022).

1. Validitas Diskriminan

a) *Cross Loading*

Ketika dua ukuran terpisah menilai dua konsep yang seharusnya tidak berhubungan kuat, sehingga menghasilkan skor yang seharusnya tidak berkorelasi tinggi, maka dikatakan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas diskriminan. Untuk menentukan validitas diskriminan dalam PLS, nilai *cross loading* indikator dibandingkan dengan konstruknya. Untuk dapat dikatakan valid secara diskriminan, sebuah indikator harus mempunyai nilai crossloading yang lebih tinggi pada satu variabel membandingkan pada variabel lain. (Duryadi, 2021).

a. Uji Reliabilitas

PLS melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui konsistensi internal alat ukur. Menurut Siyoto & Sodik, (2015), ada tiga komponen yang berhubungan dengan reliabilitas, akurasi instrument yang digunakan untuk mengukur apa yang diukur, kecermatan hasil skor, dan keakuratan pengukuran ulang. Reliabilitas menunjukkan konsistensi, kecepatan, dan akurasi alat skor yang digunakan. Untuk menilai reliabilitas pada PLS, ada dua pendekatan; Nilai gabungan atau reliabilitas alpha memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai konsistensi internal konstruk; nilai ini harus lebih tinggi dari 0.7, tetapi 0.6 masih dianggap dapat diterima, dan *Cronbach's alpha* mengevaluasi nilai reliabilitas konstruk sebagai batas bawah. Pengukuran berulang yang dilakukan dengan instrumen yang sama pada item yang sama harus memberikan hasil yang sama untuk mencapai reliabilitas Siyoto & Sodik, (2015) Pengujian konsistensi internal (reliabilitas) tidak perludilakukan jika validitas konstruk telah terpenuhi.

### 1.8.2 Model Struktural atau Inner Model

Analisis Inner Model atau Evaluasi Model Struktural adalah prosedur metodologis yang dirancang untuk menilai sejauh mana kemampuan prediksi dari keterkaitan variabel laten selaras dengan dasar-dasar teori yang mendasari penelitian (Ghozali & Latan, 2015). Pada studi ini, analisis Inner Model melibatkan pengujian terhadap:

a. Coefficient of Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi untuk memperkirakan tingginya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien ini diklasifikasikan menjadi tiga rentang nilai: nilai 0,19 menunjukkan lemahnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, 0,33

menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,67 menunjukkan pengaruh kuat (Duryadi, 2021). Pada penelitian ini perhitungan menggunakan SmartPLS 3.0 untuk menampilkan hasil dari  $R^2$ .

b. Predictive Relevance (Q-square)

Kualitas nilai hasil observasi dapat diamati dari penilaian yang diberikan. Jika nilai relevansi prediktif  $Q^2$  melebihi 0, ini menandakan bahwa prediksi berhasil. Berdasarkan pengukuran, variabel laten eksogen menunjukkan kinerja yang dapat diandalkan, dengan pengaruh lemah sebesar 0,02, pengaruh sedang sebesar 0,15, dan pengaruh kuat sebesar 0,35. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat diandalkan sebagai penyebab prediksi variabel laten endogen; oleh karena itu, observasi dapat dianggap memiliki keandalan yang tinggi (Henseler et al., 2015).

### 1.8.3 Pengujian Hipotesis

Setelah menganalisis Outer Model atau Evaluasi Pengukuran dan Model Inner atau Evaluasi Struktural, langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Analisis ini menjelaskan hubungan antara variabel endogen dan eksogen dengan memperkirakan nilai probabilitas dan statistik. Nilai probabilitas kritis yang ditunjukkan dengan p-value alpha 5% biasanya kurang dari 0,05. Sementara itu, alpha 5% untuk t-tabel ditetapkan sebesar 1,96, yang menciptakan kriteria dimana t-statistik harus melebihi ambang batas tersebut (Ghozali & Latan, 2015). Setelah menganalisis penilaian model eksternal atau pengukuran dan penilaian model internal atau struktural, (Ghozali & Latan, 2015). Keputusan tentang hipotesis dibuat berdasarkan diterima atau ditolak statistik yang ditentukan oleh tingkat signifikansi yang dipilih. Misalnya, pada tingkat signifikansi 5%, yang sesuai dengan tingkat kepercayaan 0,05, hipotesis ditolak jika probabilitas yang dihitung (nilai p) kurang dari atau sama dengan 0,05. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05) yang berarti 5% peluang pengambilan keputusan salah dan 95% peluang pengambilan keputusan benar. Berikut ini adalah dasar untuk pengambilan keputusan analitis:

P-value < 0,05:  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima

P-value > 0,05:  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak

Nilai p-value menunjukkan probabilitas bahwa data yang diamati, atau data yang lebih ekstrem, dapat terjadi dengan asumsi bahwa hipotesis nol adalah benar. Biasanya ditetapkan pada 0,05, nilai ini menandakan ambang batas di bawahnya di mana hipotesis nol ditolak, menunjukkan hasil yang signifikan secara statistik di mana probabilitas membuat kesalahan tipe I (salah menolak hipotesis nol) adalah 5%, sedangkan probabilitas menerimanya dengan benar adalah 95%.