

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan metode penelitian yang menggunakan data numerik tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang dimana penelitian ini mendeskripsikan, memprediksi dan meneliti suatu fenomena atau hubungan antar variabel. Data numerik ini dapat berupa angka, skor atau hasil pengukuran lainnya.

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2019) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk dapat menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian kuantitatif melibatkan pengumpulan data melalui instrumen terstruktur seperti survei, kuesioner, tes dan observasi terstruktur. Kemudian data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menemukan pola, hubungan dan perbedaan antar variabel.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *Fore Coffee* di Surabaya. Surabaya merupakan kota yang dipilih peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, salah satunya karena adanya penambahan outlet baru untuk *Fore Coffe* sendiri. Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu 5 bulan dimulai pada bulan Maret – Juli 2024.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009), (Sugiyono, 2019) populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian populasi tidak hanya orang, tetapi obyek dan benda- benda alam lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki suatu subyek atau obyek tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berniat untuk membeli kembali produk dan juga konsumen *Fore Coffee* di Surabaya. Di kota Surabaya untuk total outlet *Fore Coffee* terdapat 9 outlet. Hal tersebut memudahkan untuk masyarakat dapat menikmati produk pada masing-masing outlet yang sudah tersedia.

Tabel 3. 1 Jumlah Outlet *Fore Coffee* di Kota Surabaya

No	Nama Outlet	Alamat
1	Fore Coffee Tunjungan Plaza 6	Jalan Embong Malang Level 3, Tunjungan Plaza 6
2	Fore Coffee Tunjungan Plaza 3	Jalan Basuki Rahmat Lantai 3 Unit 3,92 Tunjungan Plaza 3
3	Fore Coffee Gwalk Citraland	Jalan Puri Widya Kencana K1-19 Citraland Surabaya
4	Fore Coffee Pakuwon Mall	Pakuwon Mall, <i>Food Society</i> , Lt.2.
5	Fore Coffee Pucang Anom Timur	Jalan Pucang Anom Timur. No. 25
6	Fore Coffee Royal Plaza Surabaya	Royal Plaza Lantai Lower Ground Jalan. Jend. A.Yani No. 16-18 Wonokromo Surabaya
7	Fore Coffee Sulawesi	Jalan Sulawasi, Ngagel Surabaya
8	Fore Coffee Indragiri	Jalan Indragiri 9 Kel.Darmo, Kec. Wonokromo Surabaya
9	Fore Coffee Pakuwon City Mall	Jalan KJW Putih Mutiara X No.17

Sumber : Web *Fore Coffee*

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2009), (Sugiyono, 2019) pengertian sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam kasus di mana populasi besar dan peneliti tidak memiliki dana, tenaga, atau waktu yang cukup untuk mempelajari setiap aspeknya, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut untuk mempelajari sebagian dari populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi dapat mewakili atau representatif bagi populasi tersebut. Teknik penentuan yang digunakan pada penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Teknik *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* yaitu sampel yang ditetapkan dalam penelitian dengan menentukan ciri-ciri tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk kriteria populasi dalam penelitian ini, ditetapkan sebagai berikut :

1. Pada usia 19-50 tahun.
2. Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan.
3. Pekerjaan : Mahasiswa, karyawan, pengusaha dan profesional muda lainnya.
4. Pernah melakukan pembelian produk *Fore Coffee* setidaknya minimal 2-3 kali.
5. Konsumen yang berdomisili di Kota Surabaya.

Selanjutnya, dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, untuk jumlah populasi yang belum diketahui maka peneliti menetapkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *Lemeshow*. Jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan rumus *Lemeshow*, sebagai berikut :

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times P(1-P)}{d^2}$$

n = Jumlah Sampel

Z = Skor Kepercayaan 95% atau sig 0.05

P = Proporsi maksimal (0,5)

D = Alpha (0,1) atau 10%

Melalui rumus diatas maka perhitungan matematis dalam penelitian ini adalah :

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

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

n= 96,04 dibulatkan menjadi 96 Responden

Sehingga dengan menggunakan rumus *Lemeshow* pada penelitian ini, maka sampel yang diambil berjumlah 96,04 sampel yang sesuai dengan kriteria. Total Hasil sampel dibulatkan menjadi 96 untuk proses pengolahan data.

3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

- a. Kualitas produk sebagai variabel bebas atau variabel independen, yang mengakibatkan perubahan pada variabel terikat atau variabel dependen, yang dilambangkan dengan (X) atau (X1) yang menunjukkan variabel pertama. Kualitas produk adalah ukuran atau Tingkat sejauh mana suatu produk dapat memenuhi spesifikasi, harapan, dan persyaratan yang telah ditetapkan. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan produk untuk melakukan fungsinya, seperti daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang diperoleh melalui penyeluran. Sebuah bisnis harus terus meningkatkan produk atau jasanya karena produk yang lebih baik dapat membuat pelanggan merasa puas. Segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler,2001).

- b. Harga sebagai variabel bebas atau variabel *independent*, yang mengakibatkan perubahan pada variabel terikat atau variabel dependen yang dilambangkan dengan (X) atau (X₂) yang menunjukkan bahwa variabel independent kedua. Menurut (Philip Kotler dalam Meithiana Indrasari, 2019, p. 46) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini
- c. Citra merek sebagai variabel bebas atau independent yang mengakibatkan perubahan pada variabel terikat atau variabel dependen, yang dilambangkan dengan (X) atau (X₃) yang menunjukkan bahwa variabel independent ketiga. Citra merek merupakan suatu persepsi yang muncul dibenak konsumen ketika mengingat merek dari suatu produk tertentu. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), (Dr.M.Anang Firmansyah.SE, 2023). Merek didefinisikan sebagai nama, istilah, tanda, lambang, atau desain yang menunjukkan identitas suatu produk atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membuat produk tersebut berbeda dari produk pesaing.
- d. Minat beli ulang sebagai variabel terikat atau dependen yang dilambangkan dengan (Y). Minat beli ulang adalah dorongan atau keinginan bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Minat pembelian ulang diartikan, sebagai suatu tahap dimana reaksi responden atau konsumen bertindak setelah konsumen merasakan suatu kepuasan (Savitri & Wardana, 2018) dalam (Hidayat & Paramita, 2021). Tindakan pembelian ulang, juga dikenal sebagai niat pembelian ulang, adalah keinginan untuk membeli kembali suatu barang atau jasa karena merasa puas dengan barang atau jasa

tersebut. Menurut Kusdyah (2012) dalam (Manajemen, n.d.) , ketika kinerja produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli barang atau jasa tersebut lagi.

Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator
1.	Kualitas Produk (X1)	Menurut (Cahya dan Simanjuntak, 2012), dalam (Sartika, 2017) indikator kualitas produk antara lain: a. Aman Dikonsumsi b. Kesan Kualitas c. Cita Rasa
2.	Harga (X2)	Menurut Kotler (2008:345), (Meithiana Indrasari, 2019) terdapat lima indikator yang mencirikan harga. Keenam indikator tersebut adalah: a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat konsumen e. Harga
3.	Citra Merek (X3)	Indikator yang digunakan untuk mengukur Citra Merek adalah indikator yang disebutkan oleh Aaker dialih bahasakan oleh Aris Ananda (2010:10) (Kurniasih, 2021) yang mana dijelaskan sebagai berikut: a. <i>Recegnition</i> (pengakuan) b. <i>Reputation</i> (reputasi) c. <i>Affinity</i> (afinitas) d. <i>Domain</i>
4.	Minat Beli Ulang (X4)	Menurut Ferdinand (2006) dalam (Sartika, 2017) menyatakan bahwa terdapat tiga indikator minat beli ulang, sebagai berikut : a. Kebutuhan Akan Produk b. Keinginan Membeli Ulang c. Keterkaitan Untuk Tetap Menggunakan.

Sumber : data diolah penulis 2024

1.6.1 Pengukuran Variabel

Menurut (Sinambela, 2017), untuk mengukur variabel, Anda dapat menggunakan Skala Likert, yang dapat digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang gejala atau fenomena sosial tertentu. Dalam pengukuran variabel nantinya peneliti akan membagikan kuesioner yang berisi pernyataan dalam angket. Responden diminta untuk memilih dari 5 pilihan jawaban yang tersedia. Kemudian, untuk menjawab pernyataan yang sudah tertera dalam kuesioner dengan menggunakan jawaban 1-5 untuk mendapatkan sebuah data untuk proses penelitian dilakukan. Adapun kriteria penilaian dengan menggunakan Skala Likert, sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kriteria Penilaian Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (S)	2
Cukup (C)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : data diolah penulis

3.4 Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Dalam perolehan data, terdapat berbagai sumber yang bisa diakses oleh peneliti untuk menghasilkan informasi. Berdasarkan sumbernya, data dapat dibagi menjadi dua kelompok besar yang disebut data sekunder dan data primer (Istijanto 2005) (Sinambela,2022) sebagai berikut:

1. Data Primer : Data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian, baik oleh individu maupun organisasi. Contohnya seperti: survei dan penyebaran kuesioner.
2. Data Sekunder : Data yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya. Contohnya seperti : data dari web, dan artikel ilmiah.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian atau studi yang dilakukan, adapun beberapa teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi. Berikut ini adalah teknik pengumpulan yang digunakan, sebagai berikut :

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan secara langsung ataupun secara online kepada responden untuk dijawab. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu terhadap apa yang bisa diharapkan dari responden tersebut. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas, isi daripada kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau maupun terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos dan juga internet.

2. Studi Pustaka

Dalam Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan studi pustaka yang dimana studi pustaka ini akan dijadikan sebuah referensi dalam melakukan pengambilan penelitian. Studi Pustaka merupakan suatu teknik pengumpulan data di mana peneliti membaca dan memeriksa berbagai sumber pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian mereka. Sumber-sumber ini dapat termasuk buku, jurnal ilmiah, artikel, tesis, disertasi, dan ensiklopedi, antara lain.

3.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, untuk teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk meneliti hubungan antara satu variabel terikat yang dilambangkan (Y) dan dua atau lebih variabel bebas yang dilambangkan (X1,X2 dan X3). Selanjutnya, analisis tersebut diolah dengan alat SPSS versi 22. Tahapan dalam menganalisis data dalam penelitian, adalah :

1. Statistik Deskriptif

Metode yang berkaitan dengan pengumpulan, penyajian, dan analisis data untuk menghasilkan informasi bermanfaat. Tujuan statistik deskriptif adalah memberikan gambaran menyeluruh tentang suatu kumpulan data, memudahkan pemahaman tentang data dan membantu dalam pengambilan keputusan. Adapun metode-metode yang digunakan dalam statistik deskriptif yaitu pengukuran, pengelompokan, perhitungan statistik dan penyajian data.

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas menentukan validitas alat ukur. Alat ukur yang dikatakan adalah pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap valid hanya jika pertanyaannya dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Pengujian dilakukan secara statistik dengan menggunakan SPSS versi 22.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen penelitian digunakan untuk mengevaluasi kredibilitas kusioner yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Alpha Cronbach dengan nilai lebih besar dari 0,6. Uji reliabilitas merupakan metode penting untuk menilai konsistensi dan stabilitas alat ukur dalam menghasilkan hasil pengukuran. Alat ukur yang reliabel akan menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil meskipun digunakan berulang kali pada objek yang sama dalam kondisi yang sama.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel serikat. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui (Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah dengan rumus:

$$Y=a+B_1x_1+32 x_2+ 13 x_3+c$$

Keterangan :

Y : Minat Beli Ulang

a : konstanta

BI : koefisien regresi

x1 : Kualitas Produk

B2: koefisien regresi

x2 : Harga

B3: koefisien regresi

x3 : Citra Merek

e : standar eror

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas skor yang ada. Pengujian kenormalan tergantung pada kemampuan dalam mencermati plotting data. Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak normal sempurna), maka kesimpulan yang ditarik kemungkinan akan salah. Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal. Grafik histogram data dapat digunakan untuk mengetahui apakah terjadi distribusi normal. Namun, dalam p-plot, normal jika gambar terdistribusi dan titik-unk searah mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolonieritas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolonieritas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance* nya. Jika nilai *VIF* < 10 dan *Tolerance* > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variansi pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Cara untuk mengetahui ada atau tidak adanya heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar scatterplot, adalah :

1. Tidak ada heteroskedastisitas jika residual tersebar secara acak di sekitar garis regresi. Tetapi jika residual menunjukkan pola sebaran tertentu, seperti pola berbentuk kipas (variansi residual meningkat seiring dengan nilai variabel independen), pola berbentuk U (variansi residual tertinggi pada nilai variabel independen yang ekstrem), atau pola heteroskedastisitas fungsional (variansi residual berubah sesuai dengan fungsi tertentu dari variabel independen).
2. Jika tidak ada bentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar terletak di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu y, maka dikatakan tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji ini dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji T adalah :

1. Jika angka probabilitas signifikan $0,5$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)
2. Jika angka probabilitas signifikan $0,5$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut menyatakan bahwa variabel independen (Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)

b. Uji F (Simultan)

Uji F. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Tingkat yang digunakan untuk mengukur yaitu sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai dinyatakan signifikan $F < 0.05$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun bisa sebaliknya. Dasar pengambilan keputusan pada uji T adalah :

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek) secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Minat Beli Ulang)
2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen secara simultan terdapat pengaruh signifikan pada variabel dependen

c. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) adalah statistik deskriptif yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan linear antara variabel dependen dan variabel independen dalam suatu model regresi linear sederhana. Tujuan dari pemeriksaan ini adalah untuk menentukan tingkat ketepatan terbaik dalam analisis regresi; tingkat ketepatan ini ditunjukkan oleh koefisien determinasi (r) yang berkisar antara 0 dan 1. Jika koefisien determinasi nol variabel independen sama sekali tidak mempengaruhi variabel dependen, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, tes ini digunakan untuk menentukan presentase perubahan pada variabel dependen (y) yang dipengaruhi oleh variabel independen bebas (x).