

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang umum.² Secara lebih spesifik, metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (*case study*). Tujuan dari studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas di atas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.³ Tergantung dari tujuannya, ruang lingkup dari studi dapat mencakup keseluruhan siklus dari individu, kelompok, atau lembaga dengan penekanan terhadap faktor-faktor kasus tertentu ataupun meliputi keseluruhan faktor-faktor kasus tertentu, ataupun keseluruhan faktor-faktor dan fenomena.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 8.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 29.

³ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 66.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subjek yang mempunyai kuantitas & karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Populasi penelitian ini adalah konsumen VJO Cafe Kudus yang berjumlah 900 responden.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan teknik Slovin:⁵

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel konsumen VJO Cafe Kudus adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{900}{1 + 900 (0,1)^2} \\ &= \frac{900}{1 + 9} = \frac{900}{10} = 90 \end{aligned}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 90 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria nama sampel tertentu.⁶ Adapun kriteria

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2015), 122.

⁵ Augusty Ferdinand, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016): 123.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 122.

pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen VJO Cafe Kudus yang pernah mengunjungi VJO Cafe Kudus.

C. Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel independen, variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah keragaman produk (X_1), suasana cafe (X_2), dan *word of mouth* (X_3).
2. Variabel dependen, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini yaitu minat beli ulang.

D. Variabel Operasional

Dalam penelitian ini, variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Keragaman Produk	Keragaman produk ialah kumpulan dari semua produk dan komoditas yang diberikan pada konsumen dari pelaku bisnis. ⁷	a. Ukuran makanan dan minuman yang dijual di VJO Cafe Kudus beragam b. Jenis makanan dan minuman yang dijual di VJO Cafe Kudus beragam c. Bahan baku makanan dan minuman yang	Likert

⁷ Berliana Citra Hapsari dan Sri Rahayu Tri Astuti, “Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”, *Diponegoro Journal Of Management* 11, no. 2 (2022): 5.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		dijual di VJO Cafe Kudus beragam d. Desain dan cara penyajian makanan dan minuman di VJO Cafe Kudus sangat estetik e. Kualitas makanan dan minuman yang dijual di VJO Cafe Kudus sangat baik	
Suasana Cafe	<i>Store atmosphere</i> merupakan gambaran suasana keseluruhan dari sebuah toko yang diciptakan oleh elemen fisik (eksterior, interior, layout, display) dan elemen psikologis (kenyamanan, pelayanan, kebersihan, ketersediaan barang, kreatifitas, promosi, teknologi). ⁸	a. Karyawan VJO Cafe Kudus selalu menjaga kebersihan di café. b. Musik yang diputar di VJO Cafe Kudus menjadikan pelanggan merasa nyaman. c. Aroma ruangan di VJO Cafe Kudus sangat nyaman bagi pelanggan d. Suhu ruangan di VJO Cafe Kudus sangat nyaman bagi pelanggan e. Pencahayaan di VJO Cafe Kudus sangat sesuai dengan penglihatan pelanggan f. Warna cat di dalam ruangan VJO Cafe Kudus menjadikan pelanggan merasa	Likert

⁸ Iis Musarofah, “Pengaruh Keanekaragaman Produk, Store Atmosfer, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang”, *SIMBA II*, no. I (2020): 3.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		nyaman g. Tampilan atau <i>display</i> menarik menjadikan pelanggan merasa nyaman	
<i>Word of Mouth</i>	<i>Word of Mouth</i> merupakan pendapat yang diberikan oleh konsumen kepada konsumen lain atas kemauan mereka sendiri berdasarkan kualitas produk atau jasa yang telah mereka konsumsi sebelumnya. ⁹	a. Pelanggan mengetahui informasi mengenai VJO Cafe Kudus dari orang terdekat saya b. Pelanggan percaya dengan informasi yang diberikan orang dekat mengenai VJO Cafe Kudus c. Pelanggan merasa orang dekat pelanggan mempunyai pengetahuan yang lebih baik mengenai VJO Cafe Kudus. d. Topik pembicaraan pelanggan dengan orang terdekat adalah makanan, minuman dan pelayanan kekeluargaan VJO Cafe Kudus.	Likert
Minat Beli Ulang	Minat pembelian ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon	a. Pelanggan berminat untuk membeli VJO Cafe Kudus di masa mendatang	Likert

⁹ Delis Prinia, Muhammad Rizki Ibnu Fatih dan Nabillah Deriefca Rahmawati, "Literature Review *Word of Mouth* dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan", *JUMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3, Issue 1 (2022): 227.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. ¹⁰	<p>b. Pelanggan berminat membeli makanan dan minuman yang berbeda saat berkunjung kembali ke VJO Cafe Kudus</p> <p>c. Pelanggan akan menghabiskan anggaran untuk membeli kembali di VJO Cafe Kudus</p>	

E. Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.¹¹ Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, instrumen yang akan digunakan adalah kuesioner (angket).

Angket (*questionnaire*) merupakan alat penelitian berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Keterangan yang diinginkan terkandung dalam pikiran, perasaan, sikap, atau kelakuan manusia yang dapat dipancing melalui angket.¹²

Dalam penelitian ini teknik pengukuran yang digunakan yaitu dengan menggunakan Skala Likert (*method of summated ratings*). Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial.¹³

¹⁰ Iis Musarofah, "Pengaruh Keanekaragaman Produk, Store Atmosfer, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang", *SIMBA II*, no. I (2020): 3.

¹¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 46.

¹² Tukiran, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 44.

¹³ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2014), 169.

Dalam penelitian ini, jawaban responden diberi skor berdasarkan Skala Likert sebagai berikut:

1. Skor 4 = Sangat Setuju (SS)
2. Skor 3 = Setuju (S)
3. Skor 2 = Tidak Setuju (TS)
4. Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu untuk mengetahui apakah instrumen yang dipilih tepat untuk mendapatkan data.

a. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah suatu keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah.¹⁴ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid mempunyai kriteria-kriteria sebagai berikut.

- 1) Jika nilai $r_{hitung} >$ atau sama dengan r_{tabel} atau nilai p berada di bawah 0,05 dikatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} <$ atau sama dengan r_{tabel} atau nilai p berada di atas 0,05 dikatakan tidak valid.¹⁵

Untuk menentukan nilai r_{hitung} , dibantu dengan program SPSS yang dinyatakan dengan nilai *corrected item total correlation*. Rumus yang digunakan adalah korelasi *product moment* atau metode Pearson sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{N \sum x^2 - \sum x^2 (N \sum y^2 - \sum y^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : angka indeks korelasi *product moment*
 $\sum x$: jumlah seluruh nilai X
 $\sum y$: jumlah seluruh nilai Y

¹⁴ Tukiran, 42.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 122.

$\sum xy$: jumlah hasil perkalian nilai X dan Y
 N : jumlah data

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian alat pengumpulan data yang kedua adalah pengujian reliabilitas instrumen. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama.

Jadi uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas digunakan rumus *cronbach's alpha* (α). Suatu kuesioner dikatakan reliabilitas jika *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.¹⁶

Rumus *cronbach's alpha* (α) adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan yang penting dalam analisis regresi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas dan uji linieritas.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang bertindak lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik

¹⁶ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 90.

adalah data yang mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.¹⁷

Uji normalitas pada analisis regresi dan multivariante sebenarnya sangat kompleks, karena dilakukan pada seluruh variabel secara bersama-sama. Namun uji ini bisa dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama (*multivariante*) variabel-variabel tersebut juga bisa dianggap memenuhi asumsi normalitas.¹⁸

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria terjadinya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah jika signifikansinya kurang dari 0,05. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan

¹⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif, dan R&D*, 46.

¹⁸ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Pres, 2017), 187.

kolerasi yang sangat kuat. Selain itu, uji multikolinieritas digunakan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.¹⁹

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keputusan pembelian (variabel dependen) dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yakni tagline, desain kemasan dan kualitas produk (variabel independen). Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut :²⁰

Rumus regresi linier sederhana adalah:

$$y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \varepsilon$$

Dimana:

y = Minat beli ulang

x₁ = Keragaman produk

x₂ = Suasana cafe

x₃ = *Word of mouth*

β₀ = *intercept* (titik kosong) populasi

β₁ = koefisien regresi variabel keragaman produk

β₂ = koefisien regresi variabel suasana cafe

β₃ = koefisien regresi variabel *word of mouth*

ε = error

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat signifikan dari masing-masing koefisien regresi variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terkait (*dependent variable*) maka digunakan uji statistik sebagai berikut :

a. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).

Langkah-langkah pengujiannya:

¹⁹ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 158.

²⁰ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 123-127.

1) Menentukan formulasi H_0 dan H_a

Hipotesis 1

H_0 : tidak ada pengaruh antara keragaman produk terhadap minat beli ulang.

H_a : ada pengaruh antara keragaman produk terhadap minat beli ulang.

Hipotesis 2

H_0 : tidak ada pengaruh antara suasana cafe terhadap minat beli ulang.

H_a : ada pengaruh antara suasana cafe terhadap minat beli ulang.

Hipotesis 3

H_0 : tidak ada pengaruh antara *word of mouth* terhadap minat beli ulang.

H_a : ada pengaruh antara *word of mouth* terhadap minat beli ulang.

2) Kesimpulan

Cara 1 Jika $\text{Sig} > 0,05$ H_0 diterima

Jika $\text{Sig} < 0,05$ H_0 ditolak

Cara 2 Jika $-t_{\text{table}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{table}}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{table}}$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{table}}$ maka H_0 ditolak

b. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) secara bersama-sama terhadap variabel tidak dependen (Y).

Langkah-langkah pengujiannya:

1) Menentukan formulasi H_0 dan H_a

Hipotesis 4

H_0 : tidak ada pengaruh secara bersama-sama antara keragaman produk, suasana café dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang.

H_a : ada pengaruh secara bersama-sama antara keragaman produk, suasana café dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang.

2) Kesimpulan

Cara 1 Jika $Sig > 0,05$ Ho diterima

Jika $Sig < 0,05$ Ho ditolak

Cara 2 $F_{hitung} < F_{table}$ maka Ho diterima

$F_{hitung} > F_{table}$ maka Ho ditolak

