

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Definisi Konsep

a. Minat Beli Ulang (Y)

Menurut Ferdinand (2002) minat beli ulang yaitu keinginan atau tindakan konsumen untuk melakukan pembelian ulang suatu produk karena adanya kepuasan yang diterima atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu.

b. Harga (X1)

Menurut Kotler & Armstrong (2018) harga adalah sejumlah uang yang diberikan oleh konsumen kepada produsen untuk memperoleh manfaat dari sebuah produk atau jasa.

c. *Brand Image* (X2)

Menurut Keller (2016) *brand image* merupakan persepsi konsumen terhadap merek suatu produk yang dibentuk dari informasi yang didapatkan konsumen melalui pengalaman menggunakan produk tersebut.

d. Kualitas Layanan (X3)

Menurut Kotler & Keller (2016) kualitas layanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.

B. Definisi Operasional

Menurut Nikmatur (2017) definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran.

a. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2018) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat disebut juga variabel endogen. Dalam penelitian ini variabel terikat disimbolkan dengan huruf Y, yaitu Minat Beli Ulang. Berikut adalah indikator menurut Ferdinand (2002):

1) Minat *transaksional*

Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.

2) Minat *referensial*

Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya.

3) Minat *preferensial*

Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi.

4) Minat *eksploratif*

Minat eksploratif minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilanggannya.

b. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2018) Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas disimbolkan dengan huruf X, adalah sebagai berikut:

a. Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2018) menyatakan bahwa ada 4 indikator harga yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga.
- 2) Kesesuaian harga.
- 3) Daya saing harga.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

b. *Brand Image* (Citra merek)

Menurut Keller (2016), menyatakan bahwa ada 3 indikator *Brand Image* yaitu:

- 1) Kekuatan Merek (Strenght of Brand Association)
- 2) Kesukaan Merek (Favorability of Brand)
- 3) Keunikan Merek (Uniqueness of Brand Association)

c. Kualitas Layanan

Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa ada 5 indikator kualitas layanan yaitu:

- 1) Bukti fisik/*tangible*
- 2) Empati/*empahty*
- 3) Keandalan/ *Reliability*
- 4) Daya Tanggap/*Responsiveness*
- 5) Jaminan /*Assurance*

C. Objek dan Subjek penelitian

- a. Objek dalam penelitian ini adalah minat beli ulang sebagai variabel dependen, sedangkan harga, *brand image*, dan kualitas layanan sebagai variabel independen.
- b. Subjek penelitian tertuju pada konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian produk Mixue pada gerai yang ada di Yogyakarta.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer, yaitu dari penyebaran kuesioner yang berupa pernyataan-pernyataan yang disebarakan kepada masyarakat di Yogyakarta yang memenuhi syarat menjadi responden dan mau mengisi kuesioner.

E. Metode Pengambilan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya yaitu masyarakat Yogyakarta yang mengkonsumsi sekaligus membeli produk Mixue.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *nonprobability* sampling dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu yaitu responden yang memenuhi kriteria yang telah diterapkan. Alasan pemilihan metode *purposive sampling* adalah tidak semua sampel mempunyai ciri yang sama dengan yang telah peneliti terapkan, sehingga sampel yang dipilih sengaja ditetapkan dengan ciri sudah pernah melakukan pembelian lebih dari 2 kali produk Mixue di Yogyakarta. Dengan batas usia minimal 17 tahun.

Sampel penelitian menurut Hair et al. (2018) jumlah sampel dihitung dengan cara jumlah indikator (pertanyaan) dikali dengan jumlah 5 sampai 10. Indikator dari variabel dependen dan independen berjumlah 16 indikator. Maka dari itu, jumlah sampel minimal untuk penelitian ini berjumlah 16 dikali 5 sehingga mendapatkan minimal 85 responden.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang dipakai adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2018) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data

yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner diukur menggunakan skala pengukuran Likert yang tersusun atas lima kelompok sebagai berikut:

- | | |
|------------------------------|-----------|
| a. Sangat Setuju (SS) | berskor 5 |
| b. Setuju (S) | berskor 4 |
| c. Netral (N) | berskor 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | berskor 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | berskor 1 |

G. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas sebagai kriteria pertama yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian sebagai peneliti layak tidaknya untuk digunakan pada kuesioner (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini uji validasi menggunakan metode *Bivariate Person Correlation*, dengan kriteria sebagai berikut:

Sebuah pernyataan dikatakan valid jika nilai signifikansinya $< 0,05$ dan sebaliknya jika nilai signifikansinya $\geq 0,05$ berarti pernyataan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana kuesioner berjalan secara konsisten dan tidak berubah-ubah.

Dikatakan konsisten jika dilakukan penelitian dalam waktu yang tidak tertentu secara stabil. Penelitian ini diukur dengan reliabilitas dengan korelasi *one shot* atau pengukuran dilakukan hanya sekali dengan membandingkan hasilnya pada pertanyaan lain untuk mengukur korelasi jawaban pertanyaan. Dikatakan reliabel apabila menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ (Sugiyono, 2018).

2. Uji Asumsi Dasar (Uji Normalitas)

Uji normalitas digunakan untuk mengukur data dalam skala ordinal, interval, atau rasio. Pengujian ini menggunakan uji *One-sample Kolmogorov-Smirnov* taraf signifikansi yang digunakan 0,05 atau 5%. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansinya lebih besar dari 0,05 atau 5% (Ghozali, 2018). Dikatakan berdistribusi tidak normal jika $< 0,05$.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) uji multikoloniearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel independent yang serius. Uji multikoloniearitas dilihat dari nilai *VIF* dan *Tolerance*. Jika nilai *VIF* < 10 dan *Tolerance* $> 0,01$ maka disimpulkan data tidak terjadi multikolinearitas.

b) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyanto (2016) uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adalah ketidaksamaan varian dari residual untuk

pengamatan pada model regresi. Pengujian ini menggunakan uji Glejser. Jika tingkat signifikansi $> 0,05$ maka model ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka model ini terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji F

Menurut Ghozali (2018) uji *goodness of fit* dilakukan untuk mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dan menaksir nilai aktual secara statistik. Apabila ini signifikansi *probability f* statistik kurang dari 0,05, maka semua variabel independen mampu memprediksi variabel dependen dengan baik. Perhitungan dapat disebut signifikan secara statistik jika nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (H_0 ditolak).

5. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat, untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan fungsional antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikatnya (Ghozali, 2018). Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

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

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang

a = Konstanta

- β_1 = Koefisien Harga
- β_2 = Koefisien *Brand Image*
- β_3 = Koefisien Kualitas Layanan
- X1 = Variabel Harga
- X2 = Variabel *Brand Image*
- X3 = Variabel Kualitas Layanan
- e = *Standard error*

b. Uji t

Menurut Wiyono (2020) uji t yaitu model untuk menguji secara parsial dan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika nilai signifikansinya $< 0,05$, sebaliknya hipotesis ditolak jika nilai signifikansinya $\geq 0,05$.

6. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Menurut Ghazali (2018) koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel dalam menerangkan berbagai variasi variabel dependen secara bersama-sama. Nilai koefisien determinasi adalah ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel amat terbatas karena R^2 memiliki kelemahan, yaitu terdapat bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model.