

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Cara meneliti yang dilakukan berdasarkan dengan populasi dan sample tertentu, datanya dikumpulkan dengan instrument penelitian, data dianalisis menggunakan sifat kuantitatif, tujuannya menuju hipotesis yang sudah ditetapkan.¹ Menurut Creswell, pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian dengan cara mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode statistik.² Penelitian dengan jenis kuantitatif ini adalah sebuah metode penelitian dengan berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, dengan pengumpulan datanya menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Untuk jenis penelitiannya menggunakan penelitian yang bersifat asosiatif, bertujuan meneliti keterkaitan dua variable atau lebih.³ Penelitian ini berdasarkan data jumlah pelanggan bulan januari 2021. Dari judul penelitian

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2017), Hal. 8

² Muslich Ansori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2017), Hal. 22

³ Syofan Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif, dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS VERSI 17*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), Hal.130

akan menjelaskan apakah berdampak signifikan antara harga, kualitas produk, kepuasan konsumen terhadap pembelian ulang yang terjadi pada Vico Donut.

B. Lokasi Penelitian

Daerah pemerataan suatu keistimewaan objek ataupun subjek serta kualitas tertentu untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.⁴ Penelitian ini mengambil populasi Vico Donut yang berada di Jl, Jaksa Agung Suprpto No.32, Kampungdalem, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur.

C. Populasi, Sampling dan Sample

1. Populasi

Berdasarkan para ahli menyatakan:⁵

- a. Arikunto menyatakan populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Yaitu individu yang sifatnya sama walaupun hanya sedikit, atau seluruh individu yang akan digunakan dalam objek penelitian;
- b. Sugiyono memaparkan populasi artinya generalisasi berupa obyek atau subjek dalam kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti

Populasi adalah bagian umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya saja orang tetapi juga objek lain seperti penduduk wilayah, gejala-gejala, biaya operasional dalam usaha dan lain sebagainya. Penelitian ini dapat mengambil data dari seluruh

⁴ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Kuningan, Hidayatul Quran Kuningan, 2019), Hal. 61

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 117

anggota populasi untuk membuktikan atau menguji hipotesis-hipotesis yang diteliti.⁶

Dalam penelitian yang akan dilakukan ini populasi yang akan diteliti merupakan konsumen Vico Donut yang telah melakukan lebih dari 1 kali pembelian atau yang telah melakukan pembelian ulang pada vico.

2. Sampling

Metode sampling yaitu teknik atau cara penentuan data sample. Teknik ini tujuannya, mengambil sampel yang representative dari populasi. Dalam penelitian yang dilakukan ini menggunakan nonprobability sampling. Dengan menggunakan purposive sampling sebagai teknik dalam nonprobability sampling karena pengambilan samplingnya dengan menentukan kriteria tertentu.⁷

Kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pelanggan yang telah melakukan pembelian ulang pada Vico Donut
- b. Pelanggan dengan alamat asli tulungagung
- c. Yang bersedia mengisi dan mengembalikan quisioner

3. Sampel

Berdasarkan para ahli menyatakan:⁸

1. Arikunto, sampel itu sebagai atau wakilpopulasi yang diteliti
2. Sugiyono memaparkan sampel itu bagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut

⁶ Tarjo, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), Hal. 45

⁷ Ibid, 112-114

⁸ Ibid, Hal.215

Sample merupakan bagian suatu objek atau subjek yang mewakili populasi yang mengambil sampelnya sama seperti karakteristik dan kualitas populasi.⁹ Sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen dari Vico Donut.

Untuk memperoleh estimasi parameter aitem yang cukup akurat dan stabil antar kelompok subjek, *field-test* harus dilakukan pada kelompok subjek dalam jumlah yang besar. Dengan subjek yang cukup banyak diharapkan dapat diperoleh distribusi skor yang variasinya menyebar secara normal atau mengikuti distribusi normal. Parameter-parameter aitem yang diestimasi dari skor yang terdistribusi secara normal akan lebih representatif dan lebih akurat menggambarkan kualitas aitem-aitem yang dianalisis. Tidak ada angka yang dapat dikatakan dengan pasti.

Jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 100 responden, hal ini berdasarkan pendapat Sugiyono dimana ukuran sample yang layak diantara 30 sampai dengan 500.¹⁰

D. Sumber Data, Variabel, Skala Pengukurannya

1. Data

Data merupakan sekumpulan informasi yang didapatkan dari pengamatan suatu obyek yang bisa berupa dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik dan bentuk lainnya untuk kebutuhan penelitian. Berdasarkan sumber untuk memperoleh data, dibagi menjadi dua macam yaitu data primer

⁹Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Kuningan, Hidayatul Quran Kuningan, 2019), Hal.62

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), Hal. 91

(*primary data*) dan data sekunder (*secondary data*). Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari obyek penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung dari obyek yang diteliti biasanya berupa data yang diperoleh dari web, dokumentasi, atau arsip-arsip resmi.¹¹

Sumber data pribadi (data primer). Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner melalui google form disebut data primer.

2. Variabel

Variabel dari penelitian merupakan atribut atau mutu dari objek dan subjek guna dipelajari serta kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variable:

a. Variabel Independent

Variabel dapat memberi pengaruh variable lain, variable terikat variable bebasnya adalah Harga (X1) Harga merupakan suatu alat tukar untuk menilai suatu produk atau jasa yang akan dinikmati. Variabel harga ini diukur dengan menggunakan skala likert berdasarkan dimensi yang mendasari variabel harga dari (Fandy Tjiptono, 2015) yaitu Keterjangkauan Harga, Kesesuaian dengan kualitas produk, daya saing, Kesesuaian harga dengan manfaat.

¹¹ Syafizal Helmi Situmorang, *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, (Medan: USU Press, 2010), hal: 1

Kualitas Produk (X2) Kualitas produk merupakan usaha untuk mencukupi hingga melampaui keinginan dari pembeli. Kualitas sendiri meliputi produk, proses, manusia, bahkan serta lingkungan. Variabel Kualitas Produk ini diukur dengan menggunakan skala likert berdasarkan dimensi yang mendasari variabel Kualitas Produk dari (Fandy Tjiptono, 2008) yaitu Kinerja, Fitur, Reliabilitas, Konformasi, Daya Taha, Serviceability, Estetika, Persepsi.

Kepuasan Konsumen (X3) Kepuasan konsumen diartikan perbedaan fungsi antara kinerja yang dirasakan. Kepuasan sendiri merupakan sebuah respon dari pelanggan mengenai rasa ketidakpuasan atau puas yang dirasakan antara harapan harapan sebelum pemakaian dengan yang dirasakan setelah melakukan pemakaian. Variabel Kepuasan Konsumen ini diukur dengan menggunakan skala likert berdasarkan dimensi yang mendasari variabel Kepuasan Konsumen dari (Zeithaml & Bitner, 2008) yaitu Atribut berkaitan dengan produk, Atribut berkaitan dengan pelayanan, Atribut berkaitan dengan pembelian.

b. Variabel Dependent

Terpengaruhi oleh variabel lainnya, variabel terkaitnya pembelian ulang. *Repurchase Intention* (Pembelian Ulang) adalah evaluasi diberikan oleh konsumen tentang beli ulang sebuah produk maupun layanan disuatu usaha dengan mempertimbangkan keadaan dan situasi yang sudah pernah dialami ini bisa disebut dengan *Repurchase Intention* (pembelian ulang). Variabel *Repurchase Intention* (pembelian ulang) ini diukur dengan

menggunakan skala likert berdasarkan dimensi yang mendasari variabel *Repurchase Intention* (pembelian ulang) dari minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif.

3. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran yang digunakan skala Likert. Akan diberikan skors dibawah ini:

Tabel 3.1
Skor Pada Skala Likert

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

E. Teknik Pengumpulan Data

- Menggunakan angket (kuisisioner) diberikan atau disebarkan daftar pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan jawaban dari setiap pertanyaan yang telah disusun sesuai dengan penelitian yang dilakukan.
- Observasi, dilakukan melalui pengamatan oleh peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti.
- Dokumentasi, pengumpulan dan penganalisisan dokumen.
- Peneliti melakukan wawancara sejumlah responden menurut pengamatan penulis dapat mewakili populasi yang ada.
- Peneliti akan turun langsung untuk melakukan observasi dilapangan, wawancara, penyebaran kuisisioner kepada konsumen Vico Donut pada outlet yang berada di Jl. Jaksa Agung Suprpto, No.32 Kampungdalem, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Mengukur ketepatan suatu sistem dengan kegunaannya. Dan digunakan untuk mengukur serta seberapa cermat test yang dilakukan atau untuk mengetahui apakah ada suatu pertanyaan yang kurang relevan dalam penelitian.

2. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kendala suatu kuisisioner.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Apa data dapat didistribusikan dengan normal atau tidak.

b) Uji Multikolinieritas

Jika suatu variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan yang linier sempurna ataupun yang mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau sampai

c) Uji Heteroskedatisitas

Merupakan Ketidaksamaan variable dan residual antara pengamatan satu dengan pengamatan yang lain. Uji ini dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan uji glejser, dengan melihat pola scatterplots regresi atau uji koefisien korelasi spearman's.

d) Uji Linieritas

4. Uji Hipotesis

a.) Uji Regresi Linier Berganda

Guna mengukur besarnya pengaruh dari dua variable atau lebih diantaranya independen terhadap variable dependent.

b.) Uji Hipotesis secara Sumultant (Uji F)

Guna melihat secara simultant variable independent berpengaruh signifikan pada variable dependent.

c.) Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Guna diketahui secara parsial variable independen berpengaruh terhadap variable dependent.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Ukuran kemampuan ketika menyampaikan macam variable dan variable dependent. Jumlah koefisien determinasi yaitu antara 0 (nol) dan 1 (satu).

G. Intrumen Penelitian

Penelitian yang bertujuan untuk mengukur suatu gejala, akan menggunakan instrument penelitian. Jumlah intrumen yang akan digunakan tergantung pada variabel yang diteliti.

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (Fandy Tjiptono, 2015)	Keterjangkauan Harga	Harga menjadi pertimbangan pembelian	Likert
		Harga mudah dicapai	Likert
	Kesesuaian dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan mutu produk	Likert
	Daya saing	Harga lebih murah di bandingkan produk pesaing	Likert
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan rasa	Likert
Kesesuaian harga dengan kebutuhan tubuh		Likert	
Kualitas Produk (Fandy Tjiptono, 2008)	Kinerja	Kebersihan Makanan	Likert
	Fiture	Promo pembelian	Likert
	Reliabilitas	Ketidaksesuaian Produk	Likert
	Konformasi	Produk yang di tampilkan sesuai dengan produk yang dijual	Likert
	Daya Tahan	Lama waktu simpan	Likert
	Serviceability	Custom	Likert
	Estetika	Rasa	Likert
		Aroma	Likert
	Persepsi	Reputasi produk	Likert
Iklan		Likert	
Kepuasan Konsumen (Zeithaml & Bitner, 2008)	Atribut berkaitan produk	Produk penentu memberi kepuasan	Likert
		Produk penentu memberi manfaat	Likert
	Atribut berkaitan dengan pelayanan	Pelayanan penentu kepuasan	Likert
		Vasilitas Call Center	Likert
	Atribut berkaitan dengan pembelian	Pembelian online	Likert
	Keramahan dan kesopanan karyawan	Likert	
Repurchase Intention (Pembelian Ulang) (Ferdinand, 2002)	Minat transaksional	Pembelian ulang produk yang telah dikonsumsi	Likert
	Minat referensial	Persepsi orang lain	Likert
	Minat preferensial	Produk pertama penentu pembelian selanjutnya	Likert
	Minat Eksploratif	Pembelian ulang dengan pembelian selanjutnya berbeda	Likert
		Pembelian ulang bergantung pada yang dilakukan sebelumnya	Likert