

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Point Coffee merupakan merek kedai kopi yang dikembangkan oleh PT Indomarco Prismatama (Indomaret Group) dan beroperasi dengan konsep grab-and-go melalui integrasi gerai di dalam jaringan minimarket Indomaret. Konsep ini ditujukan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh produk kopi berkualitas secara cepat, praktis, dan terjangkau. Laporan Indoritel tahun 2024 yang dirilis pada April 2025 menyebutkan bahwa sebagian gerai Indomaret kini dilengkapi dengan layanan Point Coffee sebagai bentuk penguatan nilai tambah ritel modern terhadap kebutuhan konsumen urban (Indoritel, 2025).

Dalam hal ekspansi bisnis, Point Coffee menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hingga tahun 2023, Point Coffee telah memiliki lebih dari 1.200 outlet yang tersebar di lebih dari 120 kota dan kabupaten di Indonesia. Jangkauan yang luas ini dimungkinkan karena pemanfaatan jaringan Indomaret yang memiliki lokasi strategis dan tingkat kunjungan konsumen yang tinggi (Indomaret, 2023). Pencapaian tersebut memperkuat posisi Point Coffee sebagai salah satu pemain utama di kategori convenience coffee shop di Indonesia.

Komitmen Point Coffee terhadap kualitas produk ditunjukkan melalui pemilihan biji kopi 100% lokal Indonesia yang digunakan dalam seluruh proses penyajian minuman kopi. Upaya ini juga didukung oleh pelatihan barista serta penerapan standar operasional yang konsisten untuk menjaga mutu dan cita rasa produk. Laporan media terbaru mengemukakan bahwa penggunaan kopi lokal menjadi salah satu strategi Point Coffee dalam memperkuat identitas merek sekaligus mendukung rantai pasok kopi nasional (Terkini.id, 2025).

Dari sisi keamanan dan kepatuhan regulasi, Point Coffee telah memperoleh sertifikat halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) pada 20 Juli 2023. Sertifikasi ini menjadi bukti komitmen perusahaan dalam memastikan bahwa seluruh bahan baku dan proses produksi sesuai dengan standar Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). LPPOM MUI juga menegaskan bahwa sertifikasi tersebut merupakan bentuk kepatuhan Point Coffee terhadap regulasi halal nasional sekaligus upaya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen (LPPOM MUI, 2023; Indomaret, 2023).

Karakteristik Point Coffee sebagai coffee shop berbasis convenience retail menjadi konteks yang tepat untuk menguji pembentukan customer habit secara empiris. Dalam model penelitian ini, konsep grab-and-go yang menekankan pengalaman konsumsi sederhana, repetitif, dan cepat (rata-rata waktu transaksi kurang dari 2 menit) memungkinkan terjadinya pembentukan kebiasaan (habit) melalui paparan berulang terhadap elemen-elemen kunci seperti brand awareness (melalui visibilitas gerai di minimarket), perceived service quality (kecepatan pelayanan dan keramahan barista), perceived product quality (konsistensi rasa kopi lokal), dan physical environment (desain gerai yang nyaman dan terintegrasi). Elemen-elemen ini secara teoritis memengaruhi customer satisfaction sebagai variabel intervening, yang selanjutnya membentuk customer habit sebagai mediasi menuju intention to revisit. Pemilihan Point Coffee sebagai objek penelitian relevan karena konteks ritel convenience-nya mencerminkan dinamika pasar kopi Indonesia yang kompetitif, di mana habit-forming menjadi faktor diferensiasi utama dibandingkan kompetitor seperti Starbucks atau Janji Jiwa. Pendekatan ini selaras dengan studi Lee (2022) yang menekankan peran antecedent variabel dalam membangun loyalitas berbasis kebiasaan, sehingga penelitian ini dapat memberikan kontribusi empiris untuk pengembangan strategi bisnis di industri kopi lokal.

3.2 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode survei, yakni pendekatan dalam penelitian kuantitatif yang mengumpulkan informasi dari responden melalui instrumen kuesioner yang telah disusun sebelumnya. Hartono (2019) menjelaskan bahwa survei memperoleh data dari sejumlah individu yang dipilih sebagai sampel,

sehingga tidak melibatkan seluruh anggota populasi seperti pada metode sensus. Karena hanya sebagian populasi yang dijadikan sumber data, proses penentuan sampel harus dilakukan secara hati-hati dengan memilih teknik sampling yang sesuai. Langkah ini penting agar data yang diperoleh mampu mewakili karakteristik populasi secara memadai dan memungkinkan hasil penelitian untuk digeneralisasikan ke kelompok yang lebih luas.

Metode survei digunakan dalam penelitian ini karena memberikan kemudahan bagi peneliti untuk mengumpulkan data dalam waktu relatif singkat dan dengan biaya yang lebih efisien, khususnya ketika jumlah responden banyak dan lokasinya tersebar. Pengumpulan datanya dilakukan menggunakan kuesioner tertutup, yang dirancang secara sistematis berdasarkan indikator-indikator teoritis dari masing-masing variabel penelitian, sehingga instrumen tersebut mampu mengukur variabel secara terstruktur dan konsisten.

Dari sisi pendekatannya, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka yang kemudian diolah menggunakan metode statistik. Menurut Sahir (2022), pendekatan kuantitatif bertujuan menghasilkan temuan yang objektif, terukur, dan dapat diuji secara empiris. Penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti memperoleh data yang sistematis dan konsisten dari setiap responden.

Agar instrumen penelitian benar-benar dapat digunakan secara tepat, setiap butir pernyataan terlebih dahulu dianalisis melalui uji validitas dan reliabilitas. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara konsisten dan akurat, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya serta mendukung pencapaian tujuan penelitian secara keseluruhan.

Ditinjau dari tujuan penelitian dan pendekatan yang digunakan, studi ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif sekaligus verifikatif (eksplanatori). Pada aspek deskriptif, penelitian ini berupaya menyajikan pemetaan yang terstruktur mengenai bagaimana responden menilai dan merespons berbagai variabel yang diteliti, yaitu Brand Awareness, Perceived Product Quality, Perceived Service Quality, Physical Environment, Customer Satisfaction, Customer Habit, serta Revisit Intention pada konsumen Point Coffee. Melalui

pendekatan ini, peneliti dapat memahami kondisi empiris setiap variabel secara lebih rinci sebelum dilakukan pengujian hubungan antarvariabel.

Sementara itu, penelitian verifikatif atau eksplanatori dalam studi ini Melalui pendekatan ini, hubungan kausal antarvariabel dapat dianalisis secara mendalam sehingga diperoleh pemahaman empiris yang lebih kuat mengenai mekanisme pengaruh yang terjadi.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian, populasi diartikan sebagai keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan topik yang sedang diteliti. Populasi menjadi dasar bagi peneliti dalam menentukan cakupan studi karena mencerminkan kelompok yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Hardani et al. (2020), populasi merupakan sekumpulan elemen atau individu yang memiliki kesamaan sifat, karakteristik, atau ciri-ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sehingga dapat digunakan sebagai sumber data untuk ditelaah dan ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, populasi tidak hanya menjadi batasan ruang lingkup penelitian, tetapi juga mempengaruhi akurasi generalisasi temuan yang dihasilkan.

Priadana dan Sunarsi (2021) juga menyatakan bahwa populasi merupakan keseluruhan individu atau entitas yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan tujuan penelitian. Dengan merujuk pada definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Point Coffee di Kota Tangerang Selatan yang telah melakukan pembelian produk minimal dua kali. Kriteria tersebut ditetapkan karena konsumen yang pernah melakukan pembelian berulang dianggap lebih mampu memberikan informasi yang relevan mengenai pengalaman konsumsi, tingkat kepuasan, kebiasaan berkunjung, serta kecenderungan mereka untuk kembali melakukan pembelian di Point Coffee.

3.3.2 Sampel

Sembiring et al. (2023) menyatakan bahwa **sampel** merupakan bagian tertentu dari populasi yang diambil untuk diteliti dengan lebih rinci, sehingga dapat

menggambarkan karakteristik populasi secara menyeluruh. Meskipun jumlahnya tidak sebesar populasi, sampel memiliki fungsi penting dalam menghasilkan temuan yang representatif, asalkan proses pemilihannya dilakukan secara benar dan sesuai dengan kriteria penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, yaitu metode yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi bagian dari sampel (Hardani et al., 2022). Pendekatan ini dipilih karena peneliti tidak dapat mengidentifikasi seluruh konsumen Point Coffee di Tangerang Selatan secara menyeluruh, sehingga diperlukan pemilihan responden secara selektif berdasarkan kesesuaian dengan kriteria penelitian.

Jenis teknik sampling yang digunakan adalah **purposive sampling**, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti, sehingga responden yang terpilih benar-benar sesuai dan relevan dengan kebutuhan penelitian (Sihotang, 2023). Dengan menggunakan pendekatan ini, hanya individu yang memenuhi persyaratan penelitian yang dijadikan partisipan. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang pernah membeli produk Point Coffee minimal dua kali.
2. Berusia minimal 17 tahun, sehingga dianggap telah mampu memberikan penilaian rasional.
3. Berdomisili di wilayah Tangerang Selatan.

Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (infinite population), ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rekomendasi Hair et al. (2022) dalam Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hair et al. (2022) merekomendasikan bahwa jumlah sampel minimal sebaiknya berada di rentang 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam model, tergantung pada kompleksitas model dan kekuatan efek yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, terdapat total 25 indikator yang digunakan untuk mengukur lima konstruk laten (brand awareness, perceived service quality, perceived product quality, physical environment, customer satisfaction, customer habit, dan intention to revisit). Untuk memastikan stabilitas estimasi model,

khususnya pada model PLS-SEM peneliti memilih kelipatan 7 sebagai faktor pengali. Pemilihan kelipatan 7 ini didasarkan pada pertimbangan Model penelitian yang memiliki empat variabel independen, satu variabel intervening (customer satisfaction), satu variabel mediasi (customer habit), dan satu variabel dependen (intention to revisit), sehingga termasuk model dengan jalur mediasi ganda dan berjenjang. Hair et al. (2022) menyarankan bahwa pada model dengan tingkat kompleksitas seperti ini, kelipatan di atas 5 (misalnya 7 atau 8) lebih disarankan untuk mengurangi risiko bias estimasi dan meningkatkan kekuatan statistik (power) deteksi efek mediasi.

Stabilitas estimasi PLS-SEM: Pendekatan PLS-SEM cenderung lebih robust pada sampel kecil dibandingkan CB-SEM, namun tetap memerlukan sampel yang cukup untuk menghasilkan estimasi parameter yang stabil, terutama pada model dengan banyak jalur. Kelipatan 7 (175 responden) berada di tengah rentang yang direkomendasikan (125–250 responden untuk 25 indikator), sehingga dianggap cukup untuk memastikan stabilitas koefisien jalur dan signifikansi efek mediasi.

Praktik empiris terkini: Beberapa penelitian terbaru yang menggunakan PLS-SEM dengan model serupa (misalnya dengan efek mediasi berjenjang) juga menerapkan kelipatan 7–8 (contoh: Kock & Mayr, 2023; Sarstedt et al., 2021), yang menunjukkan bahwa pilihan ini telah diterima dalam literatur terkini.

Berdasarkan pertimbangan di atas, peneliti menetapkan ukuran sampel minimal sebanyak 175 responden ($25 \text{ indikator} \times 7$). Dalam pelaksanaannya, penelitian ini berhasil mengumpulkan 200 responden yang memenuhi kriteria (konsumen Point Coffee yang telah membeli minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir), sehingga melebihi batas minimal yang disarankan dan mendukung validitas serta reliabilitas hasil analisis.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Priadana dan Sunarsi (2021) menyatakan bahwa kualitas data dalam penelitian dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu instrumen pengumpulan data, prosedur pengumpulan, serta teknik pengolahan data. Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari

responden melalui penyebaran kuesioner. Instrumen kuesioner tersebut disusun dengan mengacu pada indikator setiap variabel penelitian yang telah ditetapkan dalam tabel operasionalisasi variabel.

Penyebaran kuesioner dilakukan melalui dua metode, yaitu secara online menggunakan Google Form dan secara langsung di beberapa gerai Point Coffee di Tangerang Selatan kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Kombinasi kedua cara tersebut membantu peneliti menjangkau kelompok responden yang lebih beragam sekaligus mempercepat proses pengumpulan data. Setiap item kuesioner diukur menggunakan Skala Likert 5 poin yang digunakan untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel 3.1. Skala Penilaian Likert

No	Opsi Jawaban	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Data diolah (2025)

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS) untuk mengevaluasi hubungan antara variabel laten yang memiliki struktur saling keterkaitan serta terdiri dari sejumlah indikator. Pendekatan PLS dipilih karena menawarkan fleksibilitas yang lebih tinggi dibandingkan regresi linier berganda (OLS), analisis faktor, maupun model persamaan struktural berbasis kovarian (SEM-CB). Metode ini juga dinilai lebih tepat ketika penelitian melibatkan jumlah sampel yang tidak terlalu besar namun memuat banyak konstruk dan indikator (Ghozali, 2021).

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Aplikasi ini dipilih karena kompatibel dengan rancangan penelitian yang menggunakan model reflektif. Pada model reflektif, setiap indikator dipandang sebagai representasi atau manifestasi dari variabel laten, sehingga setiap perubahan yang terjadi pada konstruk akan tampak pada nilai indikator-indikatornya (Ghozali & Latan, 2020).

Teknik Structural Equation Modeling dengan pendekatan Partial Least Square (PLS-SEM) digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi hubungan antarvariabel laten secara simultan dan menyeluruh. Metode ini memberikan fleksibilitas yang tinggi dalam menguji model yang kompleks, termasuk melihat besarnya pengaruh langsung maupun tidak langsung (mediasi) antarvariabel yang diteliti. Menurut Ghozali dan Latan (2020), proses analisis dalam PLS-SEM terdiri atas dua tahap utama, yaitu:

1. Model Pengukuran (Outer Model), yang menjelaskan hubungan antara variabel laten dan indikator-indikatornya.
2. Model Struktural (Inner Model), yang menggambarkan hubungan antarvariabel laten (konstruk) di dalam model penelitian.

3.6 Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran berperan untuk mengevaluasi tingkat keandalan dan ketepatan instrumen dalam merepresentasikan konstruk yang diteliti. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa setiap indikator benar-benar mencerminkan variabel laten yang diukur serta menunjukkan konsistensi internal yang memadai (Ghozali & Latan, 2020). Pada analisis outer model, terdapat tiga komponen utama yang diperiksa, yaitu validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit, yang keseluruhannya digunakan untuk menilai kualitas pengukuran dalam penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas berkaitan dengan kemampuan suatu instrumen untuk benar-benar mengukur konstruk yang menjadi tujuan pengukuran. Pada pendekatan PLS-SEM, pengujian validitas umumnya dikelompokkan ke dalam dua bentuk utama, yaitu:

1. Convergent Validity

Pengujian validitas konvergen dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh indikator dalam satu konstruk benar-benar merepresentasikan konsep yang sama serta bergerak searah satu dengan lainnya. Indikator dianggap layak apabila mampu menunjukkan kontribusi kuat terhadap variabel laten. Dalam PLS-SEM, kelayakan tersebut ditunjukkan melalui nilai *loading factor* yang idealnya berada di atas 0,70, karena angka tersebut mencerminkan kemampuan indikator dalam menjelaskan variabel yang diwakilinya. Selain itu, penilaian juga mengacu pada nilai Average Variance Extracted (AVE). Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila AVE melampaui 0,50, yang berarti konstruk tersebut dapat menyerap dan menjelaskan proporsi varians indikator yang lebih besar daripada varians kesalahan pengukurannya. Dengan demikian, kedua ukuran tersebut memastikan bahwa indikator-indikator dalam konstruk memiliki kesesuaian dan ketepatan yang memadai.

2. Discriminant Validity

Uji validitas diskriminan dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model benar-benar berdiri sebagai konsep yang berbeda dan tidak saling tumpang tindih. Dalam PLS-SEM, pengujian ini dilakukan melalui tiga pendekatan utama. Pertama, *cross loading*, yaitu membandingkan korelasi indikator terhadap konstruk asalnya dengan korelasi terhadap konstruk lainnya; validitas diskriminan terpenuhi apabila nilai *loading* indikator paling tinggi muncul pada konstruk yang seharusnya diukur. Kedua, kriteria Fornell–Larcker, di mana akar kuadrat AVE dari setiap konstruk harus lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain, sehingga menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan varians indikatornya sendiri lebih baik dibandingkan varians konstruk lain. Ketiga, Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT), yang mengevaluasi tingkat

perbedaan antar konstruk melalui rasio korelasi; nilai HTMT yang berada di bawah ambang 0,85 atau 0,90 menandakan bahwa konstruk memiliki pemisahan yang memadai. Ketiga pendekatan tersebut memberikan dasar kuat bahwa masing-masing variabel laten dalam model diukur secara berbeda dan tidak saling memengaruhi pengukuran satu sama lain.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan tingkat konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan data yang stabil ketika digunakan untuk mengukur konstruk yang sama. Dalam PLS-SEM, pengujian reliabilitas dilakukan melalui dua ukuran utama. Pertama, **Cronbach's Alpha**, yang menilai konsistensi internal berdasarkan korelasi antarindikator dalam satu konstruk. Kedua, **Composite Reliability**, yang dianggap lebih akurat karena mempertimbangkan kontribusi masing-masing indikator sesuai dengan *loading*-nya. Konstruk dinyatakan reliabel apabila kedua nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,70, yang menunjukkan bahwa indikator mampu memberikan hasil pengukuran yang ajek dan dapat dipercaya.

1. Nilai Cronbach's Alpha digunakan untuk menilai konsistensi internal antarindikator dalam satu konstruk.
2. Nilai Composite Reliability digunakan untuk menilai tingkat keandalan konstruk secara keseluruhan.

Sebuah instrumen dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik apabila nilai Cronbach's Alpha maupun Composite Reliability melebihi angka 0,70. Ambang tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam konstruk mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten. Di antara kedua ukuran tersebut, Composite Reliability sering dianggap lebih representatif karena menghitung reliabilitas berdasarkan bobot loading masing-masing indikator, sehingga tidak dipengaruhi oleh banyaknya item yang digunakan dalam konstruk (Ghozali & Latan, 2020).

Tabel 3.3 Rule of Thumb Outer Model

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb
Convergent Validity	Loading Factor	> 0.70
	Average Variance Extracted (AVE)	> 0.50
Discriminant Validity	Cross Loading	> 0.70
Reliabilitas	Cronbach's Alpha	> 0.70
	Composite Reliability	> 0.70

Sumber: Ghazali dan Latan (2020)

3.7 Model Struktural (Inner Model)

Model struktural, atau yang sering disebut *inner model*, berfungsi untuk memetakan pola hubungan kausal antarvariabel laten dalam penelitian. Model ini menampilkan bagaimana satu konstruk memengaruhi konstruk lainnya, baik melalui pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, maupun mekanisme mediasi yang terjadi di dalam struktur model (Ghozali & Latan, 2020). Untuk menilai seberapa baik model ini bekerja, digunakan nilai R-Square (R^2), yaitu ukuran yang menggambarkan proporsi varians variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independennya. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin kuat kemampuan model dalam menjelaskan dinamika hubungan antarvariabel.

Tabel 3.4 Rule of Thumb Inner Model Berdasarkan Nilai R-Square

Kriteria	Rule of Thumb
R-Square	0.75 (kuat), 0.50 (sedang), 0.25 (lemah)

Sumber: Ghazali dan Latan (2020)

3.8 Uji Hipotesis

Setelah memastikan bahwa model pengukuran dan model struktural telah memenuhi seluruh persyaratan evaluasi, tahap berikutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Pengujian ini dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS untuk memperoleh estimasi parameter yang lebih akurat dan tidak bergantung pada asumsi distribusi data. Mengacu pada Ghazali dan Latan (2020),

penentuan signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai **T-Statistic** hasil *bootstrapping* dengan batas kritis sebesar **1,96** pada tingkat signifikansi **p-value 0,05**. Apabila T-Statistic berada di atas nilai tersebut, maka hipotesis dianggap memiliki dukungan empiris dan dinyatakan signifikan.

1. Jika $T\text{-Statistic} > 1,96$ dan $p\text{-value} < 0,05$, maka hipotesis diterima (pengaruh signifikan).
2. Jika $T\text{-Statistic} \leq 1,96$, maka hipotesis ditolak (pengaruh tidak signifikan).

3.9 Analisis Jalur (Path Analysis)

Jika model penelitian memuat variabel mediasi, maka diperlukan analisis jalur untuk menilai bagaimana pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung terbentuk antarvariabel. Melalui analisis ini, peneliti dapat melihat sejauh mana variabel mediasi berkontribusi dalam menjembatani hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah memperkuat, memperlemah, atau bahkan mengubah arah hubungan tersebut (Ghozali & Latan, 2020). Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme kausal yang terjadi dalam model penelitian.

Analisis jalur dipilih karena mampu menangkap pola hubungan sebab-akibat yang lebih rumit dibandingkan dengan analisis regresi berganda konvensional. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi secara menyeluruh mekanisme pengaruh antarvariabel, termasuk peran variabel mediasi. Sebagai contoh, teknik ini digunakan untuk memahami bagaimana **Customer Habit** bertindak sebagai variabel perantara yang memediasi pengaruh **Customer Satisfaction** terhadap **Revisit Intention** pada konsumen Point Coffee di Tangerang Selatan, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan kausal yang terjadi.