

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian yang Digunakan**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah guna mendapatkan suatu data valid yang biasa digunakan sebagai pemecahan suatu masalah penelitian. Data yang biasanya diperoleh dari penelitian pada dasarnya dapat digunakan untuk memahami, mengantisipasi, serta memecahkan masalah. Sugiyono (2017:2) berpendapat bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah yang memiliki kegunaan untuk mendapatkan data untuk kegunaan dan tujuan tertentu.

Dikeempatan kali ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif serta pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif diartikan oleh Sugiyono (2017:59) sebagai penelitian yang dilakukan guna mengetahui nilai variabel mandiri, baik dari satu variabel maupun lebih tanpa membuat adanya perbandingan atau menghubungkan variabel lain yang diteliti serta dianalisis sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan. Berbeda dengan verifikatif yang berarti suatu penelitian yang dilakukan guna menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan suatu informasi ilmiah baru berbentuk status hipotesis berupa kesimpulan mengenai apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak.

#### **3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Dalam sebuah penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas sebelum mulai pengumpulan data. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017:63).

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel bebas (independent) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjawab sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent, dikonotasikan dengan simbol X. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Lokasi (X1), Bukti Fisik (X2), dan Harga (X3). Sedangkan untuk variabel terikat (dependent) menurut Sugiyono (2017:39) yang dimaksud variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (dependent). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian dan dikonotasikan dengan huruf (Y). Berikut ini definisi dari setiap variabel pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1)

David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016:134), kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan apabila produk tersebut memenuhi harapan konsumen.

2. *Electronic Word of Mouth* (X2)

Goyette et al., dalam Priansa (2016:120) e-WOM diartikan sebagai proses dimana konsumen mendapatkan berbagai macam informasi dan pendapat secara langsung untuk pembelian.

3. Pembelian Ulang

Menurut Hasan, Ali (2018:131) bahwa pembelian ulang timbul karena didahului oleh adanya minat membeli, minat membeli muncul salah satunya disebabkan oleh persepsi yang didapatkan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik. Pembelian Ulang dapat mengukur kemungkinan konsumen untuk

membeli produk dan semakin tinggi pembelian, semakin tinggi keinginan konsumen untuk membeli produk

Setelah peneliti memaparkan definisi dari tiap-tiap variabel penelitian, maka pada sub bab berikutnya peneliti akan memaparkan operasional variabel guna memperjelas tiap variabel dalam penelitian ini.

### 3.2.1 Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan pengertian dari ketiga variabel yaitu Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth* dan Pembelian Ulang yang akan diteliti diatas. Dimana terdapat indikator-indikator yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah data yang diperoleh dengan cara kategorisasi atau klasifikasi tetapi diantara data tersebut terdapat hubungan atau tingkatan operasionalisasi variabel berisi kegiatan yang bertujuan untuk memecahkan variabel- variabel yang menjadi bagian-bagian terkecil sehingga diketahui klasifikasi ukurannya.

Agar lebih jelas mengenai operasional variabelnya, maka dapat dilihat tabel 3.1 sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<b>Kualitas Produk (X1)</b>  kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan	Kinerja (Performance)	Kenyamanan Produk	Tingkat kenyamanan produk saat digunakan	Ordinal	1
	Daya tahan (Durability)	Daya Tahan Bahan	tingkat daya tahan bahan produk	Ordinal	2
		Daya Tahan Warna	tingkat daya tahan warna produk	Ordinal	3

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<p>apabila produk tersebut memuhi harapan konsumen konsumen.</p> <p><b>David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016:134)</b></p>	Kesesuaian dengan Spesifikasi (Conformance to Specification)	Kesesuaian produk dengan yang ditawarkan	Tingkat kesesuaian produk dengan yang ditawarkan	Ordinal	4
		Kesesuaian model produk dengan usia pembeli	Tingkat kesesuaian model produk dengan usia pembeli	Ordinal	5
	Keistimewaan tambahan (Feature)	Keragaman produk	Tingkat keberagaman produk	Ordinal	6
	Kehandalan (Reliability)	Kehandalan produk dalam memberikan nilai lebih	Tingkat kehandalan produk dalam memberikan nilai lebih	Ordinal	7
	Estetika (Aesthetic)	Kemasan produk	Tingkat kemenarikan kemasan produk	Ordinal	8
		Desain produk	Tingkat kemenarikan desain produk	Ordinal	9
	Kesan Kualitas (perceived Quality)	Keunggulan produk	Tingkat keunggulan produk	Ordinal	10
	Kemampuan Pelayanan (Serviceability)	Kemudahan perawatan produk	Tingkat kemudahan perawatan produk	Ordinal	11
	<p><b>Electronic Word of Mouth (X2)</b></p> <p>e-WOM diartikan sebagai proses dimana konsumen mendapatkan</p>	<i>Intensity</i> (Intensitas)	Frekuensi mengakses informasi	Jumlah pendapat atau opini konsumen pada media sosial	Ordinal
<i>Positive Valence</i> (Tanggapan Positif)		Pendapat positif mengenai produk	Jumlah pendapat positif konsumen	Ordinal	13

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
berbagai macam informasi dan pendapat secara langsung untuk pembelian.  <b>Goyette etal., dalam Priansa (2016:120)</b>	<i>Negative Valence</i> (Tanggapan Negatif)	Pendapat negatif mengenai produk	Jumlah pendapat negatif konsumen	Ordinal	14
	<i>WOM Content</i> (Konten Media Sosial)	Isi informasi dari media sosial yang ditawarkan	Keamanan situs yang digunakan	Ordinal	15
<b>Pembelian Ulang (Y)</b>  bahwa pembelian ulang timbul karena didahului oleh adanya minat membeli, minat membeli muncul salah satunya disebabkan oleh persepsi yang didapatkan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik  <b>Hasan (2018;131)</b>	Minat Transaksional	Kecenderungan pembelian produk karena keragaman produk yang ditawarkan	Jumlah variasi produk yang ditawarkan	Ordinal	16
		Kecenderungan membeli produk karena suasana Kinokimi Coffee yang menimbulkan rasa nyaman	Tingkat kenyamanan yang menarik pelanggan untuk menumbuhkan pembelian ulang	Ordinal	17
	Minat Referensial	Keinginan konsumen untuk mereferensikan Kinokimi pada konsumen lain karena nama produk yang digunakan menarik	Tingkat kemenarikan nama menu yang ditawarkan guna meningkatkan pembelian ulang	Ordinal	18
		Keinginan konsumen untuk mereferensikan Kinokimi Coffee karena merek yang digunakan oleh perusahaan	Tingkat kemenarikan nama Kinokimi Coffee sebagai selling point	Ordinal	19
	Minat Preferensial	Konsumen tertarik membeli karena harga yang ditawarkan	Tingkat harga yang ditawarkan sesuai dengan preferensi konsumen	Ordinal	20
	Minat Eksploratif	Produk yang ditawarkan unik sehingga menaikkan	Tingkat produk yang unik sehingga mengundang	Ordinal	21

Variabel dan Definisi Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		keingin tahun konsumen	interest dari konsumen		
		Produk yang ditawarkan dapat memenuhi standar konsumen	Tingkat pemenuhan standar konsumen	Ordinal	22

Sumber: data diolah peneliti

### 3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.3.1 Populasi

Populasi diartikan oleh Sugiyono (2016:90) sebagai wilayah generalisasi atas objek maupun subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Disesuaikan dengan judul penelitian yang diangkat yaitu pengaruh *electronic word of mouth* dan kualitas produk terhadap pembelian ulang di kedai kopi Kinokimi Coffee maka peneliti mendapatkan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kedai Kinokimi Coffee adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**

**Data Pengunjung Kinokimi Coffee**

No	Bulan	Pengunjung
		Jumlah Pengunjung
1	Januari	2092
2.	Februari	1873
3.	Maret	1786
4.	April	2685
5.	Mei	2803
6.	Juni	2124
7.	Juli	2203
8.	Agustus	1820
9.	September	1816

10.	Oktober	2235
11.	November	1807
12.	Desember	2363
Total		25.607
		2134

### 3.3.2 Sampel

Sugiyono (2016:91) mengartikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Sampel juga dapat disimpulkan sebagai bagian kecil dari suatu populasi secara singkat. Penelitian ini tentu hanya menggunakan Sebagian dari populasi yang ada dikarenakan adanya berbagai keterbatasan mulai dari segi tenaga, waktu, serta terlalu banyaknya jumlah populasi. Jumlah sampel yang diambil tentu yang akan dapat mewakili dan merepresentasikan keseluruhan populasi yang ada dipenelitian ini.

Dalam penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, peneliti akan menggunakan rumusan yang dikeluarkan oleh Solvin (dalam Umar, 2011:78) dimana ukuran sampel adalah perbandingan populasi dengan presentasi kelonggaran ketidaktelitian. Berikut adalah metode solvin:

Rumus:

$$n = N/(1+N.(e)^2)$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah total populasi

e : Batas toleransi *error* (dimana pada penelitian ini batas toleransi *error* dalam sampling ini adalah 10%)

$$n = 2134/(1+2134(0,1)^2) = 95,52 = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya maka diperoleh ukuran (n) atau jumlah dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 pengunjung Kinokimi Coffee yang akan dijadikan ukuran untuk sampel penelitian.

### **3.3.3 Teknik Sampling**

Teknik sampling diartikan Sugiyono (2017:81) sebagai teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling disini ada dua jenis yaitu *non probability sampling* dan *probability sampling*. Dalam penelitian ini teknik pengambil sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* atau yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017:82) sebagai teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi tiap unsur maupun anggota populasi untuk kemudian dipilih menjadi sampel. Teknik ini juga kemudian dibagi menjadi beberapa jenis sampling berbeda yaitu sampling kuota, *incidental*, sistematis, *snow ball*, dan sampling jenuh, dan yang dipilih untuk penelitian ini adalah sampling *incidental* dikarenakan secara spesifik penelitian ini akan menentukan sampel secara kebetulan seperti pengertiannya, *incidental sampling* adalah sampel yang diambil berdasarkan kebetulan siapa saja yang bertemu secara tidak sengaja dan dipandang cocok sebagai narasumber (Sugiyono, 2017:85).

### **3.4 Teknik Pengumpulan data**

Siregar (2014:17) mengartikan pengumpulan data sebagai proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam suatu penelitian dan pengumpulan data merupakan salah satu langkah penting guna mendapatkan data untuk



pemecahan masalah yang sedang diteliti. Data-data yang dikumpulkan juga berguna untuk menguji rumusan hipotesis. Sugiyono (2016:19) juga berpendapat bahwa ada beberapa metode pengumpulan data umum yang biasa digunakan dalam penelitian yaitu melalui kuisisioner, wawancara, observasi, serta studi Pustaka. Berikut adalah penjabaran Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini.

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan survei langsung ke lokasi guna mendapatkan data yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data primer.

Teknik ini juga dibagi lagi menjadi beberapa cara antara lain:

a. Observasi

Siregar (2014:19) mendefinisikan observasi atau pengamatan langsung sebagai kegiatan pengumpulan data terhadap kondisi lingkungan objek penelitian.

b. Wawancara

Sugiyono (2017:137) menjelaskan bahwa wawancara merupakan teknik penelitian yang digunakan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan pada suatu fenomena atau permasalahan. Wawancara kali ini akan dilakukan kepada Manajer Operasional di Kinokimi Coffee.

c. Kuisisioner

Kuisisioner menurut Sugiyono (2016:162) adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti memberikan seperangkat pertanyaan tertulis sehingga responden dapat menjawab pertanyaan tersebut. Pada umumnya pertanyaan yang diajukan akan berhubungan secara logis pada masalah yang sedang

diteliti dan kelak akan berguna dalam pengujian hipotesis. Kuisisioner yang akan diajukan nanti merupakan kuisisioner berstruktur dan materi pertanyaannya akan berhubungan dengan *eWOM*, kualitas produk, serta pembelian ulang di Kinokimi Coffee.

d. Survei

Menurut Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generalisasikan.

2. Penelitian Studi Pustaka

a. Studi Pustaka

Merupakan pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan menelaah literatur maupun sumber yang tentunya berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Data yang didapatkan biasanya merupakan data sekunder melalui berbagai buku yang ada hubungannya dengan objek serta untuk mengetahui teori dasar dari masalah yang sedang diteliti.

b. Jurnal

Digunakan untuk data pendukung penelitian, biasanya membahas sesuatu yang dianggap relevan dengan topik pendidikan.

c. Internet

Data dari internet yang biasanya dicari akan berhubungan dengan topik penelitian, biasanya dipublikasikan dalam berbagai bentuk berbeda mulai dari karya tulis ilmiah, jurnal, ataupun makalah.

### **3.5 Uji Instrumen Penelitian**

Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas untuk menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi pengukuran dari satu responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pernyataan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan tersebut.

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesalahan setiap item pernyataan variabel. Untuk mencari validitas sebuah item, mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditunjukkan kepada responden dengan total untuk seluruh item. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, dan jika antara item dengan total item sama atau dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari nilai koefisien, digunakan rumus pearson product moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{((n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2))}}$$

Sumber: Sugiyono (2017:183)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefesien *r product moment*

$r$  = Koefesien validitas item yang dicari

$x$  = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

$y$  = Skor total instrumen

$n$  = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum x$  = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$  = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum xy$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y Dasar mengambil keputusan :

(a) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)

(b) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Sugiyono (2017:127) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

### 3.5.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan-pertanyaan yang sudah memenuhi uji validitas dan tidak memenuhi, maka tidak perlu diteruskan untuk di uji reliabilitas. Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2017:130).

Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *split-half method* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pertanyaan genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown*, dengan cara kerjanya adalah sebagai berikut ini:

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokkan dalam kelompok I dan kelompok II.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok I dan kelompok II.
3. Korelasi skor kelompok I dan kelompok II dengan rumus:

$$rb = \frac{n (\sum AB) - (\sum A)(\sum B)}{((n \sum A^2 - (\sum A)^2)(n \sum B^2 - (\sum B)^2))}$$

Dimana:

$r$  = Koefesien korelasi *product moment*

A = Variabel nomor ganjil B = Variabel nomor genap

$\Sigma A$  = Jumlah total skor belahan ganjil  $\Sigma B$  = Jumlah total skor belahan genap

$\Sigma A^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan ganjil  $\Sigma B^2$  = Jumlah kuadran total skor belahan genap

$\Sigma AB$  = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

4. Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2017:131)

Dimana:

$r$  = Nilai reliabilitas

$r_b$  = Korelasi *pearson product moment* antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen ( $r_b$  hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila  $r$  hitung > dari  $r$  tabel, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila  $r$  hitung < dari  $r$  tabel, maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel atau tidak dapat diandalkan.

Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas. Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama. Untuk melihat andal

tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas.

### 3.5.3 Method of Successive Interval (MSI)

Metode suksesif interval merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Setelah memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner berupa ordinal perlu ditransformasi menjadi interval, karena penggunaan analisis linier berganda data yang telah diperoleh harus merupakan data dengan skala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Dalam banyak prosedur statistik seperti regresi, korelasi Pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Oleh karena itu, jika kita hanya mempunyai data berskala ordinal; maka data tersebut harus diubah ke dalam bentuk interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. Kecuali jika kita menggunakan prosedur, seperti korelasi Spearman yang mengujikan data berskala ordinal; maka kita tidak perlu mengubah data yang sudah ada tersebut. Langkah-langkah menganalisis data dengan menggunakan MSI sebagai berikut:

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab 1-5 untuk setiap pertanyaan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden disebut dengan proposi.

4. Menentukan proposi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribur normal.
5. Dengan menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z.
6. Menghitung *Scale Value* (SV) untuk masing-masing reponden dengan rumusan berikut.

$$SV = \frac{(\text{density at lower limit}) - (\text{density at upper limit})}{(\text{area under upper limit}) - (\text{area under lower limit})}$$

7. Menghitung skor hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus:

$$y = sv + [k]$$

$$k = 1[SVmin]$$

Catatan, nilai Sv terkecil atau nilai negatif terbesar diubah menjadi sama dengan 1 (satu).

### 3.6 Metode Analisis Data dan Hipotesis

Metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.

Analisis data dalam bentuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya suatu hubungan antar variabel melalui analisis kolerasi, melakukan prediksi, dengan analisis regresi, dan membuat



perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono. 2017:148). Kebenaran hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan pendapat yang telah di paparkan peneliti sampai pada pemahaman bahwa analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen ( $X_1$ ) = Kualitas Produk, ( $X_2$ ) = *Electronic Word of Mouth*, terhadap variabel dependen (Y) = pembelian Ulang.

### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Statistik yang digunakan adalah rata-rata (mean), median, modus, standar deviasi dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert, karena skala likert umum digunakan dalam kuesioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam suatu penelitian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Jawaban dari setiap item

instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Terdapat lima (5) kategori pembobotan dalam skala likert ialah sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**  
**Skala Linkert**

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (S)	1

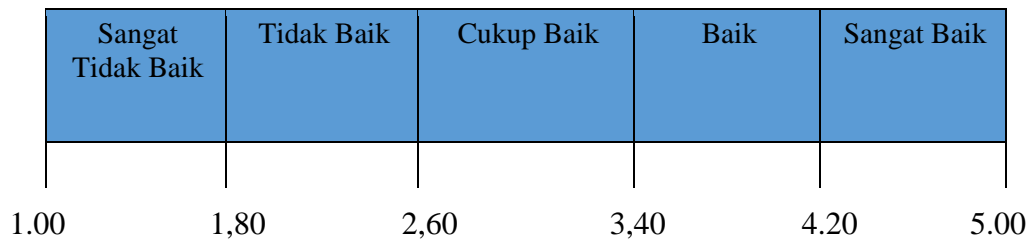
Sumber: Sugiyono (2017:137)

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan kedua variabel tersebut (variabel bebas dan variabel terikat) dalam operasionalisasi variabel ini semua diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisisioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Untuk menentukan jawaban responden termasuk kedalam golongan tinggi, sedang atau rendah terlebih dahulu ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

**Tabel 3. 4**  
**Skala Interval**

No.	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1.	Sangat Tidak Baik	1,00-1,80
2.	Tidak Baik	1,81-2,60
3.	Cukup Baik	2,61-3,40
4.	Baik	3,41-4,20
5.	Sangat Baik	4,21-5,00

Sumber: Sugiyono (2017:137)



**Gambar 3. 1 Garis Kontinum**

Sumber: Sugiyono (2017:9)

### 3.6.2 Analisis Verifikatif

Penelitian Verifikatif digunakan dalam penelitian untuk menguji Hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *eWOM* dan kualitas produk terhadap Pembelian ulang (Y). Dalam penelitian ini, ada beberapa metode statistik yang akan digunakan seperti *Method of Succeshive Interval (MSI)*, Analisis Regresi Linier Berganda, Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi.

#### 3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *eWOM* (X1), kualitas produk (X2) terhadap pembelian ulang (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2017:188)

Dimana:

Y = Variabel terikat (Pembelian ulang)

- a = Bilangan konstanta
- b1 dan b2 = Koefesien regresi *eWOM* dan kualitas produk
- X1 = Variabel bebas (Kualitas Produk)
- X2 = Variabel bebas (*eWOM*)
- E = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi Pembelian ulang selain Kualitas Produk dan *eWOM*.

### 3.6.2.2 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau hubungan antara variabel (X1) *eWOM*, kualitas produk (X2), dan pembelian ulang(Y) dengan rumus, yaitu:

$$R^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R<sup>2</sup> = Koefesien korelasi berganda

JK(reg) = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY<sup>2</sup> = Jumlah kuadrat total korelasi

Apabila r = 1, artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2, dan variabel Y, semua positif sempurna

Apabila r = -1, artinya terdapat hubungan antar variabel negatif

Apabila r = 0, artinya tidak terdapat hubungan korelasi

Pengaruh kuat atau tidaknya antar variabel maka dapat dilihat pada tabel 3.5 dibawah ini :

**Tabel 3. 5**  
**Taksiran Biaya Koefisien 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 (2017:180)

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara yang diyakini kebenarannya oleh peneliti terhadap masalah penelitian 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  $X_1$  (*eWOM*),  $X_2$  (kualitas produk), dan  $Y$  (pembelian ulang)

#### 3.6.3.1 Uji Hipotesis Simultan

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$ , tidak terdapat pengaruh *eWOM* dan kualitas produk terhadap pembelian ulang.

$H_1 = \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$  Terdapat pengaruh *eWOM* dan kualitas produk terhadap pembelian ulang.

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan pengujian uji signifikan koefisien berganda digunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2017:192)

Dimana:

$R^2$  = Kuadrat koefisien korelasi ganda

$k$  = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Jumlah anggota sampel

Maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang ( $K$ ) dan penyebut ( $n-k-1$ ) dengan ketentuan sebagai berikut :

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  –  $H_1$  diterima (signifikan)

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  –  $H_1$  ditolak (tidak signifikan)

### 3.7.3.2 Uji Hipotesis Parsial

Hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi. Hipotesis parsial dijelaskan ke dalam bentuk statistik yaitu:

1.  $H_0 : \beta_1 = 0$ , tidak terdapat pengaruh *eWOM* terhadap Pembelian ulang.
2.  $H_1 : \beta_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh *eWOM* terhadap Pembelian ulang.

3.  $H_0 : \beta_2 = 0$ , tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Pembelian ulang.
4.  $H_1 : \beta_2 \neq 0$ , terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Pembelian ulang.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus Uji t dengan signifikansi 0,05 atau 5% dengan tingkat keyakinan 95% dengan rumus yang akan dijelaskan pada halaman selanjutnya:

### 3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya kontribusi (pengaruh) variabel *eWOM* dan variabel kualitas produk terhadap variabel pembelian ulang. Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial, yaitu:

#### a. Analisis Koefisien Determinasi Berganda Simultan

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu *eWOM* ( $X_1$ ) dan variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu pembelian ulang ( $Y$ ) secara simultan dan hasilnya berupa persentase (%) dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

$$Kd = r^2 \cdot 100\%$$

Dimana :

$Kd$  = Nilai koefisien determinasi

$r$  = Koefisien korelasi product moment

100% = Pengalihan yang menyatakan dalam persentase

#### b. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu variabel *eWOM* dan variabel kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu pembelian ulang secara parsial dan hasilnya berupa persentase (%) dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya, yaitu sebagai berikut:

$$KD = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Dimana :

B = Beta (nilai standarized coefficients)

Zero Order = Matrik Kolerasi variabel bebas dengan variabel terikat Dimana, apabila :

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rendah

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

### 3.7 Rancangan Kuisisioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel Kualitas Produk, *eWOM*, dan pembelian ulang, sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel. Kuesioner ini bersifat tertutup, dimana pernyataan yang membawa responden ke jawaban alternatif yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang telah disediakan. Responden tinggal memilih pernyataan yang sudah disediakan peneliti seperti adanya pilihan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden



tinggal memilih kolom yang tersedia dari pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti menyangkut variabel-variabel yang sedang diteliti.

### **3.8 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan**

Penelitian untuk penulisan skripsi ini dilakukan penulis di Kinokimi Coffee yang berlokasi di Jl. Ranggamalela No.8, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40116. Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan November 2020 – Desember 2021.