

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat positivisme memandang fenomena itu dapat diklasifikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. (Sugiyono, 2013). Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data kepuasan konsumen, kualitas produk, kualitas layanan dan *repurchase intention* kemudian mengambil kesimpulan dari hasil analisis data-data tersebut.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek dan atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen, berikut kedua penjelasan variabel :

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen biasa di sebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen/terikat (Sugiyono, 2013). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini meliputi :

- Kepuasan konsumen (X_1)
- Kualitas Produk (X_2)
- Kualitas Layanan (X_3).

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen biasa disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen/bebas (Sugiyono, 2013). Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah *repurchase intention* (Y).

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau memberi suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nazir, 2014). Berikut dijelaskan masing-masing definisi operasional variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan konsumen (X_1)	Keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian produk dengan harapan konsumen 2. Perasaan puas atau kecewa 3. Kinerja Produk sesuai kualitas <p>(Sutopo, 2016)</p>
Kualitas Produk (X_2)	Evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang bervariasi 2. Produk yang di tawarkan memiliki ciri khas 3. Selalu melakukan perubahan pada setiap masukan 4. Produk yang berinovasi <p>(Triastuti, 2016)</p>
Kualitas Layanan (X_3)	Ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangible</i> (bukti langsung) 2. <i>Reliability</i> (kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empathy</i> (empati) <p>(Dzulfiqar, 2016)</p>
<i>Repurchase Intention</i> (Y)	Perilaku dimana konsumen merasa puas dan merespon positif terhadap kualitas layanan dan kualitas produk dari sebuah perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan untuk membeli kembali 2. Keinginan untuk mereferensikan produk 3. Produk menjadi pilihan pertama dibanding produk lain 4. Pencarian informasi <p>(Safitri, 2017)</p>

Sumber : Beberapa jurnal yang akan dikembangkan ke penelitian

3.3 Data dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya melalui observasi, kuesioner dan wawancara secara langsung sesuai dengan kebutuhan peneliti. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data dari kuesioner atau daftar pertanyaan yang diperoleh langsung dari responden/konsumen kedai Coffe Ngabul Jepara.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Sumber data yang menjadi data sekunder dalam penelitian ini diambil dari situs internet berupa jurnal maupun artikel atau informasi yang dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini.

3.4 Populasi, Teknik Pengambilan Sampel dan Jumlah Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang dinilai mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu sehingga penting untuk ditetapkan oleh peneliti dalam mempelajari kemudian dan menyimpulkannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan membeli di Kedai Coffee Ngabul Jepara.

3.4.2 Jumlah sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi itu sendiri. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka peneliti harus mengambil sampel yang benar-benar *representative* atau dapat mewakili (Sugiyono, 2013).

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus populasi yang tidak diketahui jumlahnya menurut Frendy, dalam Sutopo (2016) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (pada

$\alpha = 5\%$ atau derajat keyakinan ditentukan 95% maka $Z = 1,96$)

μ = *margic of error*, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui besarnya sampel yang diperlukan adalah 96 responden.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Non probability Sampling* dengan menentukan sampel atau jenis penelitian dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu teknik yang dilakukan dengan cara memilih berdasarkan kebetulan dari populasi untuk dijadikan sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2013). Pengambilan sampel penelitian berdasarkan kebetulan, yakni dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada konsumen yang ditemui secara langsung di Kedai Coffee Jepara. Sehingga dapat dipertimbangkan mengenai siapa saja yang memiliki syarat-syarat dan ketentuan untuk diteliti sehingga dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian. Dalam penelitian ini peneliti memberikan kuesioner kepada konsumen yang datang langsung dan pernah berkunjung untuk membeli produk Kopi pada Kedai Coffee Jepara lebih dari satu kali.

3.5 Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2013).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2013), Kuesioner adalah sebuah daftar pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis, kuesioner disiapkan oleh peneliti dimana tiap pertanyaannya berkaitan dengan masalah penelitian dan diberikan kepada responden untuk dimintakan jawaban.

Metode pengukuran pada kuesioner ini menggunakan skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur suatu pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013).

Berikut 5 poin Skala *Likert* yang digunakan untuk jawaban setiap butir pertanyaan dengan skor yang berbeda-beda, yaitu :

SS = Sangat Setuju (skor 5)

S= Setuju (skor 4)

R = Ragu (skor 3)

TS = Tidak Setuju (skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (skor 1)

3.6 Metode Pengolahan Data

Pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data atau angka ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumus tertentu. Pengolahan data bertujuan mengubah data mentah dari hasil pengukuran menjadi data yang lebih halus sehingga memberikan arah untuk pengkajian lebih lanjut (Sugiyono, 2013). Pengolahan data dilakukan dengan kegiatan awal meliputi :

1. *Editing*

Editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.

2. *Coding* (Pengkodean)

Coding adalah kegiatan memberikan kode pada setiap data yang terkumpul di setiap *instrument* penelitian. Kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan dalam penganalisisan dan penafsiran data.

3. Pemberian skor atau nilai

Dalam pemberian skor atau nilai menggunakan skala *Likert* yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor. Kriteria penilaian ini digolongkan dalam lima tingkatan penilaian sebagai berikut :

- a. Jawaban SS, diberi skor 5
- b. Jawaban S, diberi skor 4

- c. Jawaban R, diberi skor 3
- d. Jawaban TS, diberi skor 2
- e. Jawaban STS, diberi skor 1

4. Tabulasi

Tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan adanya ketelitian agar tidak terjadi kesalahan.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013).

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner tergantung dalam melakukan pencarian tujuan saat dilakukannya sebuah pengukuran, dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk $df = n-2$, maka n merupakan jumlah sampel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka dapat di katakan valid (Ghozali, 2016).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan sebuah indikator dalam suatu variabel. Dapat dikatakan Reliabel jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan konsisten dan stabil. Suatu variabel dikatakan Reliabel jika nilai *Chronbach Alpha* $> 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel atau dapat diterima (Ghozali, 2016).

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Digunakan untuk menguji kaitannya pada model regresi, variabel residual memiliki hasil normal. Perlu menggunakan 2 cara yakni dalam mengetahui apakah residual memiliki hasil normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistic (Ghozali, 2016).

1. Analisis Grafik

Merupakan salah satu cara agar dapat melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik Normal Probability, yang nantinya membandingkan pada data yang sudah diobservasi dengan data yang mendekati distribusi normal.

2. Analisis Statistik

Uji normalitas di dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistic non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov test*. Jika nilai signifikan yang dihasilkan kurang dari $< 0,05$ maka

data tersebut tidak berdistribusi normal, namun jika nilai signifikan lebih dari $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas, yaitu antara variabel independen yang satu dengan yang lain dan model regresi tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati. Uji multikolinieritas adalah untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel bebas pada model regresi, untuk mengetahui serta menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$. (Ghozali, 2016).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual pengamatan yang lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID dengan dasar analisis sebagai berikut (Ghozali, 2016).

1. Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPREED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara ZPREED dan SRESID. Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur maka terjadi heteroskedstisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Uji gleser, dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolute residual. Jika nilai variabel independen dengan absolute residual lebih dari $> 0,05$ maka tidak terjadinya heteroskedastistas, dan sebaliknya.

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2016), analisis regresi linear berganda yaitu alat yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan garis regresi linear berganda yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = *Repurchase Intention*

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi berganda

- X1 = Kepuasan Konsumen
X2 = Kualitas Produk
X₃ = Kualitas Layanan
e = Standart Error

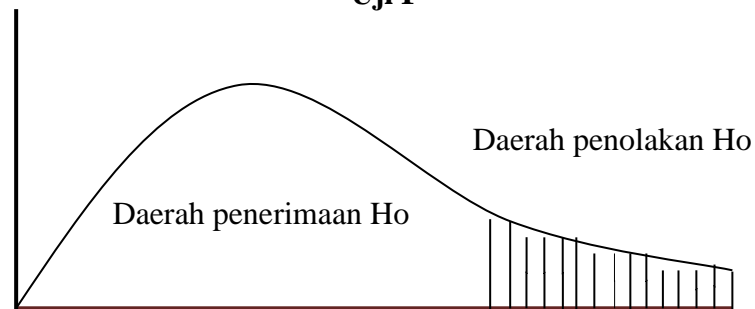
3.7.5 Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016) Koefisien Determinasi adalah seberapa jauh dalam mengukur secara terpisah adanya suatu dampak variabel bebas yaitu Kepuasan konsumen, Kualitas Peoduk, dan Kualitas layanan terhadap variabel terikat, yaitu *Repurchase intention*. Pada analisis ini akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas (independen) secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (dependen) dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya R^2 . Apabila R^2 yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7.6 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F ini dimaksudkan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Kriteria pengujiannya adalah apabila F hitung $>$ F tabel, maka H_a diterima, artinya model penelitian dinyatakan layak. Dan apabila F hitung $<$ F tabel, maka H_o ditolak, yang berarti model penelitian dinyatakan tidak fit atau tidak layak. Berikut adalah grafik uji F yang ditunjukkan pada gambar 3.1 dibawah ini :

Gambar 3.1
Uji F



3.7.7 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel yang menunjukkan tingkat signifikan 0,05 dan pada nilai df $(n-k-1)$ (Ghozali, 2016). Kriteria pengujiannya : Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dan jika probabilitas $\text{Sig} > 0,05$ maka H_a ditolak, jika $\text{Sig} < 0,05$ maka H_a diterima.

Dalam uji t ditunjukkan grafik pada gambar 3.2 sebagai berikut :

Gambar 3.2
Uji t

