

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory*, dimana penelitian ini memberikan uraian mengenai fenomena atau gejala sosial yang diteliti dengan mendeskripsikan tentang nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) berdasarkan indikator-indikator dari variabel yang diteliti guna untuk mengeksplorasi dan klasifikasi dengan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang diteliti (Iskandar, 2008).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### **3.2. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual merupakan pemaknaan dari konsep yang digunakan sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan, (Singarimbun dan Effendi, 2006).

Definisi konseptual dalam penelitian adalah:

#### **1. Variabel bebas (X)**

Variabel pengalaman pelanggan (X1) adalah satu set interaksi antara pelanggan dan produk, perusahaan, atau bagian dari organisasi yang menimbulkan reaksi. Variabel Nilai Pelanggan (X2), dapat didefinisikan sebagai merupakan selisih antara nilai yang diperoleh pelanggan dengan memiliki dan menggunakan suatu produk, dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut.

#### **2. Variabel terikat (Y)**

Variabel terikat minat pembelian ulang (Y) yaitu perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap apa yang telah diberikan oleh suatu perusahaan dan berminat untuk melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut.

### **3.3. Definisi Operasional**

Pada penelitian ini, terdapat dua variabel independen atau variabel X yaitu variabel pengalaman pelanggan dan nilai pelanggan, dimana pada setiap variabel

terdapat dimensi yang digunakan oleh penulis sesuai dengan teori yang telah dibahas sebagai pengukur variabel tersebut, diantaranya adalah:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

| Variabel                               | Definisi Variabel   | Indikator   | Skala  |
|--|---|---|--------|
| Pengalaman Pelanggan (X <sub>1</sub> ) | Satu set interaksi antara pelanggan dan produk, perusahaan, atau bagian dari organisasi yang menimbulkan reaksi. Pengalaman ini benar-benar pribadi dan menyiratkan keterlibatan pelanggan pada tingkat yang berbeda (baik secara rasional, emosional, sensorik, fisik, dan spiritual). | <p>a. <i>Sense</i>.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penataan desain ruangan Soerabi Bandung Enhaii yang menarik</li> <li>2. Selingan musik di soerabi Bandung Enhaii sesuai selera</li> <li>3. Menu menu dari Soerabi Bandung Enhaii memiliki rasa yang sesuai selera.</li> </ol> <p>b. <i>Feel</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Soerabi Bandung Enhaii memiliki gerai yang bersih.</li> <li>5. Soerabi Bandung Enhaii memiliki pelayanan yang ramah terhadap konsumen.</li> <li>6. Pelayan soerabi Bandung Enhaii berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen.</li> </ol> <p>c. <i>Think</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Soerabi Bandung Enhaii menjamin kebersihan produknya.</li> <li>8. Soerabi Bandung Enhaii memiliki Fasilitas yang lengkap bagi pelanggannya dimulai dari tempat parkir, toilet sampai mushola.</li> <li>9. Soerabi Bandung Enhaii memiliki citra positif di masyarakat.</li> </ol> <p>d. <i>Act</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>10. Produk makanan lokal yang tersedia di Soerabi Bandung Enhaii membuat anda tertarik untuk mencobanya</li> <li>11. Dalam bertransaksi, pelayan berinteraksi langsung dengan</li> </ol> | Likert |

|                           |   |  |        |
|---------------------------|---|--|--------|
|                           |   | <p>konsumen</p> <p>12. Soerabi Bandung Enhaii merupakan bagian dari gaya hidup.</p> <p>e. <i>Relate.</i></p> <p>13. Penggunaan Soerabi Bandung Enhaii sebagai sarana untuk bersantap bersama keluarga .</p> <p>14. Penggunaan Soerabi Bandung Enhaii sebagai sarana untuk bersantap bersama teman.</p> <p>15. Soerabi Bandung Enhaii memiliki layanan <i>delivery service</i></p>  |        |
| Nilai Pelanggan (X2)      | Selisih antara nilai yang diperoleh pelanggan dengan memiliki dan menggunakan suatu produk, dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut. | <p>f. Nilai kerja produk</p> <p>1. Varian produk yang ditawarkan soerabi Bandung Enhaii sesuai dengan kebutuhan konsumen.</p> <p>2. Soerabi Bandung Enhaii memiliki kualitas produk yang baik</p> <p>3. Soerabi Bandung Enhaii mempunyai menu yang beragam</p> <p>g. Nilai pelayanan</p> <p>4. Lokasi soerabi Bandung Enhaii mudah dijangkau.</p> <p>5. Soerabi Bandung Enhaii memiliki suasana yang nyaman.</p> <p>6. Karyawan Soerabi Bandung Enhaii membina hubungan baik dengan pelanggan.</p> <p>h. Nilai harga</p> <p>7. Harga produk di soerabi Bandung Enhaii terjangkau</p> <p>8. Soerabi Bandung Enhaii memiliki harga yang beragam</p> <p>9. Harga yang ditawarkan soerabi Bandung Enhaii sesuai dengan kualitas produk</p> | Likert |
| Minat Pembelian Ulang (Y) | Perilaku yang timbul sebagai respon terhadap objek. Minat beli ulang menunjukkan keinginan  | i. Kepuasan konsumen terhadap menu-menu soerabi Bandung Enhaii.  | Likert |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | pelanggan untuk melakukan pembelian untuk waktu yang akan datang. | j. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan soerabi Bandung Enhaii memenuhi<br>k. Ksediaan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. |  |
|--|---|--|--|

### 3.4. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2009) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Soerabi Bandung Enhaii Bandar Lampung.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karateristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut Wibisono *dalam* Riduan dan Akdon (2013), rumus dalam menghitung sampel yang tidak diketahui sebagai berikut:

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 = \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Dengan begitu peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran  $96,04 \approx 97$  akan memberikan selisih estimasi  $\bar{x}$  dengan  $\mu$  kurang dari 0,05. Jadi, sampel yang diambil sebesar 97 orang.

### 3.5. Teknik Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, (Sugiyono, 2009). Teknik yang digunakan adalah *insidental sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

### 3.6. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder.

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden, khususnya data yang diperoleh berdasarkan pada jawaban responden terhadap kuesioner.

#### 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui studi dokumentasi baik dari buku, jurnal dan situs internet untuk mendukung penelitian ini.

### 3.7 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukurannya. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Skala Likert berhubungan dengan terhadap suatu jawaban pada setiap indikator instrument, menggunakan skala Likert mempunyai nilai gradasi dari yang tertinggi sampai yang terendah, yaitu:

**Tabel 3.2 Skala Pengukuran**

| No | Skala               | Skor |
|----|---------------------|------|
| 1  | Sangat Setuju       | 5    |
| 2  | Setuju              | 4    |
| 3  | Ragu-Ragu           | 3    |
| 4  | Tidak Setuju        | 2    |
| 5  | Sangat Tidak Setuju | 1    |

### **3.8. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2009), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner yang digunakan adalah tertutup, dalam skala pengukuran kuesioner ini menggunakan skala likert yang dibuat dalam choise ataupun pilihan ganda. Menurut Sugiyono (2009) untuk keperluan kuantitatif maka jawaban itu dapat diberi skor nilai 5. Untuk jawaban sangat setuju, nilai 4 untuk jawaban setuju, nilai 3 untuk jawaban ragu-ragu, nilai 2 untuk jawaban kurang setuju, nilai 1 untuk jawaban tidak setuju.

### 3.9. Pengujian Instrumen Penelitian

#### 3.9.1. Uji Validitas Kuesioner

Menurut Ghazali (2002) uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diukur, karena suatu alat ukur yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya suatu alat ukur yang kurang valid memiliki validitas rendah.

Menurut Sugiyono (2009) Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien Korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Banyaknya sampel

x = Skor faktor

y = Skor total

Tahapan dalam menguji validitas dengan menggunakan SPSS 16.0 *for Windows evaluation Version* sebagai berikut, (Ghozali, 2002).

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item tersebut valid.
- 2) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka item tersebut tidak valid.

Peneliti menguji validitas instrumen dari 27 item pernyataan yang valid dengan menggunakan data yang terkumpul dari 30 responden yang diperoleh dari



penyebaran kuesioner dengan  $r$  tabel 0,349 apabila nilai korelasi  $\leq 0,349$  maka dapat disimpulkan item tersebut tidak valid. Hasil perhitungan validitas untuk semua item pernyataan dalam kuesioner dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas**

| No. Item | Nilai $r$ Hitung | Nilai $r$ Tabel | Keterangan |
|----------|------------------|-----------------|------------|
| 1        | 0.377            | 0,349           | Valid      |
| 2        | 0.712            | 0,349           | Valid      |
| 3        | 0.518            | 0,349           | Valid      |
| 4        | 0.598            | 0,349           | Valid      |
| 5        | 0.811            | 0,349           | Valid      |
| 6        | 0.579            | 0,349           | Valid      |
| 7        | 0.387            | 0,349           | Valid      |
| 8        | 0.814            | 0,349           | Valid      |
| 9        | 0.468            | 0,349           | Valid      |
| 10       | 0.687            | 0,349           | Valid      |
| 11       | 0.755            | 0,349           | Valid      |
| 12       | 0.460            | 0,349           | Valid      |
| 13       | 0.468            | 0,349           | Valid      |
| 14       | 0.601            | 0,349           | Valid      |
| 15       | 0.580            | 0,349           | Valid      |
| 16       | 0.562            | 0,349           | Valid      |
| 17       | 0.696            | 0,349           | Valid      |
| 18       | 0.377            | 0,349           | Valid      |
| 19       | 0.360            | 0,349           | Valid      |
| 20       | 0.468            | 0,349           | Valid      |
| 21       | 0.646            | 0,349           | Valid      |
| 22       | 0.662            | 0,349           | Valid      |
| 23       | 0.451            | 0,349           | Valid      |
| 24       | 0.531            | 0,349           | Valid      |
| 25       | 0.907            | 0,349           | Valid      |
| 26       | 0.900            | 0,349           | Valid      |
| 27       | 0.858            | 0,349           | Valid      |

Data Diolah: 2014

### 3.9.2. Uji Reliabilitas

Pengertian reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten, Sunyoto, (2009). Pengukuran keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuisisioner pada reponden, kemudian hasil skornya diukur

korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan program komputer SPSS, dengan fasilitas *Cronbach Alpha* .

Menurut Ghozali (2002), instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Cronbach*  $> 0,60$ . Jika nilainya lebih kecil dari 0,60 maka kuesioner penelitian ini tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat melalui Tabel 3.2

**Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas**

| No | Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> | Keterangan |
|----|----------|-----------------------|------------|
| 1  | X1       | 0.864                 | Reliabel   |
| 2  | X2       | 0.718                 | Reliabel   |
| 3  | Y        | 0.835                 | Reliabel   |

Data Diolah: 2014

### 3.10. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi. Model regresi akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) yakni tidak terdapat heteroskedastistas, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terdapat autokorelasi, Sunyoto, (2009). Jika terdapat heteroskedastistas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasnya standar *error*. Jika terdapat multikolinearitas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikan koefisien regresi menjadi rendah. Dengan adanya autokorelasi mengakibatkan penaksir masih tetap bias dan masih tetap konsisten hanya saja menjadi tidak efisien.

### **3.10.1. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Sunyoto (2009) mengatakan tidak terjadi multikolonieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ( $r \leq 0,60$ ).

### **3.10.2. Uji Heteroskedastisitas**

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homoskedastisitas. Persamaan yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur, baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang, (Sunyoto, 2009).

### **3.10.3. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah yang normal. Cara menganalisisnya yaitu dengan melihat pola pada histogram, dan melihat grafik dengan pola yang penyebaran

titik-titik di sekitar garis diagonal, dan mengikuti arah garis berarti model regresi dikatakan memenuhi asumsi normal.

### 3.11. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis antara hubungan dua variabel bebas atau lebih secara bersama-sama dengan suatu variabel tergantung. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pengalaman pelanggan dan nilai pelanggan dalam memunculkan minat pembelian ulang. Analisis regresi berganda dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal 2. Untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti menggunakan model analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + et$$

Keterangan :

Y = Minat Pembelian Ulang

X<sub>1</sub> = Pengalaman Pelanggan

X<sub>2</sub> = Nilai Pelanggan

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

et = *Disturbance term*

### 3.12. Uji Hipotesis

#### 3.12.1. Uji $R^2$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependent. Jika  $R^2$  semakin besar (mendekati satu) maka pengaruh variabel bebas adalah besar terhadap variabel terikat. Sedangkan, jika  $R^2$  kecil maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sangat kecil (Ghozali, 2002). Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent.  $R^2$  dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 y + b_2 \sum X_2 y}{\sum y^2}$$

Keterangan :

$b_1$  = Koefisien Regresi Variabel Pengalaman Pelanggan

$b_2$  = Koefisien Regresi Variabel Nilai Pelanggan

$X_1$  = Pengalaman Pelanggan.

$X_2$  = Nilai Pelanggan

$Y$  = Minat Pembelian Ulang

#### 3.12.2. Uji Parsial (Uji $t$ )

Uji  $t$  digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Rumus uji  $t$  adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-n2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sugiyono, 2009)

Hipotesis yang diajukan:

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengalaman pelanggan terhadap minat pembelian ulang.

H2 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai pelanggan terhadap minat pembelian ulang.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika  $t_{hit} > t_{tab}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.  
Jika  $t_{hit} < t_{tab}$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- c. Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### 3.12.3. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang digunakan berpengaruh secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen, Ghozali (2002). Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut

$$F = \frac{R^2 (N-m-1)}{m(1-R^2)}$$

(Sugiyono, 2009)

Keterangan:

$R^2$  = koefisien korelasi ganda

$N$  = jumlah sampel

$m$  = jumlah prediktor

Hipotesis yang diajukan:

$H_0$  = Tidak ada pengaruh antara pengalaman pelanggan dan nilai pelanggan terhadap minat pembelian ulang.

$H_a$  = Ada pengaruh antara pengalaman pelanggan dan nilai pelanggan terhadap minat pembelian ulang.