

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian Yang Digunakan

Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian survei. Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh dari penelitian dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi suatu masalah. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode survei. Menurut Sugiyono (2016:7) pengertian metode survey adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Tujuan penelitian survey adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

Menurut Sugiyono (2016:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2021:64) metode deskriptif adalah suatu rumusan

masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel itu sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel dengan variabel lain. Metode deskriptif ini dipergunakan untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana iklan dan harga terhadap proses keputusan pembelian. Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiyono (2021:17) adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh atau mengetahui hubungan sebab akibat dari hipotesis yang telah diajukan. Metode penelitian verifikatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh *Social Media* dan E-wom terhadap Minat Beli Ulang Kopi Janji Jiwa.

Definisi Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

Variabel merupakan aspek yang paling penting dari suatu penelitian, karena dengan variabel peneliti dapat melakukan pengolahan data yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian atau menjawab hipotesis penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian di operasionalisasikan berdasarkan dimensi, indikator, ukuran, dan skala penelitian.

Definisi Variabel Penelitian

Istilah variabel dapat diartikan bermacam-macam. Dalam tulisan ini variabel diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Menurut Sugiyono (2018:61) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2018:39) variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen), yang disimbolkan dengan simbol (X).

Penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu *Social Media* (X_1) dan *Electronic Word Of Mouth* (X_2). Variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. *Social Media* (X_1)

Menurut Kotler dan Keller (2016:388) Media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain.

2. *Electronic Word Of Mouth* (X_2)

Menurut Thureau, et al., dalam Tommi dan Eristia (2015:14) menyebutkan bahwa Pernyataan yang dibuat oleh konsumen aktual, potential atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang ataupun institusi melalui media internet.

3. Minat Beli Ulang (Y)

Menurut Ali Hasan (2018:131) Minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakuakn dimasa lalu. Minat Beli Ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen.

Variabel Dependen

Variabel terikat (dependen) menurut Sugiyono (2018:39) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yang disimbolkan dengan simbol (Y). Variabel terikat pada penelitian ini adalah Minat Beli Ulang.

Pengertian Minat Beli Ulang menurut Kotler dan Keller dalam Juniawati (2015:141) yaitu tindakan konsumen pasca pembelian, terjadinya kepuasan atau ketidakpuasan pasca pembelian konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, jika konsumen puas maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut.

Operasionalisasi Variabel

Dalam setiap penelitian pasti terdapat variabel penelitian. Operasionalisasi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran, dan skala dimana variabel penelitian akan diukur dengan skala ordinal. Pada penelitian ini *Social Media* dan *Electronic Word Of Mouth* digunakan sebagai variabel bebas. Kemudian yang menjadi variabel terikat pada penelitian ini yaitu adalah Minat Beli Ulang. Operasionalisasi variabel untuk penelitian ini dapat dilihat pada tabel di halaman selanjutnya.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Social Media</i> (X1) “Media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara,	<i>Entertainment</i>	Penggunaan Sosial Media	Tingkat Penggunaan <i>Social Media</i>	Ordinal	1
		Konten <i>Social Media</i> menarik	Tingkat Konten <i>Social Media</i> menarik		2

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
video dan informasi dengan orang lain.” Kotler dan Keller (2016:338)	<i>Interaction</i>	Berbagi informasi Percakapan dan pertukaran informasi dengan pengguna lain	Tingkat Berbagi informasi Percakapan dan pertukaran informasi dengan pengguna lain	Ordinal	3
		Kemudahan dalam memberikan pendapat	Tingkat Kemudahan dalam memberikan pendapat		4
	<i>Trendiness</i>	Konten <i>Social Media</i> mengandung informasi terbaru	Tingkat Konten <i>Social Media</i> mengandung informasi terbaru	Ordinal	5
		Pengguna <i>Social Media</i> memiliki <i>trend</i> kekinian	Tingkat Pengguna <i>Social Media</i> memiliki <i>trend</i> kekinian		6
	<i>Customization</i>	Sosial media menjadi penyedia informasi	Tingkat <i>Social Media</i> menjadi penyedia informasi	Ordinal	7
		Layanan yang tersedia di <i>Social Media</i>	Tingkat Layanan yang tersedia di <i>Social Media</i>		8

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Frekuensi jejaring sosial untuk mengakses sebuah informasi	Tingkat Frekuensi jejaring sosial untuk mengakses sebuah informasi		9
<p>Electronic Word Of Mouth (X2)</p> <p>“Pernyataan yang dibuat oleh konsumen aktual, potential atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang ataupun institusi melalui media internet.” Thurau, et al., dalam Tommi dan Eristia (2015:14)</p>	Intensity	Interaksi pengguna jejaring sosial antar frekuensi	Tingkat Interaksi pengguna jejaring sosial antar frekuensi	Ordinal	10
		Tingginya perbincangan yang unggah oleh pengguna jejaring sosial	Tingkat Tingginya perbincangan yang unggah oleh pengguna jejaring sosial		11
		Pengguna jejaring sosial yang berkomentar positif	Tingkat Pengguna jejaring sosial yang berkomentar positif		12
	Valence Of Opinion	Konsumen mendapat rekomendasi positif dari jejaring sosial	Tingkat konsumen mendapat rekomendasi positif dari jejaring sosial	Ordinal	13
		Terdapat komentar yang negatif dari pengguna jejaring sosial	Tingkat komentar yang negatif dari pengguna jejaring sosial		14
Content	Informasi atraksi wisata yang bervariasi	Tingkat Informasi atraksi wisata yang bervariasi	Ordinal	15	

Variabel & Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		Informasi dari jejaring sosial mengenai kualitas perusahaan	Tingkat Informasi dari jejaring sosial mengenai kualitas perusahaan		16
		Informasi dari segi harga yang ditawarkan	Tingkat Informasi dari segi harga yang ditawarkan		17
Minat Beli Ulang (Y) “Minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakuakn dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen.” Ali Hasan (2018:131)	Minat Transaksional	kecenderungan seseorang untuk membeli produk.	Tingkat kecenderungan seseorang untuk membeli produk.	Ordinal	18
	Minat referensial	kecenderungan seseorang untuk mereferensikan kepada orang lain.	Tingkat kecenderungan seseorang untuk mereferensikan kepada orang lain.		19
	Minat preferensial	Minat selera seseorang pada produk yang diinginkan	Tingkat Minat selera seseorang pada produk yang diinginkan		20
	Minat eksploratif	Pencarian informasi terhadap produk yang hendak dibeli	Tingkat Pencarian informasi terhadap produk yang hendak dibeli		21

Sumber: Data diolah penulis (2022)

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan objek atau subjek agar masalah

dapat terpecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka peneliti akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel.

Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2018:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kopi Janji Jiwa Buahbatu Kota Bandung pada tahun 2021 yang berjumlah 14.624 konsumen.

Tabel 3.2
Jumlah Konsumen Kopi Janji Jiwa Buahbatu Di Kota Bandung

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	1131
Februari	1103
Maret	1226
April	1157
Mei	1193
Juni	1078
Juli	1194
Agustus	1350
September	1073
Oktober	1008
November	1263
Desember	1488
Jumlah	14.624
Rata-rata	1.219

Sumber: Data internal perusahaan

Sampel

Pengertian sampel menurut (Sugiyono, 2018:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa

mewakili populasi. Penelitian ini tidak menggunakan seluruh anggota populasi diambil menjadi sampel, melainkan hanya sebagian dari populasi saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang terlalu banyak.

Penentuan jumlah sample yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode slovin yang dikemukakan oleh Husein Umar(2015:78) yaitu :

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

Dimana:

n = Jumlah sampel N

N = Jumlah populasi

e² = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 10%)

Maka apabila populasi N= 1.219 dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 10%, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak

$$n = \frac{1219}{1 + 1219(0,10)^2} = 92,4 \text{ dibulatkan menjadi } 93$$

Jadi dari perhitungan diatas, untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 93 konsumen.

Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian. Teknik sampel merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Teknik sampling merupakan cara yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling dibagi kedalam dua kelompok yaitu probability sampling dan *non probability* sampling. Menurut Sugiyono (2017:82) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2018:84).

Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Adapun jenis-jenis dari teknik *non probability sampling* yaitu *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling insidental*, *sampling purposive*, *sampling* jenuh dan *snowball sampling*. Teknik *non probability sampling* yang dipilih yaitu *incidental sampling*.

Menurut Sugiyono (2018:85) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini peneliti turun langsung untuk menyerahkan kuisioner kepada responden yaitu konsumen yang Kopi Janji Jiwa Buahbatu Kota Bandung, dan tentunya dengan menetapkan beberapa kriteria-kriteria yang ditentukan oleh peneliti sebelumnya. Berikut adalah tabel mengenai karakteristik responden :

Tabel 3.3
Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Responden	Keterangan
1.	Jenis Kelamin	1. Perempuan 2. Laki-laki

2.	Usia	1. < 20Tahun 2. 20 - 27 Tahun 3. 28 - 35 Tahun 4. > 35 Tahun
3.	Pekerjaan	1. Pelajar/Mahasiswa 2. Pegawai Swasta 3. PNS 4. Wiraswasta
5.	Frekuensi pembelian	1. 1 kali 2. 2 kali 3. 3 kali 4. > 3 kali

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian Lapangan merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dari responden dan mengamati secara langsung tugas-tugas yang berhubungan dengan Kopi Janji Jiwa Buahbatu di Kota Bandung, sehingga menghasilkan data primer. Data primer dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

a. Wawancara

Wawancara secara langsung antara peneliti dengan dengan tanya jawab kepada *Store Manager* Kopi Janji Jiwa Buahbatu berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Hal ini dilakukan untuk menggali, mengumpulkan, menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian sehingga diharapkan memperoleh data yang lebih jelas.

b. Observasi

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

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengolahan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada pelanggan Kopi Janji Jiwa Buahbatu. Hal ini untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah kuesioner terstruktur, dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai *Social Media*, *electronic word of mouth* dan Minat Beli Ulang di Kopi Janji Jiwa Buahbatu.

2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data sekunder berdasarkan *literature-literature*, buku-buku yang berkaitan dengan variable penelitian dan bertujuan untuk mengetahui teori yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, data sekunder dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

a. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari *literature* atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi perpustakaan diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku-buku, yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

b. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dengan penelitian yang membahas berbagai macam ilmu pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik

pendidikan.

c. Internet

Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal ataupun karya tulis.

Teknik Pengolahan Data

Penelitian kuantitatif dalam analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis 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 telah diajukan.

Terdapat dua macam statistik yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Pada statistik inferensial terdapat statistik parametris dan non parametris. Karena data yang digunakan dan diperoleh dari pengukuran dengan instrumen sikap dengan skala likert maka statistik yang digunakan adalah statistik parametris.

Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan 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 :

$$r = \frac{n(\Sigma X_1 X_{1tot}) - (\Sigma X_1)(\Sigma X_{1tot})}{\sqrt{((n\Sigma x_i^2 - (\Sigma x_i)^2)(n\Sigma x_{tot}^2) - (\Sigma x_{1tot})^2)}}$$

Keterangan :

r = Korelasi product moment

ΣX_i = Jumlah skor suatu item

ΣX_{tot} = Jumlah total skor jawaban

Σx_i^2 = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item

Σx_{tot}^2 = Jumlah kuadrat total skor jawaban

$\Sigma X_i X_{tot}$ = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2016 : 179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017 : 177). Uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian digunakan metode *split half item* tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,7 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasidibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut

kurang reliabel.

Adapun rumus untuk mencari reliabilitas adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

r = koefisien korelasi

n = banyaknya responden

A = skor item pertanyaan ganjil

B = skor pertanyaan genap

Setelah koefisien korelasi diketahui, aka selanjutnya hasil tersebutdimasukan kedalam rumus Spearman Brown dengan rumus sebagai berkiut:

$$r = 2rb / (1 + rb)$$

Dimana :

r = nilai reliabilitas

rb = korelasi produk moent antara belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap)

Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pertanyaan dari setiap item kuisisioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakuka pengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti,

karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y). Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini menggunakan perhitungan statistik regresi linear berganda berdasarkan perolehan data dari responden atas kuisisioner yang disebarakan.

Uji Method of Succesive Interval (Uji MSI)

Data yang didapat dari kuesioner merupakan ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui "*Method of Succesive Interval*". Menurut Umi Narimawati, dkk (2015:47) langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategorijawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Of Succesive Interval*, dengan rumus :

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Dimana :

SV(Scala Value) = rata-rata interval

Density at lower limit = kepaduan batas bawah

Density at upper limit = kepaduan batas atas

Area under upper limit = daerah dibawah batas atas

Area under lower limit = daerah dibawah batas bawah

6. Menggunakan nilai transformasi (Nilai untuk skala interval)

dengan menggunakan rumus :

$$Y = SV + (\text{Nilai Skala} + 1)$$

Analisis Deskriptif

Menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner dengan metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sejauh mana persepsi pelanggan terhadap *Social Media* dan harga terhadap Minat Beli Ulang Kopi Janji Jiwa Buah Batu. Pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan atau tidak mendukung pernyataan. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat responden tentang fenomena sosial.

Dalam skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dimana alternatifnya berupa pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan. Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4
Skala Likert

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 (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2017:93)

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:

$$NJI = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Tabel 3.5
Kategori Skala

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 (2017:93)

Analisis Verifikatif

Menurut Sugiyono (2017:13) menyatakan bahwa “metode kuantitatif merupakan metode analisis yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau lebih dikenal dengan statistik dilakukan dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Dalam menggunakan analisis verifikatif dapat menggunakan beberapa metode yang dijelaskan sebagai berikut:

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019:210) 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.

Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variable yang diteliti. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variable X_1 (*Social Media*) dan X_2 (*electronic word of mouth*) dan Y (Minat Beli Ulang). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Y = Variabel terikat (minat beli ulang)

α = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi

X_1 = *Social Media*

X_2 = *Electronic word of mouth*

e = epsilon

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase pengaruh *Social Media* terhadap Minat Beli Ulang. Apabila r^2 mempunyai nilai antara 0 dan 1 ($0 < r^2 < 1$) dimana semakin tinggi nilai r^2 maka akan semakin baik yang berarti bahwa keseluruhan variabel bebas secara bersama-sama mampu menerangkan variabel

terikatnya. Koefisien determinasi dihitung dengan rumus :

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

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi

Kriteria Kd untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

1. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh *Social Media* terhadap minat beli ulang lemah.
2. Jika Kd mendekati satu (satu), maka pengaruh *Social Media* terhadap minat beli ulang kuat.

Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X_1 (*Social Media*) dan X_2 (*electronic word of mouth*) dan Y (Minat Beli Ulang).

Rumus yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK(Reg)}{\sum Y^2}$$

R^2 = Koefisien korelasi ganda

JKreg = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi.

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan $-1 < R < 1$ dan harga untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

1. Apabila $R = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan Y, semua positif sempurna.

2. Apabila $R = -1$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1, X_2 dan Y , semua negatif sempurna.
3. Apabila $R = 0$, artinya tidak terdapat hubungan korelasi.
4. Apabila R berada diantara -1 dan 1 , maka tanda negatif (-) menyatakan adanya korelasi tidak langsung atau korelasi negative. Dan tanda positif (+) menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien dapat dilihat pada tabel 3.6 berikut ini di halaman selanjutnya.

Tabel 3.6
Kriteria Interpretasi koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019:246)

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan sebaiknya diterima (signifikan) atau ditolak oleh penulis. Rumusan hipotesis sebagai berikut :

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang dikemukakan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : b_1, b_2 = 0$: tidak terdapat pengaruh antara *Social Media* (X_1) dan

electronic word of mouth (X_2), terhadap Minat Beli Ulang (Y).

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$: terdapat pengaruh antara *Social Media* (X_1) dan *electronic word of mouth* (X_2), terhadap Minat Beli Ulang (Y).

Pasangan hipotesis tersebut kemudian diuji untuk diketahui tentang diterima atau ditolaknya hipotesis. Untuk melakukan uji signifikan koefisien berganda, tariff signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

- F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table
- (n-K-1) = derajat kebebasan.
- R^2 = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan.
- K = banyaknya variabel bebas
- n = ukuran sampel

Perhitungan tersebut akan memperoleh distribusi F dengan pembilang K dan penyebut (n-K-1) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ - H_a diterima (signifikan)
- b. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ - H_a ditolak (tidak signifikan)

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hipotesis parsial diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hipotesis parsial dijelaskan kedalam bentuk statistik yang dapat dilihat pada halaman berikutnya.

$H_0 : b_1 = 0$: tidak terdapat pengaruh *Social Media* (X_1) terhadap Minat Beli Ulang (Y) pelanggan Kopi Janji Jiwa Buahbatu.

$H_a : b_1 \neq 0$: terdapat pengaruh *Social Media* (X_1) terhadap Minat Beli Ulang (Y) pelanggan Kopi Janji Jiwa Buahbatu.

$H_0 : b_2 = 0$: Tidak terdapat pengaruh *electronic word of mouth* (X_2) terhadap Minat beli ulang (Y) pelanggan Kopi Janji Jiwa Buahbatu.

$H_0 : b_2 \neq 0$: terdapat pengaruh *electronic word of mouth* (X_2) terhadap Minat beli ulang (Y) pelanggan Kopi Janji Jiwa Buahbatu.

Kemudian dilakukan pengujian dengan menggunakan rumus uji t dengan taraf signifikan 5% dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

r = nilai korelasi parsial

k (kelas) = subvariabel

Pengujian telah dilakukan, maka hasil pengujian hitung dibandingkan dengan table, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak.

2. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.

Rancangan Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan 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.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kopi Janji Jiwa Kota Buahbatu yang terletak di Jalan Buahbatu No.112 Kota Bandung. Adapun waktu untuk menyelesaikan Skripsi ini dari bulan Juni hingga Agustus 2022.

