

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Field Research*. Melaksanakan macam penelitian dilaksanakan langsung dilapangan dan data informasinya diperoleh langsung dengan menggunakan media observasi, kuesioner, serta wawancara. Yang dijadikan sasaran dalam penelitian ini meliputi masyarakat umum, seperti anak sekolah SD, remaja yang sekolah di madrasah, pegawai negeri, para nelayan, karyawan pabrik roti dan sebagainya.¹

Metode kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini. Metode kuantitatif yaitu metode mempelajari sampel maupun populasi dimana teknik pengambilan sampelnya diambil secara acak serta analisis datanya bersifat statistic atau kuantitatif guna memvalidasi hipotesis yang sudah diputuskan.²

B. Setting Penelitian

Setting penelitian meliputi waktu serta lokasi atau tempat penelitian. Lokasi penelitian yaitu kondisi lingkungan tempat penelitian yang sedang dilaksanakan. Sedangkan waktu penelitian yaitu masa pelaksanaan saat dilakukannya penelitian.³

Penelitian ini dilaksanakan di outlet Mandcap Jiwa Pati tentang Variasi Produk dan Kualitas Peayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Outlet Mandcap Jiwa ini berlokasi di Guyangan Trangkil Pati.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi didefinisikan suatu hal penting saat melaksanakan penelitian, peneliti menggunakan populasi bertujuan untuk menentukan sampel maupun subyek yang representative yang bisa digunakan menciptakan generalisasi dari hasil penelitian. Populasi bukan sekedar meliputi manusia, namun juga ada sasaran

¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid 1*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2000), 10.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 14.

³ Pedoman Penyelesaian Tugas Akhir Progam Sarjana (Skripsi) 2018 IAIN Kudus, 35.

lainnya. Populasi tidak hanya jumlah subjek maupun objek namun mengenai karakter subjek maupun objek dan karakteristik.⁴

Populasi yaitu bagian generalisasi meliputi subjek dan objek yang berkualitas serta ada karakteristik ditetapkan oleh peneliti guna difahami serta dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Penelitian ini terdapat populasi yang berjumlah 8700 konsumen yang datang membeli di outlet Mandcap Jiwa dalam satu tahun 2021-2022.

2. Sampel

Sampel diartikan setengah populasi yang diambil menggunakan syarat-syarat guna diterapkan dalam mengumpulkan data maupun informasi mengenai ciri ataupun sifat populasi. Sampel digunakan dalam penelitian untuk mewakili populasi.⁶

Teknik sampling disebut teknik yang bertujuan guna pengambilan sampel dari populasi representative.⁷ Pengambilan sampel yang baik yaitu yang hasil akhirnya bisa dikenakan terhadap populasi, yaitu sampel yang bisa menggambarkan karakter dari populasi atau yang memiliki ciri representative.⁸ Ada banyak rumus dalam pengambilan sampel penelitian yang bisa diterapkan untuk menentukan total dari sampel penelitian. Rumus pengambilan sampel bertujuan guna mempermudah teknis penelitian. Berikut adalah rumus Slovin.⁹

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian disebabkan kesalahan pengambilan sampel namun bisa ditoleransi, misalnya 10%

⁴ Hamid Darmadi, Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial Teori Konsep Dasar dan Implementasi, (Bandung : Alfabeta, 2104), 55.

⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung : Alfabeta, 2017), 117.

⁶ Yaya Suryana, Metode Penelitian Manajemen Pendidikan, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2015), 248.

⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung : Alfabeta, 2017), 118.

⁸ Hamid Darmadi, Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial Teori Konsep Dasar dan Implementasi, (Bandung : Alfabeta, 2014), 57.

⁹ Yaya Suryana, Metode Penelitian Manajemen Pendidikan, 257.

Penelitian ini memiliki jumlah populasi 8700 konsumen, sehingga penelitian ini menggunakan presentase kelonggaran yaitu 10% dengan perhitungan dibawah :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{8700}{1 + 8700 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{8700}{1 + 87}$$

$$n = 98,863$$

digenapkan menjadi 100 responden

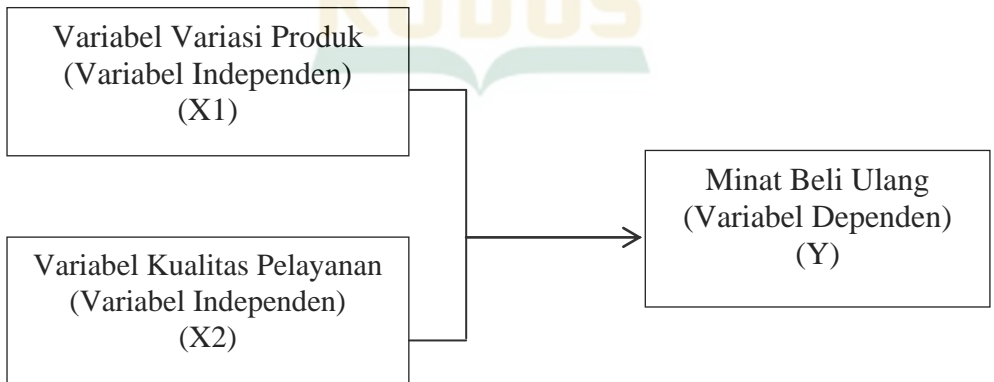
Dalam menjalankan pemilihan sampel penelitian ini, menerapkan teknik incidental, yakni pemilihan sampel berlandaskan kebutuhan yakni seluruh orang ditemui peneliti dan mempunyai ciri-ciri sebagai responden maka orang tersebut yang dipilih menjadi sampel pada penelitian ini.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Penelitian

Dua variabel independen dan satu variabel dependen digunakan dalam penelitian ini. Variabel bebas berarti suatu variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadikan berubahnya variabel terikat. variabel terikat yakni variabel penyebab maupun yang dipengaruhi variabel bebas.¹⁰ Untuk penelitian ini variabel independennya yaitu Variasi Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2). Sedangkan untuk variabel dependennya adalah Minat Beli Ulang (Y). Maka lebih jelasnya dapat digambarkan pada skema berikut :

Bagan 3.1 Skema Hubungan Antar Variabel Penelitian



¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung : Alfabeta, 2017), 61.

2. Definisi Operasional variabel

Operasional variabel yaitu mencakup variabel dalam perumusannya berlandaskan ciri yang diamati, yang menjadikan peneliti melakukan observasi terhadap fenomena maupun suatu objek. Operasional variabel dibuat guna memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data.¹¹ Variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variasi Produk merupakan aneka macam produk berupa minuman dan makanan kekinian yang dijual di outlet mandcap jiwa kota Pati dengan macam-macam rasa, tampilan, jenis dan ukuran.
2. Kualitas Pelayanan yaitu model pelayanan terhadap konsumen secara baik yang diberikan oleh outlet Mandcap Jiwa Pati dengan tujuan mencukupi keinginan serta harapan konsumen.
3. Minat Beli Ulang yaitu adanya tanggapan baik sehingga membuat pelanggan membeli barang lagi dimasa depan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Variasi Produk (X_1)	Variasi Produk didefinisikan aneka macam barang berdasarkan pada penampilan produk, ukuran, harga yang memiliki ciri khas tersendiri. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> a. Tampilan produk. b. Ukuran produk. c. Ketersediaan produk. d. Kemudahan mendapatkan produk. e. Kelengkapan produk.¹³ 	Likert
Kualitas Pelayanan (X_2)	Kualitas pelayanan dijadikan patokan	a. <i>Tangible</i> (bukti fisik), seperti fasilitas yang	Likert

¹¹ Yaya Suryana, Metode Penelitian Manajemen Pendidikan, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2015), 188.

¹² Astri Ayu Purwati, dkk., Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru, *Jurnal Ekonomi KIAM* 30, no.1 (2019) : 23, diakses pada 22 November 2022, <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/3870>.

¹³ Dwi Warni Wahyuningsih, Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha N-Max di Wonogiri, *Jurnal Edunomika* 3, no.2 (2019) : 40, diakses pada 20 November 2022, <https://media-neliti-com/media/publications/301219-pengaruh-variasi-produk-harga-dan-promos-8268486b-pdf>.

	layak tidaknya pelayanan yang disediakan perusahaan guna memenuhi keinginan pelanggan. ¹⁴	<p>memadai dan penampilan karyawan.</p> <p>b. <i>Reliability</i> (kehandalan), seperti melakukan pelayanan sebaik mungkin.</p> <p>c. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan), seperti sigap dalam membantu konsumen memilih produk.</p> <p>d. <i>Assurance</i> (Jaminan), seperti bahan yang digunakan terjamin bersih dan fresh.</p> <p>e. <i>Empathy</i> (perhatian), seperti menunjukkan sifat peduli dan perhatian terhadap konsumen.¹⁵</p>	
Minat Beli Ulang (Y)	Minat beli ulang diartikan sebagai keinginan berbelanja lagi menurut peristiwa berbelanja yang	<p>a. Minat transaksional.</p> <p>b. Minat referensi.</p> <p>c. Minat preferensial.</p> <p>d. Minat eksploratif.¹⁷</p>	

¹⁴ Sumarsid dan Atik Budi Paryanti, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi), Jurnal Ilmiah M-Progress 12, no.1 (2022) : 73, diakses 20 November 2022, <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/867>.

¹⁵ Sumarsid dan Atik Budi Paryanti, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi), 74.

	sudah pernah dilakukan. ¹⁶		
--	---------------------------------------	--	--

E. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas yaitu kualitas kemampuan alat ukur yang dikenakan untuk menunjukkan validitas dari instrument atau guna mengukur tujuan utama penelitian yang dijalankan melalui alat ukur tersebut. Sebab instrument disebut valid jika instrument tersebut benar dalam mengukur sesuatu yang semestinya harus diukur.¹⁸

Korelasi product momen pearson merupakan teknik yang sering digunakan oleh peneliti dalam menguji validitas. Terdapat uji signifikasi r hitung $\geq r$ tabel yang menjadikan tiap item pertanyaan berkorelasi signifikan dengan nilai jumlah (*verified*), dengan rumus dibawah ini :

$$r \text{ hitung} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r hitung : koefisien korelasi

$\sum x$: total nilai item

$\sum y$: total seluruh item

n : total responden

Dalam uji validitas, uji signifikasi dilaksanakan dengan cara melakukan perbandingan antar skor hitung korelasi serta skor hitung r tabel dalam $df = n - k$, yang menunjukkan n merupakan jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel.¹⁹

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas yaitu patokan yang menandakan alat ukur penelitian yang memiliki keunggulan selaku alat ukur, yang diukur

¹⁷ J.Pantjawati, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan di Kartini Restoran Surabaya Plaza Hotel" Jpantjawati (eprints perbanas), diakses 22 November 2022, <https://eprints.perbanas.ac.id/185/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>.

¹⁶ Dewi Sartika, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen, Jurnal penelitian Ekonomi dan Bisnis 2, no. 1 (2017) : 14.

¹⁸ Yaya Suryana, Metode Penelitian Manajemen Pendidikan, 234.

¹⁹ Wikayanti Luvita Sari, Pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Pada Mahasiswa Progam Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus, Skripsi, (Kudus : IAIN Kudus, 2022), 40.

menggunakan kestabilan hasil pengukuran tidak berubah dari masa kemasa.²⁰

Jika dalam penelitian mengkalkulasikan kuesioner dan jawaban dari responden tidak berubah maka pertanyaan di kuesioner tersebut telah dikatakan reliable. Dalam menakar reliabilitas pertanyaan dapat dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner, dan hasil dari jawaban responden dikalkulasikan, disebut reliable jika nilai perhitungan Cronbach Alpha > 0,60.²¹ Rumus yang digunakan yakni sebagai berikut :

$$R_{xy} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

R_{xy} : koefisien reliabilitas

K^2 : banyaknya item pertanyaan

σ : variasi total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner didefinisikan suatu metode pengumpulan data penelitian melalui cara menyediakan serangkaian pertanyaan tertulis untuk dijawab responden, yang berisi tentang hipotesis-hipotesis yang dikemukakan. Angket adalah cara yang efektif untuk mengumpulkan informasi ketika peneliti mengetahui apa yang diinginkan responden dan variabel yang diukur. Angket dapat digunakan untuk jumlah responden yang banyak, angket dapat meliputi mengenai pertanyaan terbuka atau tertutup serta pemberian angket kepada responden bisa melalui internet maupun diberikan secara langsung.

Pemberian angket secara langsung dilakukan ketika penelitian dilakukan di wilayah yang tidak terlalu luas. Hubungan secara langsung yang dilakukan peneliti kepada responden dapat menimbulkan situasi yang bagus yang bisa membuat responden

²⁰ Yaya Suryana, Metode Penelitian Manajemen Pendidikan, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2015), 235.

²¹ Muhammad Chaidar Ali, Pengaruh Variasi Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Kangen Kopi Desa Kauman Kecamatan Kota Kabupaten Kudus, Skripsi (Kudus : IAIN Kudus, 2021), 45.

tidak keberatan dalam memberikan data secara cepat dan obyektif.²²

Uma Sekaran (Sugiyono,2012) menjelaskan prinsip dalam penulisan kuesioner atau angket adalah meliputi :

- a. Tujuan beserta isi dari pertanyaan.
- b. Bahan yang digunakan oleh peneliti disesuaikan dengan bahasa yang dimengerti oleh responden.
- c. Tidak memberi pertanyaan yang menyinggung terhadap sesuatu yang telah dilupakan responden.
- d. Dalam proses wawancara dapat terstruktur maupun tidak, artinya jenis pertanyaan bisa terbuka maupun tertutup.
- e. Memberi pertanyaan kepada responden dari pertanyaan yang umum dan berlanjut pada pertanyaan yang spesifik.²³

Prinsip dalam penulisan kuesioner ini menggunakan kuesioner atau angket yang bersifat tertutup, yang bertujuan membantu responden menjawab pertanyaan secara cekatan serta serius. Dari jawaban yang diperoleh dengan menggunakan angket, selanjutnya peneliti menggunakan jenis skala likert yang berbentuk checklist serta pilihan ganda dan diberi skor pada tabel berikut:

Tabel 3.2

No	Jawaban	Bobot
1	Sangat setuju	dengan nilai 5
2	Setuju	dengan nilai 4
3	Ragu-ragu	dengan nilai 3
4	Tidak setuju	dengan nilai 2
5	Sangat tidak setuju	dengan nilai 1

Sumber : Data penelitian diolah 2022

2. Dokumentasi

Dalam penelitian, informasi bisa didapatkan dari catatan harian, jurnal kegiatan, arsip foto, bahkan fakta berbentuk surat dan sebagainya. Dokumentasi merupakan cara mengumpulkan informasi yang dilakukan oleh peneliti menggunakan semua jenis dokumen yang terdapat adanya hubungan dengan penelitian tersebut. Dokumen dapat berupa gambar maupun foto-foto dan

²² Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung : Alfabeta, 2017), 199.

²³ Yaya Suryana, Metode Penelitian Manajemen Pendidikan, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2015), 228.

sebagainya yang digunakan penulis untuk penunjang terhadap penelitian yang sedang dilakukan.²⁴

3. Observasi

Observasi merupakan cara penelitian dengan melihat, mengamati dan mempunyai tujuan mengumpulkan data. Observasi memiliki ciri spesifik dibandingkan dengan kuesioner atau wawancara, karena observasi tidak hanya berfokus pada orang, bisa dengan obyek yang lainnya.

Mengumpulkan data menggunakan observasi dilakukan jika penelitian meliputi proses kerja, sikap manusia, obyek alam serta responden tidak terlalu banyak. Dalam proses observasi dilaksanakan, peneliti ikut serta terjun langsung menjadi pelanggan maupun hanya berkunjung ke tempat observasi.²⁵

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda (R)

Analisis regresi linier berganda yaitu bagian cara statistika yang dikembangkan guna memahami hubungan fungsional diantara variabel dependent atau variabel tidak bebas dengan dua maupun lebih variabel independent atau variabel bebas. Analisis regresi linier berganda mempunyai tujuan guna memperkirakan nilai dari variabel dependent terhadap variabel independent yang telah diketahui nilainya dan guna mengetahui pengaruh sejumlah variabel dependent (bebas) kepada variabel independent (tidak bebas).²⁶

Berikut rumus persamaan regresi linier berganda, menurut Sugiyono patokan dalam memberikan interpretasi koefisien korelasi yaitu :

0,00 – 0,199 : sangat rendah.

0,20 – 0,399 : rendah.

0,40 – 0,599 : sedang.

0,60 – 0,799 : kuat.

²⁴ Yaya Suryana, Metode Penelitian Manajemen Pendidikan , 234.

²⁵ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 203.

²⁶ Iwa Sungkawa, Penerapan Regresi Linier Ganda Untuk Mengukur Efisiensi Pola Penggunaan air tanah system rice intensification (SRI) di Kabupaten Bandung, Subang dan Karawang, *Jurnal camiech* 6, no.1 (2015) : 260, diakses pada 21 November 2022, <https://media.neliti.com/media/publications/166259-ID-penerapan-regresi-linier-ganda-untuk-men.pdf>.

0,80 – 1,000 : sangat kuat.²⁷

Dilaksanakannya analisis guna menjalankan hipotesis yang sudah ditentukan, guna melihat apa dampak dari variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen di Outlet Mandcap Jiwa Pati. penulis memakai rumus persamaan regresi linier berganda guna memperoleh data. gambaran umum dari persamaan regresi linier berganda :

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

Keterangan :

Y : Minat beli ulang

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi variasi produk

b₂ : Koefisien regresi kualitas pelayanan

X₁ : Variasi produk

X₂ : Kualitas pelayanan

e : Standar error

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi diterapkan bertujuan menilai keahlian dari variabel independen dalam memberi pengaruh pada variabel dependen. Skor koefisien determinasi diantara (0-1). Skor koefisien determinasi (R²) kecil menunjukkan variabel independen pada variabel dependen terbatas dan jika banyaknya nilai koefisien determinasi (R²) berarti menunjukkan variabel independen baik saat memberi informasi yang diperlukan guna mendeteksi variabel dependen.²⁸

3. Uji-t (Uji Hipotesis Parsial)

Onozali memaparkan uji-t menunjukkan keterkaitan variabel independen (X₁ , X₂) secara individual dalam menjelaskan variabel dependent (Y). Pada analisis regresi, rumus t hitung yakni :

$$t \text{ hitung} : \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

β_i : Koefesien Regresi Variabel X

S_{b_i} : Standart Error Variabel Y

²⁷ Ogy Mardy Syahputra dan Risa Kartika Lubis, Pengaruh Pembelian Intensif Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan Pada Server Pulsa Easytronik SRB Ponsel Tanjung Morawa, *Jurnal Of Management Science (JMAS)* 1, no.3 (2019) : 29, diakses pada 21 November 2022, <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/725117.pdf>

²⁸ Ardiyan Naton,dkk., *Jurnal riset terapan akuntansi* 2, no.2 (2018) : 106, diakses pada 21 November 2022, <https://jurnal.Polsri.ac.id/index.php/jrtap/article/view/1409/829>.

Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu (a) 5% dan dibutuhkan perbandingan T hitung beserta t tabel, maka akan mengetahui pengaruhnya yakni bisa ditolak maupun diterimanya hipotesis, dengan ketentuan :²⁹

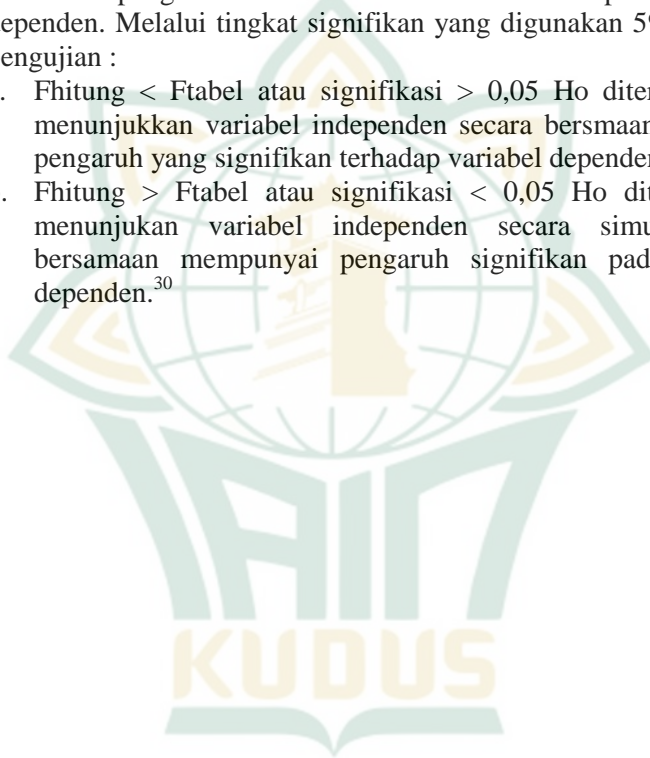
$T_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak (terdapat pengaruh)

$T_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima (tidak adanya pengaruh)

4. Uji Hipotesis Secara Simultan (F)

Uji F dipakai guna mengetahui variabel independen memiliki pengaruh simultan atau bersamaan pada variabel dependen. Melalui tingkat signifikan yang digunakan 5%. Kriteria pengujian :

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$ H_0 diterima, yang menunjukkan variabel independen secara bersamaan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$ H_0 ditolak yang menunjukkan variabel independen secara simultan atau bersamaan mempunyai pengaruh signifikan pada variabel dependen.³⁰



²⁹ Bagus Nurcahyo, Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Aktifitas Word Of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion, Jurnal Nusamba 3, no.1 (2018) : diakses pada 22 November 2022, <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/12026> .

³⁰ Bagus Nurcahyo, Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Aktifitas Word Of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion, 20.