

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, khususnya untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antar variabel yang diteliti.⁶⁰

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian, serta analisis data yang bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶¹

Dalam penelitian ini, rancangan penelitian difokuskan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh keragaman produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian ulang (Y) dengan kepuasan konsumen (Z) sebagai variabel *intervening*.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Wizzmie yang beralamat di Jl. Erlangga No. 20, Ngadirejo, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64129. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Wizzmie merupakan salah satu usaha kuliner mie pedas yang sedang

⁶⁰ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D" (2016).

⁶¹ *Ibid.*

berkembang di Kota Kediri dan memiliki keragaman produk yang sangat tinggi, yaitu sebanyak 81 varian menu, lebih banyak dibandingkan dengan kompetitor sejenis.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap 40 konsumen Wizzmie, aspek produk dan kualitas layanan menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Wizzmie memiliki karakteristik yang sesuai dengan variabel penelitian, yaitu keragaman produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan keputusan pembelian ulang, sehingga dipandang tepat sebagai lokasi penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶² Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian produk pada Wizzmie cabang Kediri.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan teknik sampling. Di sini, sampel harus mencerminkan situasi populasi umum secara realistis, yaitu. kesimpulan penelitian

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, 5 ed. (Bandung, 2023).

yang dibuat berdasarkan sampel harus merupakan kesimpulan mengenai populasi umum.⁶³

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁶⁴ Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu telah melakukan pembelian ulang (lebih dari satu kali) Wizzmie

Adapun sampel dalam penelitian ini dikarenakan populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran:⁶⁵

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

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

$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

⁶³ Sena Wahyu Purwanza, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi* (Cv. Media Sains Indonesia, 2022).

⁶⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D."

⁶⁵ Ibid.

Keterangan:

n = sampel

z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = margin error 10%

Pemilihan batas toleransi kesalahan sebesar 10% didasarkan pada pertimbangan keterbatasan waktu. Menurut Sugiyono, apabila penelitian memiliki keterbatasan sumber daya, maka batas kesalahan (*error tolerance*) dapat diperbesar hingga 10% untuk tetap memperoleh hasil yang representatif tanpa mengorbankan efisiensi penelitian.⁶⁶

Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang responden

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁷ Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

⁶⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D."

independen (variabel bebas), variabel dependen (variabel terikat) dan variabel *intervening*.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*). Variabel ini sering sekali disebut sebagai variabel stimulus atau dalam Bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang bisa mempengaruhi atau menjadi sebab berubahnya atau munculnya variabel dependen (terikat).⁶⁸ Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keragaman produk dan kualitas pelayanan
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*). Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian ulang.
3. Variabel *Intervening*. Variabel *intervening* (penghubung) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.⁶⁹

Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen diposisikan sebagai variabel *intervening* karena secara konseptual, kepuasan merupakan hasil dari persepsi konsumen terhadap elemen-elemen

⁶⁸ Ika Cahyaningrum, *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian* (Deepublish, 2019).

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

bauran pemasaran seperti kualitas produk, variasi produk, harga, maupun kualitas pelayanan. Ketika persepsi terhadap faktor-faktor tersebut positif, maka akan muncul rasa puas yang pada gilirannya mendorong terjadinya pembelian ulang.⁷⁰

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan konsumen muncul ketika kinerja produk memenuhi atau melampaui harapan, dan kepuasan tersebut menjadi dasar pembentukan niat untuk melakukan pembelian ulang. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya memberikan dasar bagi pembelian ulang.⁷¹ Jika suatu produk mampu mengisi kebutuhan pembeli, maka pembeli akan membelinya kembali, begitupun kebalikannya.⁷²

Menurut Baron dan Kenny untuk pengujian suatu variabel *intervening* atau mediasi, maka terdapat empat kondisi atau syarat yang harus dipenuhi yaitu:

- a. Variabel independen harus memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- b. Variabel independen harus memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel mediasi
- c. Variabel mediasi harus memiliki pengaruh signifikan

⁷⁰ Imas Saadah et al., "The Influence of Product Diversity, Price, and Service Quality on Repurchase Intention Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable," in *APSKI International Conference on Association of Indonesian Entrepreneurship Study Programs*, 2025, 126–141.

⁷¹ Agung Firatmadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan," *Journal of Business Studies* 2, no. 2 (2017): 80–105.

⁷² Dewi Maharani Purbasari dan Dewi Laily Purnamasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Pembelian Ulang," *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* 2, no. 1 (2018): 43–54.

terhadap variabel dependen pada saat variabel independen telah dimasukkan dalam persamaan regresi

- d. Pengaruh *intervening* akan terjadi secara penuh (*fully mediation*) apabila pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen menjadi tidak signifikan pada saat variabel *intervening* dimasukkan dalam persamaan regresi.⁷³

E. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono definisi operasional merupakan penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional paling tidak berisi tentang penjelasan terhadap variabel-variabel yang diteliti, melalui pendefinisian dan uraian yang lengkap dan mendalam dari berbagai referensi, sehingga ruang lingkup, kedudukan dan prediksi terhadap hubungan antar variabel yang akan diteliti menjadi lebih jelas dan terarah.⁷⁴ Adapun penjelasan operasional masing-masing variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Keragaman Produk	Tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah, kesesuaian dengan selera dan keinginan serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk	1) Variasi menu 2) Variasi kelengkapan menu 3) Variasi ukuran menu (level/tingkat kepedasan)

⁷³ Muthyah Ainunsary Mustafa, Cacik Rut Damayanti, dan Ferina Nurlaily, "The Effect of Corporate Social Responsibility and Intellectual Capital on Firm Value with Profitability as Intervening Variable," *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 13, no. 3 (2020): 198–211.

⁷⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D."

		dimiliki, dipakai atau dikonsumsi, oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. ⁷⁵	4) Variasi kualitas menu. ⁷⁶
2.	Kualitas Pelayanan	Menurut Parasuraman : Penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. ⁷⁷	1) <i>Tangibles</i> (yang teramati) 2) <i>Reliability</i> (keandalan) 3) <i>Responsiveness</i> (ketanggapan) 4) <i>Assurance</i> (jaminan) 5) <i>Empathy</i> (empati). ⁷⁸
3.	Keputusan Pembelian Ulang	Kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. ⁷⁹	1) Kembali membeli produk yang sama 2) Kembali mencoba varian lain dari produk yang sama 3) Merekomendasikan ke orang lain. ⁸⁰
4.	Kepuasan Konsumen	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan puas. ⁸¹	1) Kinerja Produk 2) Kebutuhan 3) Harapan ⁸²

⁷⁵ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*.

⁷⁶ Kotler dan Keller, "Marketing Management." Istilah variasi produk dalam penelitian ini merujuk pada variasi menu restoran.

⁷⁷ Handyana, Waloejo, dan Hidayat, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang."

⁷⁸ Angraini, "Kualitas Pelayanan Aplikasi E-Klaim Program Jaminan Hari Tua (JHT) di Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Kota Makassar (Studi Kasus PT. Sari Agrotama Persada)."

⁷⁹ Olson dan Paul, "Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran."

⁸⁰ Tetanoe, "Pengaruh Experiential Marketing terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variable Intervening di Breadtalk Surabaya Town Square."

⁸¹ Singh, Kotler, dan Keller, *Marketing Management*.

⁸² Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Mairead Brady, Malcolm Goodman, *Marketing Management*.

F. Instrumen Penelitian

Skala pengukuran digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Skala likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap *statement* atau pernyataan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Adapun skala likert yang dimaksud adalah sebagai berikut:⁸³

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Jawaban	Score
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Sugiyono, 2016)

Berdasarkan skala pengukuran yang telah ditetapkan menggunakan skala Likert, selanjutnya disajikan penjabaran indikator-indikator pada setiap variabel penelitian yang dirangkum dalam Tabel 3.3. Tabel ini menunjukkan indikator-indikator yang digunakan sebagai dasar pengukuran masing-masing konstruk penelitian.

⁸³ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D."

Tabel 3. 3 Indikator dan Butir Pertanyaan Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Kode
Keragaman Produk	Variasi Menu	Menu di Wizzmie tersedia dalam berbagai jenis pilihan.	KP1
		Ragam menu di Wizzmie memberikan alternatif pilihan dalam satu tempat.	KP2
	Variasi kelengkapan menu	Wizzmie menyediakan pilihan pelengkap menu seperti topping.	KP3
		Pelengkap menu di Wizzmie memungkinkan konsumen menyesuaikan pesanan.	KP4
	Variasi Ukuran Menu	Wizzmie menyediakan ukuran porsi menu yang cukup untuk satu kali konsumsi.	KP5
		Level/ukuran kepedasan menu Wizzmie dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumsi.	KP6
	Variasi Kualitas Menu	Wizzmie menyediakan menu dengan tingkat kualitas yang berbeda	KP7
	Variasi Kualitas Menu	Variasi kualitas menu di Wizzmie memengaruhi pilihan yang dibeli konsumen.	KP8
Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i>	Karyawan Wizzmie berpenampilan rapi saat melayani konsumen.	KL1
		Fasilitas dan peralatan di Wizzmie terlihat bersih dan tertata.	KL2
	<i>Reliability</i>	Karyawan Wizzmie memberikan informasi layanan dengan jelas.	KL3
		Pelayanan di Wizzmie dilakukan sesuai prosedur yang berlaku.	KL4
	<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	Karyawan Wizzmie melayani konsumen dengan cepat saat dibutuhkan.	KP5
		Karyawan Wizzmie tanggap terhadap permintaan dan keluhan konsumen.	KL6
	<i>Assurance</i> (jaminan)	Sikap karyawan Wizzmie menumbuhkan rasa percaya terhadap layanan.	KL7
		Karyawan Wizzmie bersikap sopan dalam melayani konsumen.	KL8
	<i>Empathy</i> (empati)	Karyawan Wizzmie memperhatikan kebutuhan konsumen.	KL9
		Karyawan Wizzmie berusaha memahami keinginan konsumen.	KL10

Kepuasan Konsumen	Kinerja Produk	Rasa menu Wizzmie konsisten setiap kali melakukan pembelian.	KK1
		Harga menu Wizzmie sebanding dengan kualitas yang diperoleh.	KK2
	Kebutuhan	Wizzmie menjadi pilihan ketika tidak ingin memasak di rumah.	KK3
		Menu Wizzmie sesuai dengan kebiasaan makan sehari-hari.	KK4
	Harapan	Pengalaman di Wizzmie sesuai dengan bayangan sebelum membeli.	KK5
		Keputusan membeli di Wizzmie memberikan hasil yang memuaskan.	KK6
Keputusan Pembelian Ulang	Kembali membeli produk yang sama	Ada keinginan untuk membeli kembali menu yang sama di Wizzmie.	KPU1
		Menu yang dipilih di Wizzmie sudah tepat.	KPU2
	Kembali mencoba varian lain dari produk yang sama	Pilihan menu yang beragam di Wizzmie mendorong untuk mencoba varian lain.	KPU3
		Pembelian menu yang berbeda dari biasanya pernah dilakukan di Wizzmie.	KPU4
	Merekomendasikan orang lain	Pengalaman di Wizzmie layak diceritakan kepada orang lain.	KPU5
		Wizzmie layak disarankan ketika ada permintaan rekomendasi.	KPU6

G. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Kuesioner disusun berdasarkan tabel operasionalisasi variabel dan disebarluaskan secara *daring* melalui media *Google Form* dengan membagikan tautan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber langsung dari responden, sehingga termasuk ke dalam data primer. Responden yang

dijadikan sampel penelitian adalah konsumen Wizzmie Kota Kediri yang telah melakukan pembelian ulang lebih dari dua kali.

Sebelum dilakukan pengumpulan data utama, kuesioner terlebih dahulu diuji melalui tahap *pre-test* untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Adapun tahapan pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner disebarakan pada tahap *pre-test* kepada 30 responden.
2. Data hasil *pre-test* digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian
3. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, kuesioner disebarakan kembali pada tahap *main test* hingga diperoleh jumlah responden sesuai dengan kriteria penelitian.
4. Data *main test* yang terkumpul berjumlah 97 responden dan selanjutnya dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS untuk menguji hipotesis penelitian

H. Analisis Jawaban Responden

Analisis jawaban responden dilakukan oleh peneliti untuk menjelaskan macam-macam karakteristik variabel dalam situasi tertentu. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan maksud mengetahui bagaimana tanggapan dan karakteristik responden atas kuesioner penelitian pada tiap-tiap butir pernyataan. Teknik analisis ini menggunakan nilai atas jawaban responden ataupun rata-rata skor yang diperoleh.⁸⁴ Nantinya jawaban

⁸⁴ Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, 7

tersebut yang didapatkan peneliti dari hasil pengisian kuesioner oleh peneliti kemudian akan dikelompokkan berdasarkan kategori dari interval untuk masing-masing variabel. Jawaban responden terhadap butir pertanyaan pada setiap variabel penelitian dapat diketahui melalui indeks penilaian. Dalam menentukan nilai indeks, dapat ditemukan dari angka berdasarkan rentang skala yang didapatkan dengan rumus:

Rentang Skala = (skor tertinggi – skor terendah) : banyaknya kriteria penilaian

$$\text{Rentang Skala} = (5-1) : 5 = 0,80$$

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, untuk setiap kategori jawaban rentang skala yang didapatkan adalah 0,80. Nilai itu akan digunakan nantinya sebagai dasar untuk menginterpretasikan penilaian rata-rata pada setiap indikator yang terdapat pada variabel penelitian. Berikut ini adalah rentang skala rata-rata dalam penilaian untuk mengetahui kategori penilaian dari setiap indikator penelitian :⁸⁵

Tabel 3. 4 Interpretasi Penilaian Jawaban Responden

Nilai Indeks	Kategori Penilaian
1,00 – 1,79	Sangat Rendah/sangat buruk
1,80 – 2,59	Rendah/buruk
2,60 – 3,39	Cukup/sedang
3,40 – 4,19	Tinggi/baik
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi/sangat baik

ed. (john wiley & sons, 2016), 95.

⁸⁵ *Ibid.*

I. Teknik Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur dengan bantuan *software SmartPLS* versi 4.1 yang mencakup pengujian outer model dan inner model, pengujian hipotesis, serta uji mediasi.

1. *Outer Model* (Pengukuran Model). *Outer model* menunjukkan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model.⁸⁶

a. Validitas Konvergen. Validitas konvergen adalah metrik keseluruhan dari model pengukuran reflektif yang mengukur sejauh mana indikator konvergen, sehingga menjelaskan varians item. Sering kali disebut sebagai komunalitas, itu dinilai dengan mengevaluasi varians rata-rata yang diekstraksi (AVE) di semua indikator yang terkait dengan konstruksi tertentu. AVE adalah rata-rata dari pemuatan kuadrat dari semua indikator yang terkait dengan konstruksi tertentu.⁸⁷ Uji validitas konvergen indikator reflektif dapat dilihat dari, sebagai berikut:⁸⁸

1) Nilai *Loading Factor*. *Rule Of Thumb* yang digunakan yaitu nilai *loading factor* untuk penelitian

⁸⁶ Imam Ghozali dan Karlina Aprilia Kusumadewi, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris*, 1 ed. (Yoga Pratama, 2023).

⁸⁷ Marko Sarstedt Joseph F. Hair, G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2 ed. (Thousand Oaks, California, USA: Sage Publications, 2019).

⁸⁸ Imam Ghozali, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris*.

confirmatory research harus > 0.70 maka dinyatakan valid

2) Nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Pada penelitian *confirmatory* maupun *exploratory research*, nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0.50. Tingkat ini atau lebih tinggi menunjukkan bahwa rata-rata konstruksi menjelaskan 50 persen atau lebih dari varians indikatornya.⁸⁹

b. Validitas Diskriminan. Validitas diskriminan mengevaluasi sejauh mana suatu konstruksi berbeda dari konstruk lain. Prinsip yang mendasari validitas diskriminan adalah menilai seberapa unik indikator-indikator sebuah konstruk direpresentasikan konstruk itu dibandingkan dengan seberapa banyak konstruk itu berkorelasi dengan semua konstruk lain dalam model.⁹⁰ Cara untuk menguji validitas diskriminan dengan indikator reflektif yaitu:⁹¹

1) Kriteria *Fornell-Lacker* (Membandingkan akar kuadrat AVE). *Rule Of Thumb* pada AVE, validitas diskriminan yang baik ditunjukkan dari akar kuadrat

⁸⁹ Joseph F. Hair, G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

⁹⁰ Ibid.

⁹¹ Hengky Latan Imam Ghozali, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*, 2 ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2020).

AVE setiap konstruk > korelasi antar konstruk dalam model.

- 2) HTMT (*Heteroit-Monotroit Ratio*). *Rule Of Thumb* pada nilai HTMT yang tinggi menunjukkan masalah dengan validitas diskriminan. nilai HTMT > 0,90 menunjukkan kurangnya validitas diskriminan, sedangkan HTMT < 0.90 sangat baik. selain memeriksa ukuran nilai HTMT, para peneliti harus menggunakan prosedur *bootstrapping* untuk menentukan apakah nilai HTMT secara statistik secara signifikan lebih rendah dari satu.⁹²

- c. Reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Pada uji ini dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk.⁹³ Dalam mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- 1) *Cronbach's Alpha*. Digunakan untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai rendah. *Rule Of Thumb* yang digunakan yaitu jika nilai *composite reliability* > 0.70 maka dapat diterima

⁹² Joseph F. Hair, G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

⁹³ Imam Ghazali, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*.

untuk penelitian *confirmatory* dan nilai > 0.60 masih dapat diterima untuk *exploratory research*.

- 2) *Composite Reliability. Rule Of Thumb* yang digunakan yaitu nilai *composite reliability* harus > 0.70 pada penelitian *confirmatory* dan nilai $0.60-0.70$ masih dapat diterima untuk penelitian *exploratory*.

2. *Inner Model* (Pengujian Model Struktural). *Inner model* adalah model struktural yang menghubungkan antar variabel laten. Berdasarkan nilai koefisien jalur untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel laten dengan perhitungan *bootstrapping*. Adapun tahapan evaluasi dilakukan dengan melihat kriteria nilai *R-Square* dan nilai signifikansi.⁹⁴

- a. Koefisien Determinasi (R^2). Menilai model struktural dalam PLS diawali dengan melihat nilai *R-square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Hasil *R-square* merepresentasikan jumlah varian dari konstruk yang dijelaskan oleh model. *Rule of thumb* untuk nilai *R-square* adalah: nilai 0.75 , 0.50 dan 0.25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah.⁹⁵
- b. *Effect Size* (f^2). *Effect size* (f^2) digunakan sebagai ukuran untuk menilai pengaruh substantif variabel laten eksogen

⁹⁴ Suhardi M Anwar Rahmad Solling Hamid, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*, 1 ed. (Jakarta: Inkubator Penulis Indonesia, 2019).

⁹⁵ Imam Ghozali, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*.

terhadap variabel laten endogen. Cohen mengatakan bahwa *effect size* (F^2) yang disarankan adalah diatas 0.15, dimana dengan variabel laten eksogen memiliki pengaruh moderat pada level struktural.⁹⁶

- c. *Predictive Relevance* (Q^2). *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga parameteranya. Nilai *Q-square* lebih besar 0 (nol) menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Untuk menghitung Q^2 dapat digunakan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

- d. Uji Hipotesis (*Two Tailed*). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan secara dua arah (*two tailed*) karena penelitian tidak hanya menguji arah pengaruh tertentu, melainkan menguji ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Oleh karena itu, kriteria pengujian signifikansi ditentukan berdasarkan nilai *T-statistic* > 1,96 pada tingkat signifikansi (α) sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 95%. Apabila nilai *T-statistic* lebih besar dari 1,96, maka hipotesis penelitian dinyatakan diterima. Sebaliknya, apabila nilai *T-statistic* \leq 1,96, maka hipotesis ditolak.⁹⁷
- e. Uji Mediasi (*Indirect Effect*). Chin menyatakan bahwa analisis *indirect effect* bertujuan untuk menguji hipotesis dari

⁹⁶ Tiolina Evi dan Widarto Rachbini, *Partial Least Squares (Teori Dan Praktek)* (Tahta Media Group, 2023).

⁹⁷ Joseph F. Hair, G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dimediasi oleh suatu variabel mediasi yang mempunyai kriteria sebagai berikut:⁹⁸

- 1) Jika nilai *P-Value* < 0,05, maka signifikan (memiliki pengaruh tidak langsung), yang berarti variabel mediasi “berperan” untuk memediasi hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai *P-Value* > 0,05, maka tidak signifikan (memiliki pengaruh langsung), yang berarti variabel mediasi “tidak berperan” dalam memediasi hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

J. Hasil Uji Instrumen *Pre-Test* dengan 30 Responden

Berikut adalah hasil uji validitas pre-test dengan 30 responden awal yang memenuhi kriteria yaitu pernah membeli produk Wizzmie Kota Kediri lebih dari satu kali. Pengujian instrumen penelitian diawali dengan uji validitas konvergen dan reliabilitas untuk memastikan setiap indikator mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara konsisten. Hasil pengujian tersebut disajikan pada Tabel 3.5

⁹⁸ Wynne W. Chin, “The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling,” in George A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1998), 295–336.

Tabel 3. 5 Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas Instrumen

No.	Variabel	Kode Indikator	Uji Validitas Konvergen		Keterangan	Uji Reliabilitas		Keterangan
			<i>Loading Factor</i> > 0.70	AVE > 0.50		<i>Cronbach's alpha</i> > 0,60	<i>Composite Reliability</i> > 0.60	
1	Keragaman Produk	KP1	0.905	0.762	valid	0.955	0.962	reliabel
2		KP2	0.878		valid			reliabel
3		KP3	0.881		valid			reliabel
4		KP4	0.887		valid			reliabel
5		KP5	0.882		valid			reliabel
6		KP6	0.920		valid			reliabel
7		KP7	0.796		valid			reliabel
8		KP8	0.828		valid			reliabel
9	Kualitas Pelayanan	KL1	0.897	0.716	valid	0.956	0.962	reliabel
10		KL2	0.808		valid			reliabel
11		KL3	0.817		valid			reliabel
12		KL4	0.888		valid			reliabel
13		KL5	0.786		valid			reliabel
14		KL6	0.866		valid			reliabel
15		KL7	0.898		valid			reliabel
16		KL8	0.852		valid			reliabel
17		KL9	0.821		valid			reliabel
18		KL10	0.819		valid			reliabel
19	Kepuasan Konsumen	KK1	0.889	0.812	valid	0.953	0.963	reliabel
20		KK2	0.914		valid			reliabel
21		KK3	0.907		valid			reliabel
22		KK4	0.859		valid			reliabel
23		KK5	0.911		valid			reliabel
24		KK6	0.924		valid			reliabel
25	Keputusan Pembelian Ulang	KPU1	0.921	0.829	valid	0.959	0.967	reliabel
26		KPU2	0.906		valid			reliabel
27		KPU3	0.867		valid			reliabel
28		KPU4	0.949		valid			reliabel
29		KPU5	0.924		valid			reliabel
30		KPU6	0.895		valid			reliabel

(Sumber: Data Primer Diolah, 2026)

Setelah dilakukan pengujian validitas konvergen melalui nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE), serta pengujian reliabilitas melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, selanjutnya dilakukan pengujian validitas diskriminan menggunakan pendekatan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT).

Tabel 3. 6 Uji Validitas Diskriminan (HTMT)

	Kepuasan Konsumen	Keputusan Pembelian Ulang	Keragaman Produk	Kualitas Pelayanan
Kepuasan Konsumen				
Keputusan Pembelian Ulang	0.515			
Keragaman Produk	0.451	0.449		
Kualitas Pelayanan	0.267	0.422	0.596	

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Hasil pengujian HTMT menunjukkan bahwa seluruh nilai rasio antar konstruk berada di bawah batas 0.90. Nilai HTMT tertinggi sebesar 0.596 terdapat pada hubungan antara variabel Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam penelitian memiliki tingkat perbedaan yang memadai dan telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Berdasarkan hasil seluruh rangkaian pengujian instrumen yang meliputi uji validitas konvergen, uji reliabilitas, dan uji validitas diskriminan, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur konstruk secara konsisten dan saling membedakan antar konstruk dengan baik. Dengan demikian, instrumen penelitian dinilai telah memenuhi kelayakan secara metodologis dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data pada penelitian utama.