

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Arikunto (2013:203) Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Metode dan jenis penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif korelasional. Menurut Arikunto (2013:313) koefisien korelasi adalah suatu alat statistik, yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel ini. Penelitian korelasional bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidak hubungan itu.

### **3.2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan pada sebuah yang bernama PIT-STOP KOPI yang beralamatkan di Jalan Panglima Sudirman No. 95, Gapurosukolilo, kecamatan Gresik, kabupaten Gresik, Jawa Timur.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2013:61) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada dasarnya populasi merupakan jumlah keseluruhan

obyek yang akan diteliti, populasi ini merupakan populasi tak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah sebenarnya dari konsumen. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di PIT-STOP KOPI

### **3.3.2. Sampel**

Penarikan atau pembuatan sampel dari populasi untuk mewakili populasi disebabkan untuk mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Arikunto (2010:174) mengatakan bahwa “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.

Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang ditemui tersebut di pandang cocok sebagai sumber data sugiyono, (2013;124). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian atau yang pernah membeli produk di PIT-STOP KOPI.

### **3.4. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.4.1. Identifikasi Variabel**

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008:58).

##### 1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Faktor Lingkungan ( $X_1$ )
- b. Faktor Desain ( $X_2$ )
- c. Faktor Sosial ( $X_3$ )

##### 2. Variabel terikat / *Dependent*

Variabel dependent (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Repurchase Terhadap Pelanggan PIT-STOP KOPI.

#### **3.4.2. Definisi Operasional**

Variabel-variabel yang digunakan dalam “Faktor Lingkungan, Faktor Desain dan Faktor Sosial Terhadap Repurchase Pelanggan PIT-STOP KOPI” adalah:

## 1. Identifikasi Variabel

- a. Variabel (x) : *Store Environment (Ambient Factors, Design Factors dan Social Factors)*
- b. Variabel (y) : *Minat Beli Ulang (Repurchase)*

## 2. Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional dari masing-masing variabel ini bertujuan agar konsep dalam suatu penelitian mempunyai batasan yang jelas dalam pengoperasiannya. Definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Store Environment (Ambient Factors, Design Factors dan Social Factors)*.

Karakteristik fisik dan sosial dari dunia eksternal konsumen yang dirancang untuk menghasilkan efek emosional tertentu pada pengunjung tempat. Aspek-aspek yang terdapat pada *store environment* (Baker & Parasuraman & Dhruv, 2002) adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor Lingkungan (*Ambient factors*)
  - a) Suhu
  - b) Musik
  - c) Aroma
  - d) Kebersihan
  - e) Pencahayaan

2) Faktor Desain (*Design Factors*)

- a) Tata Letak
- b) Pewarnaan
- c) Model Interior

3) Faktor Sosial (*Social Factors*)

- a) Sikap
- b) Komunikasi
- c) Kenyamanan

b. Minat Beli Ulang

Minat beli ulang adalah keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atau jasa berdasarkan apa yang telah diperoleh dari tempat yang sama, dan kecenderungan dilakukan secara berkala. Aspek-aspek minat beli ulang (Hellier dkk 2003) yaitu sebagai berikut:

- 1) Minat membeli dengan jumlah yang sama
- 2) Minat membeli dengan menambah jumlah
- 3) Minat membeli dengan penambahan frekuensi intensitas

### **3.5. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.5.1. Jenis Data**

Peneliti menggunakan Data Primer yang merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari sumber datanya yaitu responden. Data yang didapat dari kuesioner, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber, data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Data

primer penelitian ini diperoleh dari responden melalui kuesioner atau hasil wawancara peneliti dengan narasumber mengenai faktor lingkungan, faktor desain, faktor sosial. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi.

### **3.6. Teknik Pengambilan Data**

Teknik pengambilan data penelitian ini dengan metode angket (kuesioner). Kuesioner yaitu memperoleh data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan tertulis yang kemudian diisi oleh responden tentang masalah yang akan dibahas peneliti, mengenai Faktor Lingkungan, Faktor Desain dan Faktor Sosial terhadap Minat Beli Ulang pelanggan pada PIT-STOP Kopi di Kabupaten Gresik.

### **3.7. Pengukuran Variabel**

Teknik pengukuran data yang digunakan adalah skala interval, maka dalam kuisisioner ini digunakan skala likert (*likert scale*). Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Responden akan mendapat nilai 5 apabila responden menjawab SS (Sangat Setuju)
2. Responden akan mendapat nilai 4 apabila responden menjawab S (Setuju)
3. Responden akan mendapat nilai 3 apabila responden menjawab CS (Cukup Seju)
4. Responden akan mendapat nilai 2 apabila responden menjawab TS (Tidak Setuju)
5. Responden akan mendapat nilai 1 apabila responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju).

### 3.8. Uji Instrumen Penelitian

Jenis instrumen yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian yaitu kuesioner, agar data yang berasal dari kuesioner tersebut benar benar andal atau baik , kuesioner yang telah diisi oleh responden harus dilakukan uji validitas dan realibilitas menggunakan Program *SPSS (Social Product Of Social Science)* terlebih dahulu.

#### 3.8.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013;121) validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan membandingkan nilai *r* hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai *r* tabel. Jika nilai *r* hitung > *r* tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid Ghozali (2013;53).

*r* tabel didapat dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree off reedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

*n* = jumlah sampel

2 = *two tail test*

### 3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dan hasil pengukuran dapat diandalkan dan dipercaya. Reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama Sugiyono (2013;121).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Nunnally dalam Ghozali, 2013;48).

### 3.9. Uji Asumsi Klasik

Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut :

#### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas Ghozali (2013;106).

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah residual bersifat konstan atau sama untuk berbagai pengamatan. Deteksi adanya heteroskedastisitas diuji melalui chart scatterplot dengan dasar analisis, jika titik-titik yang terdapat dalam charts tersebut membentuk pola titik-titik yang teratur seperti gelombang, melebar kemudian menyempit berarti terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas Ghozali (2013;139).

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis grafik dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2013;163) yaitu:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.10. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

#### 3.10.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dimaksud untuk menganalisis pengaruh dari variabel Faktor Lingkungan ( $X_1$ ), Faktor Desain ( $X_2$ ), Faktor Sosial ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan ( $Y$ ) dengan persamaan berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Konsumen
- a : Konstanta
- $b_1$ - $b_3$  : Koefisien Regresi
- $X_1$  : Ambient Factors
- $X_2$  : Design Factors
- $X_3$  : Social Factors

#### 3.10.2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2013;97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti mengajurkan untuk menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai Adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

### 3.10.3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis diajukan, maka digunakan statistik uji t.

#### 1. Uji t

Uji ini digunakan untuk menguji seberapa jauh satu variabel bebas (*independen*) secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependen*). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap antara lain :

##### a. Merumuskan hipotesis statistik

$H_0 : b_1 = 0$  artinya variabel Faktor Lingkungan ( $X_1$ ) tidak ada pengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y).

$H_a : b_1 \neq 0$  artinya variabel Faktor Lingkungan ( $X_2$ ) ada pengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y).

$H_0 : b_2 = 0$  artinya variabel Faktor Desain ( $X_3$ ) tidak ada pengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y).

$H_a : b_2 \neq 0$  artinya variabel Faktor Desain ( $X_2$ ) ada pengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y).

$H_a: b_3 \neq 0$  artinya variabel Faktor Sosial ( $X_3$ ) ada pengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y).

$H_0 : b_3 = 0$  artinya variabel Faktor Sosial ( $X_3$ ) tidak ada pengaruh terhadap Pembelian Ulang (Y).

b. Menentukan Taraf Signifikansi

Membandingkan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 dengan tingkat signifikansi t yang diketahui secara langsung dengan menggunakan program *SPSS* dengan kriteria berikut:

Nilai signifikan  $t > 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Nilai signifikan  $t < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.