# BAB III

# METODOLOGI PENELITIAN

## Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses dengan langkah-langkah yang harus dilaksanakan secara sistematis. Hal ini dimaksudkan agar penelitian mendapatkan pemecahan masalah atau mendapatkan jawaban dari setiap permasalahan yang ada. Setiap penelitian ilmiah memerlukan metode yang dapat memperlancar penelitian, khususnya dalam pencarian data dan petunjuk mengenai cara atau langkah penelitian, serta teknik penelitian. Metode penelitian merupakan suatu cara kerja untuk dapat mempelajari dan memahami objek penelitian yang menjadi sasaran atau tujuan dari penelitian.

Penelitian ini hanya mengungkap data peristiwa yang sudah berlangsung yang telah ada pada responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya semua informasi atau data yang diwujudkan dalam angka analisisnya berdasarkan analisis statistik. Penelitian ini bersifat ex-post facto artinya suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian merenut kebelakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. Penelitian ini tidak ada manipulasi langsung terhadap variabel bebas (Sugiyono, 2007)

## Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian yang diteliti penulis berlokasi di Surakarta. Alasan penulis menggambil lokasi di Surakarta dikarenakan peneliti mengetahui seberapa besar Pengaruh Brand Image, Varian produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Pelanggan Roti Breadtalk. Waktu penelitian ini dimulai dari bulan November 2021.

## Populasi dan Sampel

### Populasi

Menurut Sugiyono (2016:117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karateristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan yang pernah membeli Roti Breadtalk di Surakarta yang jumlahnya tidak diketahui. Pelanggan adalah yang membeli lebih dari 2 atau 3 kali.

### Sampel

Menurut Sugiyono (2016:118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karateristik yang dimiliki dari populasi tersebut. Untuk sampel yanb diambil harus benar benar representative (mewakili). Jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini menggunakan rumus lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi yang tak terhingga. Berikut rumus Lameshow, (Lemeshow *et al,.* 1997 : 2) yaitu:

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 % Melalui

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

*n* = 96,04 = 100

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

### Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya. Pengambilan sampling dalam penelitian ini dengan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2017) Teknik pengambilan sampel data yang didasartkan pada pengambilan obyek tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah sampel diambil dari konsumen yang membeli roti Breadtalk di Surakarta.

## Teknik Pengumpulan data

Teknik atau metode yang dikumpulkan untuk mengumpulkan data, teknik ini merupakan hal yang sangat penting karena tujuan utama peneliti adalah mengumpulkan data. Pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara dokumentasi dan triangsulasi (Sugiyono, 2018:224).

### Observasi

Morissan mengemukakan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Dengan kata lain observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatanya melalui hasil kerja pancaindra. Dalam penelitisn ini peneliti melakukan observasi langsung terhadap konsumen atau pelanggan Roti Breadtalk di Surakarta.

### Dokumentasi

Suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dalam bentuk buku, arsip, dokumen tulisan angka dokumen dan gambar yang berupa laporan yang dapat mendukung suatu penelitian. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya karya memunumental. Hasil wawancar akan lebih kredibel jika adanya dokumentasi (Sugiyono 2017).

### Angket (kuisioner)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142). Pernyataan tersebut memberikan skor dalam masing masing jawaban responden dengan skala Likert berisi 5 tingkatan dengan preferensi jawaban sebagai berikut :

5 mewakili jawaban “sangat setuju” (SS)

4 mewakili jawaban “setuju” (S)

3 mewakili jawaban “kurang setuju” (KS)

2 mewakili jawaban “tidak setuju” (TS)

1 mewakili jawaban “sangat tidak setuju” (STS)

### Teknik Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang yang saling bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu ( Sugiyono (2015). Dalam penelitian ini peneliti akan mengajukan pertanyaan secara langsung sehingga dapat diperoleh data data yang diperlukan.

## Devinisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Devinisi Operasional Variabel

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | Devinisi Variabel | Indikator | Kisi-kisi |
| 1 | Minat Beli Ulang (Y) | Minat Beli Ulang adalah konsumen merasa puas setelah menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa dengan melakukan pembelian kembali produk tersebut | 1. Kepuasan pelanggan 2. Kualitas produk 3. Kualitas harga 4. Kualitas pelayanan | 1. Merasa puas dengan produk breadtalk 2. Akan merekomendasikan produk breadtalk kepada pihak lain 3. Lebih memilih breadtalk dibandinkan pihak lain untuk dikonsumsi 4. Akan melakukan pembelian ulang pada produk breadtalk 5. Senang membicarakan produk breadtalk kepada orang lain |
| 2 | Brand Image (X1) | Brand Image merupakan presepsi atau merek yang dihubungkan dngan asosiasi yang melekat pada ingatan konsumen | 1. Kesadaran merek 2. Asosiasi merek 3. Mutu yang dirasakan 4. Loyalitas merek   (Aaker, 1997:25) | 1. Brand breadtalk sudah terkenal dikalangan masayarakat 2. Brand breadtalk mampu bersaing dengan banyaknya brand/produk sejenis 3. Brand breadtalk memiliki kualitas yang baik 4. Brand breadtalk mempunyai rating yang baik 5. Brand breadtalk mempunyai citra merek yang menarik |
| 3 | Varian Produk  (X2) | Varian Produk merupakan suatu hal yang khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, dan penampilan atau atribut lainnya. | 1. Ukuran 2. Harga 3. Tampilan 4. Ketersediaan produk   ( Tjiptono, 2008 : 97) | 1. Rasa produk yang enak 2. Mempunyai berbagai pilihan rasa unggulan 3. Produk yang terkenal dengan taburan abon diatas roti 4. Produk mempunyai kualitas yang baik 5. Produk yang mempunyai pilihan varian cake |
| 4 | Kepercayaan | Kepercayaan adalah rasa yang timbul akibat adanya sebuah tindakan yang diharapkan terhadap suatu produk. | 1. Jaminan kepua 2. san pelanggan 3. Perhatian kepada pelanggan 4. Jujur kepada pelanggan | 1. Peracaya bahwa koki/pemasak di breadtalk sudah handal 2. Produk breadtalk sudah terpercaya 3. Percaya bahwa produk breadtalk menggunakan bahan baku yang higienis 4. Produk bradtalk sudah melewati uji kesehatan dan BPOM 5. Memiliki standar rasa yang sama di berbagai outlet |

## Uji Instrumen

Untuk memperoleh data adalah menggunakan kuisioner yang disusun Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data adalah menggunakan kuisioner yang disusun secara sistematis yang berisikan beberapa pernyataan yang diberikan kepada responden. Dengan ini diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan riliabel dengan menggunakan bantuan spss.

### Uji Validitas

Uji Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Saptutyningsih dan Septyaningrum (2019:164) Validitas merupakan ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek. Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa naik tes pengukuran dalam mengukur objek yang seharusnya diukur. Suatu data dinilai valid atau tidaknya menggunakan dua sisi pada tarif signifikan 0,05 dengan kriteria, jika :

1. Jika r hitung ≥ r tabel, dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item dan data dinyatakan valid.
2. Jika r hitung ≤ r tabel, dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item dan data dinyatakan tidak valid.

Uji Validitas dalam penelitian ini, dilakukan terhadap

Hasil validitas dalam penelitian ini, dilakukan terhadap 20 responden dengan rumus korelasi Bivariate Person dengan progran SPSS Statistics 15. Hasil dari perhitungan uji validitas dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| P.1 | 0,657 | 0,444 | Valid |
| P.2 | 0,809 | 0,444 | Valid |
| P.3 | 0,706 | 0,444 | Valid |
| P.4 | 0,797 | 0,444 | Valid |
| P.5 | 0,884 | 0,444 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.2 semua butir pernyataan pada variabel Y dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel sebesar 0,444. Hal ini menunjukan bahwa 5 pernyataan pada variabel Y bisa dipakai dalam penelitian.

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Brand Image

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| P.6 | 0,636 | 0,444 | Valid |
| P.7 | 0,582 | 0,444 | Valid |
| P.8 | 0,562 | 0,444 | Valid |
| P.9 | 0,558 | 0,444 | Valid |
| P.10 | 0,469 | 0,444 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.3 semua butir pernyataan pada variabel Y dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel sebesar 0,444. Hal ini menunjukan bahwa 5 pernyataan pada variabel Y bisa dipakai dalam penelitian.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Varian Produk

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| P.11 | 0,629 | 0,444 | Valid |
| P.12 | 0,862 | 0,444 | Valid |
| P.13 | 0,734 | 0,444 | Valid |
| P.14 | 0,862 | 0,444 | Valid |
| P;.15 | 0,881 | 0,444 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.4 semua butir pernyataan pada variabel Y dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel sebesar 0,444. Hal ini menunjukan bahwa 5 pernyataan pada variabel Y bisa dipakai dalam penelitian.

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Kepercayaan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| P.16 | 0,737 | 0,444 | Valid |
| P.17 | 0,815 | 0,444 | Valid |
| P.18 | 0,816 | 0,444 | Valid |
| P.19 | 0,895 | 0,444 | Valid |
| P.20 | 0,792 | 0,444 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3.5 semua butir pernyataan pada variabel Y dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel sebesar 0,444. Hal ini menunjukan bahwa 5 pernyataan pada variabel Y bisa dipakai dalam penelitian.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama akan memberikan hasil yang sama atau untuk pengukuran lebih subyekif apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip. Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa sjauh mana hasil pengukuran dngan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Crpnbach’s Alpha | Standar Reliabilitas | Keterangan |
| Minat Beli Ulang | 0,909 | 0,60 | Reliabel |
| Brand Image | 0,784 | 0,60 | Reliabel |
| Varian Produk | 0,919 | 0,60 | Reliabel |
| Kepercayaan | 0,035 | 0,60 | Reliabel |

Sumber : Data diolah tahun 2022

## Teknik Analisa Data

Setelah data mentah melalui serangkaian kegiatan pengolahan data kemudian sampai pada tahap analisa yang bertujuan menyempitkan dan membatasi penemuan penemuan hingga menjadi satu data yang teratur, tersusun dan lebih berarti (Istiatin, 2018 : 101)

### Asumsi Klasik

Menurut Maryam (2019 : 59), uji asumsi klasik merupakan uji pendahuluan yang dilakukan seorang peneliti sebelum menggunakan model regresi, dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang cocok diterapkan pada suatu data. Hasil uji ini menggunakan 3 uji yaitu :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual menikuti distribusi normal. Kalau asumsi dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil (Ghozali, 2018, 161). Uji normalitas ini dilakukan secara statistik denganmenggunakan alat analisis One Sample Kolomogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis.

H0 : Data residual berdistribusi normal

HA : Data residual berdistribusi normal

Jika nilai signifikan > 0.05 maka H0 diterima artinya data residual berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi < 0.05 maka H0 ditolak artinya data residual berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2018, 167).

1. 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. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun datayang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan benar).

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2016:105-106). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolenieritas dalam model regresi dilakukan dengan menganalisis nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dengan kriteria sebagai berikut :

* Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance < 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat multikolenieritas.
* Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat multikolenieritas.

### Analisis Regresi Liniear Berganda

Regresi linear berganda adalah metode analisis yang tepat ketika penelitian melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan satu atau lebih variabel bebas. Untuk menguji model pengaruh dan hubungan variabel bebas yang lebih dari dua variabel terhadap variabel dependen, digunakan persamaan regresi linier berganda (multiple linier regression method). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2018, 95). Analisis dan pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh dept to equity ratio (DER), return on equity (ROE), net profit margin (NPM), dan earning per share (EPS).

**Y = a + b1X1 +b2X2 + b3X3 + e**

Dimana :

Y : Variabel terikat (Minat Beli Ulang)

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi variabel bebas ( Brand Image )

b2 : Koefisien regresi variabel bebas ( Varian Produk )

b3 : Koefisien variabel bebas ( Kepercayaan )

X1 : Variabel bebas ( Brand Image )

X2 : Variabel bebas ( Varian Produk )

X3 : Variabel bebas ( Kepercayaan )

e : *Term of Error*.

### Uji Hipotesa

Uji hipotesa atau hipotesis ini adalah uji yang mengukur kebenaran dari suatu pernyataan yang menarik kesimpulan diterima atau ditolak pernyataan tersebut. Menerima atau menolak hopotesis tergantung pad perbedaan nilai sampel dengan nilai hipotesis. Jika terdapat perbedaan antara keduanya cukup besar, peluang untuk menolak hipotesis juga besar, begitu juga sebaliknya.

1. Uji t

Uji-t atau t test adalah salah satu uji statistik untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam membedakan rata- rata pada dua populasi. Uji statistik parametrik memiliki beberapa jenis uji yang digunakan untuk memperoleh kesimpulan mengenai populasi dari sampel yang diambil. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2016:127). Menurut Ghozali (2015: 98) uji t ialah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah :

Keterangan :

α = Taraf signifikan atau taraf kesalahan

n = Jumlah sampel

k = variabel bebas atau variabel independen

Langkah-langkah uji hipotesis :

1. Ho : βi < 0: menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Ha : βi > 0 : menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria keputusannya adalah :

Gambar 3.1

Kurva Normal Uji t

Daerah ditolak Daerah ditolak

Daerah diterima

Ftabel Ftabel

1. Jika thitung> ttabel, dan Sig < 0,05 maka Ho ditolak.
2. Jika thitung < ttabel, dan Sig > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak.
3. Taraf signifikan = 5%
4. Derajat kebebasan (df) = n - k
5. R²-test (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crossection) relatif rendah kerena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Jika nilai R² = 1, maka Adjusted R² = R² =1, sedangkan jika nilai R² = 0, maka adjusted R² = (1-k)/(n-k). Jika k>1, maka adjusted R² akan bernilai negatif (Ghozali, 2016:134). Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

***Kd = r2xy* x 100%**

Keterangan:

Kd : koefisien determinasi

r2xy = koefisien korelasi ganda

1. Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji level of signifikasi koefisien secara bersama-sama apakah terdapat Brand Image, Varian Produk dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang. Langkah – langkah pengujian F statistik adalah sebagai berikut :

1. Menentukan formulasi Ho dan Ha

Ho : b1 = b2 = b2 = b3 = 0, Dimana variabel independent secara bersamaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

Ho : b1 ≠ b2 ≠ b2 = 0, Dimana variabel independent secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent

1. Menentukan level of significant α = 0,0
2. Kriteria Pengujian

Daerah ditolak

Daerah diterima

Gambar 3.2

Kurva Normal Uji F

Ftabel = 0,05 (k; n – k – 1) Fhitung

1. Mengitunng nilai F

Dimana :

K = Jumlah parameter yang di estimasi termasuk intercept

n = Jumlah pengamatan

R2 = Koefisien determinasi

1. Keputusan

Ho ditolak jika nilai Fhitung > Ftabel dan Ho diterima jika diperoleh nilai Fhitung < Ftabel