

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode adalah salah satu cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan, sedangkan tujuan dari penelitian itu sendiri terdiri dari mengungkapkan, menggambarkan, menyimpulkan hasil pemecahan masalah yang akan mengarahkan penelitiannya. Metode penelitian akan mengarahkan penelitian pada tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2013:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penulis melakukan pengumpulan data pada penelitian ini yang berupa informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif.

1. Metode Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013:206) yang dimaksud dengan metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah bagaimana tanggapan mengenai kualitas produk dan promosi penjualan kartu prabayar indosat, dan bagaimana tanggapan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan bandung dalam minat beli ulang kartu prabayar indosat.

2. Metode Verifikatif

Sugiyono (2013:36) mengemukakan verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori, dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Penelitian verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang kartu prabayar indosat (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan bandung) secara simultan dan parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel menjelaskan tipe-tipe variabel yang dapat di klasifikasikan berdasarkan fungsi variabel dalam hubungan antar variabel serta skala variabel yang digunakan. Sedangkan operasionalisasi variabel menjabarkan variabel atau sub variabel kepada konsep, dimensi, indikator yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel penelitian.

3.3 Definisi Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian menurut Sugiyono (2012:59) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

a. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen sering juga disebut variabel bebas. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi perubahannya atau

timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012:59). Pada penelitian ini variabel-variabel independennya adalah :

1. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:143), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen.
2. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:204), promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa.

b. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen sering juga disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:59). Pada penelitian ini variabel dependennya yaitu minat beli ulang. Adapun pengertian minat beli ulang menurut Hellier et al (2013) adalah : *“Repurchase intention is the individual’s judgement about buying again a designated service from the same company, taking into account his or her current situation and likely circumstances”*. Yang artinya, “Niat pembelian kembali adalah pertimbangan individu untuk membeli kembali layanan yang ditunjuk dari perusahaan yang sama, dengan mempertimbangkan situasi saat ini dan keadaan yang mungkin terjadi”.

4.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasional variabel menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:87) dikatakan bahwa “variable penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variable

penelitian sebelum melakukan analisis”. Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang akan dianalisis dapat dijelaskan melalui definisi operasional sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variable

Variable dan Konsep	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	N A
Kualitas Produk (X ₁) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:143)	Kinerja produk	Kecepatan koneksi produk	Tingkat kecepatan koneksi produk	Interval	1
		Kenyamanan produk	Tingkat kenyamanan menggunakan produk	Interval	2
	Fitur	Keanekaragaman produk	Tingkat keanekaragaman produk	Interval	3
		Kejelasan informasi mengenai produk	Tingkat kejelasan informasi mengenai produk	Interval	4
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kesesuaian standar kualitas produk	Tingkat kesesuaian standar kualitas produk	Interval	5
		Kinerja produk	Tingkat kinerja produk	Interval	6
	Kehandalan	Kualitas sinyal produk	Tingkat kualitas sinyal produk	Interval	7
Promosi Penjualan (X ₂) Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Kotler dan Amstrong (2012:204)	Paket Harga	Paket harga yang diberikan	Tingkat paket harga yang diberikan	Interval	8
	Hadiah pelanggan	Hadiah yang diberikan	Tingkat kemenarikan hadiah yang diberikan	Interval	9
	Garansi Produk	Garansi yang di dapatkan	Tingkat garansi yang di dapatkan	Interval	10
	Pameran dagang/konvensi	Pameran dagang yang di tampilkan	Tingkat kemenarikan pameran dagang	Interval	11

Tabel 3.1 Lanjutan

<p>Minat Beli Ulang (Y)</p> <p>Minat beli ulang adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali.</p> <p>Peter & Olson dalam Oetomo & Nugraheni (2012)</p>	Minat Transaksional	Keinginan untuk selalu membeli ulang produk	Tingkat keinginan untuk selalu membeli ulang produk	Interval	12
	Minat Referensial	Kesediaan untuk merekomendasikan ke orang lain	Tingkat kesediaan untuk merekomendasikan ke orang lain	Interval	13
	Minat Preferensial	Menjadikan produk yang dikonsumsi menjadi pilihan utama	Tingkat menjadikan produk yang dikonsumsi menjadi pilihan utama	Interval	14
	Minat Eksploratif	Keinginan untuk mencari informasi mengenai produk	Tingkat keinginan untuk mencari informasi mengenai produk	Interval	15

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Penarikan sampel dapat diperlukan jika populasi yang diambil sangat banyak, akan tetapi peneliti memiliki keterbatasan untuk mencakup seluruh populasi, maka peneliti perlu mendefinisikan mengenai berapa populasi baru kemudian menentukan jumlah sampel dan teknik sampling yang digunakan.

3.3.1 Populasi

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 (Sugiyono, 2012:115). Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini diambil dari

jumlah mahasiswa yang aktif di fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan bandung yaitu sebanyak 1819 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:65) dikatakan bahwa sampel sebagai berikut:

“Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, penelitian tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif.

Menurut Rescoe dalam V. Wiratna Sujarweni (2014:66) untuk menentukan sampel dapat menggunakan rumus slovin dan tabel Isac Mischael, dan peneliti menggunakan cara rumus slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e^2 = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan penjelasan di atas dengan menggunakan rumus slovin, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{1819}{1 + (1819 \times 0,10^2)} = 94,78 \text{ atau } 95 \text{ orang.}$$

Jadi sampel penelitian untuk populasi 1819 orang dengan tingkat kesalahan 10% maka sampelnya sebanyak 95 orang.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *probability sampling*, sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*.

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2013:82). *Simple Random Sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2013:82).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengumpulkan data dengan melakukan survei lapangan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer, terdiri dari :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada responden/ mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan bandung. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan/ pernyataan kepada konsumen pengguna kartu Prabayar Indosat di fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan bandung. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner berstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai kualitas produk, promosi penjualan dan minat beli ulang kartu Prabayar Indosat.

2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu *literature-literature*, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

3.4.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2013:200) merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan

oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*.

Untuk mencari nilai koefisien, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Nilai korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan lainnya dalam satu variabel

n = Jumlah sampel (responden)

ΣX = Jumlah hasil pengamatan variabel X

ΣY = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

ΣXY = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan Y

ΣX^2 = Jumlah dari hasil pengamatan variabel X yang telah dikuadratkan

ΣY^2 = Jumlah dari hasil pengamatan variabel Y yang telah dikuadratkan

Setelah angka korelasi diketahui, kemudian dihitung nilai t dari r dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti data tersebut signifikan (*valid*) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti data tersebut tidak signifikan (tidak

valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitas.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul Item - Total Statistik. Menilai valid tidaknya masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r_{hitung} yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* $> 0,30$ (Priyatno, 2009).

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2013:110) “Reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Penelitian ini menggunakan metode *split half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown*, dengan cara kerjanya sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.

3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

$$r = \frac{n(\Sigma AB) - (\Sigma A)(\Sigma B)}{\sqrt{((n\Sigma A^2 - (\Sigma A)^2)(n\Sigma B^2 - (\Sigma B)^2))}}$$

Keterangan :

r = Korelasi produk moment

ΣA = Jumlah total skor kelompok ganjil

ΣB = Jumlah total skor kelompok genap

ΣA^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban kelompok ganjil dan kelompok genap

Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *spearman brown* sebagai berikut :

$$r = \frac{2rb}{1 + rb}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

rb = korelasi *product moment* antara kelompok ganjil (belahan pertama) dan kelompok genap (belahan kedua), batas reliabilitas minimal 0,7

3.5 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan

masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2015:147). Metode analisis data yang digunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka metode analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia (Sugiyono, 2015:243). Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Dalam penelitian ini setiap pendapat responden dan pernyataan dalam kuisisioner diberi nilai dengan skala *semantic differential*.

Skala *semantic differential* adalah skala untuk mengukur sikap, tetapi bentuknya bukan pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum di mana jawaban yang sangat positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang sangat negatif terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya. Responden dapat memilih jawaban dengan rentang jawaban yang positif sampai negatif. Hal ini tergantung persepsi responden kepada yang dinilai, Sugiyono (2012:141). Jawaban atas pertanyaan yang ada di kuesioner sebelum diolah diberikan pembobotan terlebih dahulu. Jawaban kuesioner dengan menggunakan skala *semantic differential*.

Tabel 3.2
Skala Semantic Differential

Skor	Penilaian
7	Sangat Setuju Sekali
6	Sangat Setuju
5	Setuju
4	Cukup Setuju
3	Kurang Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiyono (2013)

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2013:53). Variabel penelitian ini yaitu kualitas produk (variabel X_1), promosi penjualan (variabel X_2) dan minat beli ulang (variabel Y).

Adapun nilai yang dihasilkan adalah dari 1 hingga 7, dimana angka yang dipilih akan diberi nilai sesuai besaran angka tersebut. Kemudian dilakukanlah proses analisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif yang dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Kriteria Penilaian

No	Interval	Kategori
1	1,00 - 2,00	Sangat tidak baik
2	2,00 - 3,00	Tidak baik
3	3,00 - 4,00	Kurang Baik
4	4,00 - 5,00	Cukup Baik
5	5,00 - 6,00	Baik
6	6,00 - 7,00	Sangat Baik
7	7,00 -	Sangat Baik Sekali

Hasil Pengolahan Data 2017

Kategori ini dimaksud untuk mengetahui makna nilai yang didapat oleh setiap responden. Dengan mengetahui makna nilai, maka gambaran kecenderungan perspektif responden dapat diketahui, apakah perspektif tersebut berada pada level sangat baik sekali, sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, tidak baik atau sangat tidak baik.

3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013:55). Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang digunakan penulis seperti analisis regresi linier berganda, dan analisis korelasi berganda. Berikut ini merupakan beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis verifikatif.

3.5.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:210) menyatakan bahwa “Analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah”. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X_1 (kualitas produk), X_2 (promosi penjualan), dan Y (minat beli ulang). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	= Variabel terikat (minat beli ulang)
a	= Bilangan konstanta
β_1, β_2	= Koefisien arah garis
X_1	= Variabel bebas (kualitas produk)
X_2	= Variabel bebas (promosi penjualan)
ε	= Diluar variabel yang diteliti

Nilai a , b_1 , b_2 , dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Setelah a , b_1 dan b_2 didapat, maka akan diperoleh persamaan Y .

3.5.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antar variabel X_1 , X_2 , terhadap Y , dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$R = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

Untuk memperoleh nilai $JK_{regresi}$ perhitungan dengan menggunakan rumus :

$$JK_{regresi} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Keterangan :

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai $\sum Y^2$ digunakan rumus :

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ yaitu :

- Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan variabel Y
- Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif
- Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat korelasi.

Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variable-variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2013) seperti tertera pada tabel berikut :

Tabel 3.4
Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

3.5.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Promosi Penjualan), dan Y (Minat Beli Ulang).

Menentukan tingkat signifikansi, yaitu 5% atau 0,05 dan derajat bebas pembilang (df_1) = $k - 1$ dan derajat bebas penyebut (df_2) = $n - k$, untuk mengetahui daerah F_{tabel} sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan hipotesis.

Menghitung nilai F_{hitung} untuk mengetahui apakah variabel-variabel koefisien korelasi signifikan atau tidak. Dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} ($n-K-1$) = derajat kebebasan

Hipotesis parsial diuji dengan uji t, uji t bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara parsial terhadap variabel Y signifikan, dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5%.

Nilai uji t diperoleh dengan perhitungan rumus sebagai berikut :

$$t = r \sqrt{\frac{n - k - 1}{1 - r^2}}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari F_{hitung} dari F_{tabel} . Nilai F_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Hipotesis statistik yang diajukan, sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1\beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) dan promosi penjualan (X_2) terhadap minat beli ulang (Y).

$H_a : \beta_1\beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) dan promosi penjualan (X_2) terhadap minat beli ulang (Y).

Taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$ atau 5%. Selanjutnya hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel} \rightarrow$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan)
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel} \rightarrow$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan)

2. Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji T dilaksanakan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai T_{tabel} . Nilai T_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *coefficients*. Berikut ini adalah langkah-langkah dengan menggunakan uji T :

- a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) :
- $H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap minat beli ulang (Y).
- $H_a : \beta_1 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap minat beli ulang (Y).
- $H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel promosi penjualan (X_2) terhadap minat beli ulang (Y).
- $H_a : \beta_2 \neq 0$: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel promosi penjualan (X_2) terhadap minat beli ulang (Y).
- b. Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$ atau 5%. Nilai T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} dan ketentuannya sebagai berikut :
1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} \rightarrow$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (signifikan)
 2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel} \rightarrow$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak signifikan)

3.5.3.1 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

$$Kd = \beta \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

β = Beta (*nilai standardized coefficients*)

Zero Order = Matrix korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

$Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap Y, lemah

$Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap Y, kuat

3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi (R^2) atau *adjusted R²* bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R^2 atau *adjusted R²* adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya jika mendekati nol. Dalam uji linear berganda, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh X_1 , X_2 dan variabel Y . Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi.

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi ganda

3.6 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan secara tertulis kepada responden. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas produk, promosi penjualan dan minat beli ulang. Pertanyaan yang diajukan kepada responden yang telah disediakan pilihan jawabannya, dengan berpedoman kepada skala *semantic differential* dengan memberikan 7 alternatif jawaban.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Objek penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap minat beli ulang kartu prabayar indosat (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan bandung) di PT. Indosat, Tbk yang beralamat di Jl. Asia Afrika No. 111 Sumur Bandung, Jawa Barat 40111. Waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan mulai bulan Juni 2017 sampai dengan Agustus 2017.