

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Definisi Konsep**

##### **1. Ulasan Produk**

Menurut Lackermair et al., (2013) ulasan produk merupakan penilaian tentang produk atau perusahaan yang diberikan oleh konsumen dapat bersifat positif atau negatif, penilaian dibuat sesuai dengan pengalaman orang yang melakukan ulasan tersebut, selain itu dalam ulasan biasa disertai dengan menjelaskan mengenai keuntungan dan kerugian dari membeli produk tersebut.

##### **2. Variasi Produk**

Menurut Kotler & Keller (2021) variasi produk (*product mix*) adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjualan tertentu kepada konsumen. Bauran produk atau variasi produk suatu perusahaan dapat diklasifikasikan menurut lebar, panjang, kedalaman dan konsistensi.

##### **3. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2019).

#### 4. Keputusan Pembelian Ulang

Menurut Schiffman & Kanuk (2015) Perilaku pembelian ulang sangat terkait dengan konsep loyalitas merek, yang penting bagi perusahaan karena memberikan stabilitas pasar. Keputusan pembelian ulang terjadi ketika konsumen memutuskan untuk membeli kembali sebuah produk karena mereka merasa produk tersebut memenuhi keinginan mereka.

#### B. Definisi Operasional

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Ulasan Produk (X <sub>1</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesadaran.</li> <li>2. Frekuensi.</li> <li>3. Perbandingan.</li> <li>4. Pengaruh.</li> </ol>	Likert
Variasi Produk (X <sub>2</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran</li> <li>2. Harga</li> <li>3. Tampilan</li> <li>4. Ketersediaan Produk</li> </ol>	Likert
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya Tanggap.</li> <li>2. Bukti fisik.</li> <li>3. Reliabilitas</li> <li>4. Jaminan.</li> <li>5. Empati.</li> </ol>	Likert
Keputusan Pembelian Ulang (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kembali membeli produk yang sama.</li> <li>2. Kembali mencoba varian lain dari produk yang sama.</li> <li>3. Mereferensikan ke orang lain.</li> </ol>	Likert

### **C. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian asosiatif kuantitatif karena data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan. Menurut Sugiyono (2021) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.

### **D. Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan (*scoring*), sedangkan sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2021).

### **E. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2021) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko JJ Sport Wear Yogyakarta.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2021), sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang memiliki sifat dan karakter yang sama serta memenuhi populasi yang memiliki sifat dan karakter yang sama serta memenuhi populasi yang diselidiki. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sample *purposive sample*. Menurut Sugiyono (2021) teknik ini merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menentukan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan kriteria bahwa sampel yang diambil konsumen yang pernah membeli produk JJ Sport Wear melalui *marketplace shopee* dalam satu tahun terakhir dan usia minimal 18 tahun, karena dengan kriteria tersebut, konsumen sudah bisa memberikan penilaian terkait ulasan produk, variasi produk dan kualitas pelayanan di *Marketplace Shopee* dan dapat menjadi penentu dalam menentukan keputusan pembelian ulang di Toko JJ Sport Wear Yogyakarta.

Sampel pada penelitian ini adalah responden yang pernah membeli produk JJ Sport Wear melalui *Marketplace Shopee* dalam 1 tahun terakhir dan berusia minimal 18 tahun. Hal ini menyebabkan tidak diketahuinya jumlah pengguna aplikasi Shopee, maka ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2021):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ orang}$$

Keterangan :

n = sampel

z = harga dengan kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai  
1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = *margin error* 10%

Dari hasil di atas 96,04 merupakan pecahan, menurut Sugiyono (2021) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian dibulatkan menjadi 100 orang responden.

## F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut Wiyono (2020) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan

atau pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden. Dalam kuesioner ini telah disiapkan beberapa alternatif jawaban dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala *likert* yang terdiri dari 5 (lima) kategori sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Skala Pengukuran Likert**

No	Daftar Pernyataan	Skala Nilai	Arti Jawaban
1	SS	5	Sangat Setuju
2	S	4	Setuju
3	N	3	Netral
4	TS	2	Tidak Setuju
5	STS	1	Sangat Tidak Setuju

## G. Metode Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Pengujian validitas pada setiap butir pertanyaan yang digunakan analisis atas pertanyaan, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \Sigma xy - (\Sigma x) \cdot (\Sigma y)}{\sqrt{(n \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(n \cdot \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Untuk memenuhi syarat apakah setiap pertanyaan valid atau tidak dengan membandingkan  $r$ -kritis = 0,30. Jika korelasi antara butir dengan

skor total kurang dari 0,30 maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid. Sebaliknya jika  $r_{xy}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka dinyatakan valid. Pada program SPSS metode yang digunakan dalam uji validitas seperti korelasi *Product Moment Pearson* atau melihat nilai *Corrected Item Total Correlation* (Ghozali, 2018). Keputusan untuk uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ : maka alat ukur yang digunakan **Valid**
- b. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ : maka alat ukur yang digunakan **Tidak Valid**

#### **b) Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2018). Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

## **2. Uji Normalitas**

Normalitas data merupakan salah satu asumsi yang diperlukan dalam regresi linier ganda. Uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model model penelitian yang diajukan. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal Ghozali (2018). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji *Kolmogrov Smirnov* yang merupakan salah satu alat statistik non-parametrik dengan penggunaan fungsi distribusi kumulatif dengan rumus:

$$FS = \frac{\text{Banyak nya angka sampai angka ke } n1}{\text{Banyak nya seluruh angka pada data}}$$

Persyaratan:

- a. Data berskala interval atau ratio (kuantitatif)
- b. Data tunggal/belum di kelompokkan pada tabel distribusi frekuensi
- c. Dapat untuk n besar maupun n kecil

Kriteria:

- a. Jika nilai  $K_{hitung} < K_{tabel}$  atau  $sig. > \alpha$  maka nilai residual berdistribusi normal
- b. Jika nilai  $K_{hitung} > K_{tabel}$  atau  $sig. > \alpha$  maka nilai residual berdistribusi normal.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan salah asumsi dalam penggunaan analisa regresi. Uji multikolinieritas dapat dilihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Nilai VIF tidak ada yang melebihi 10 dan nilai *Tolerance* tidak ada yang kurang dari 0.10. hal ini juga ditegaskan kembali dari hasil korelasi antar variabel independen tidak ada korelasi yang cukup serius

#### b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke



pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas Ghozali (2018). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik di dapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

#### **4. Uji *Goodness of Fit***

Menurut Ghozali (2018) menyebutkan bahwa ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksirkan nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*-nya. Secara *statistic Goodness of Fit* dapat diukur dari nilai *statistic F*. Apabila nilai signifikansi *probability F statistic* kurang dari 0.05 atau 5%, maka semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik. Semakin tinggi *Goodness of Fit*, semakin baik model statistik tersebut cocok dengan data.

#### **5. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu *independent variable* terhadap *dependent variable* Ghozali (2018). Analisis berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Ulasan

Produk ( $X_1$ ), Variasi Produk ( $X_2$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian Ulang ( $Y$ ). Perhitungannya dapat di rumuskan dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

$Y$	: Keputusan Pembelian Ulang
$\alpha$	: Konstanta
$X_1$	: Ulasan Produk
$X_2$	: Variasi Produk
$X_3$	: Kualitas Pelayanan
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	: Koefisien Regresi
$e$	: Standar error

## 6. Uji Hipotesis

Uji secara parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen Ghozali (2018). Langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t sebagai berikut:

- i. Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka hipotesis 1, 2, dan 3 diterima.
- ii. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis 1, 2, dan 3 ditolak.

## 7. Uji Koefisien Determinasi *Adjusted R Square*

Koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persentase,

yang menunjukkan seberapa besar persentase keragaman variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh keragaman variabel independen (X), atau dengan kata lain seberapa besar variabel independen (X) dapat memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini dipakai *Adjusted R Square* karena nilai *Adjusted R Square* dapat naik dan turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2018).