

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk mendukung penelitiannya dengan cara yang tersistemasi. Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2023:9) adalah sebagai berikut: “Metode deskriptif adalah metode menggambarkan atau mendeskripsikan fenomena yang ada, baik alamiah maupun rekayasa manusia”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan verivikatif, melalui metode tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan yang signifikan diantara variabel-variabel yang penulis teliti, sehingga dapat menghasilkan jawaban yang akan memperjelas penggambaran atas objek yang diteliti.

Metode deskriptif ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai fenomena yang terdapat dalam rumusan masalah penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat yang berdasarkan data temuan yang sesuai dengan masalah yang diteliti penulis serta bagaimana hubungannya antara fenomena yang diselidiki. Kemudian data yang dikumpulkan akan dianalisis dan ditarik kesimpulan berdasarkan teori, hingga pada akhirnya dapat diambil kesimpulan utuh atas permasalahan tersebut, sedangkan pengertian metode verivikatif menurut Sugiyono (2023:10) adalah sebagai berikut: “Penelitian verifikatif pada dasarnya metode yang digunakan untuk menguji kebenaran

hipotesis melalui pengumpulan dan analisis data. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak”.

Metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis mengenai masalah penelitian dengan menggunakan alat uji statistik melalui Analisis Regresi Linear Berganda.

3.2 Desain Variabel Penelitian

Untuk melaksanakan sebuah penelitian terlebih dahulu diperlukan untuk membuat perencanaan dan perancangan penelitian dengan maksud agar penelitian yang akan dilaksanakan dapat berjalan sesuai dengan keinginan dan tersistemasi. Desain penelitian adalah rancangan dasar penelitian yang akan kita gunakan sebagai prosedur dan metode dasar yang akan dilakukan dengan maksud agar penelitian yang dikerjakan dapat selesai berdasarkan ketentuan yang diharapkan dalam memilih, mengumpulkan serta menganalisis data.

Tahap-tahap atau prosedur desain penelitian menurut Sugiyono (2023:54) sebagai berikut:

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian;
2. Mengidentifikasi permasalahan yang sedang terjadi;
3. Menetapkan rumusan masalah;
4. Menetapkan tujuan penelitian;
5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori;

6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan;
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel, dan teknik pengumpulan data.
8. Melakukan analisis data;
9. Melakukan pelaporan hasil penelitian

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berikut adalah variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ilmiah ini:

1. Variabel Independen (X_1), (X_2) dan (X_3)

Menurut Sugiyono (2023:39) “Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen”. Variabel independen dalam penelitian ini **Pengaruh *e-Service Quality* (X_1), *e-WOM* (X_2), dan *Brand Image* (X_3)** di mana *e-service quality*, atau kualitas layanan elektronik, mengukur sejauh mana layanan online mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan; *E-word of mouth* (e-WOM) adalah penyebaran informasi, pendapat, dan ulasan tentang produk, layanan, atau merek yang terjadi secara online melalui media sosial, *forum*, *website*, atau *platform* digital lainnya, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen; dan *brand image* sebagai persepsi yang terkandung dalam ingatan konsumen yang mencerminkan asosiasi merek, menggambarkan citra merek sebagai kumpulan kesan dan atribut yang melekat dalam pikiran konsumen.

2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2021:39) “Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu **Minat Pembelian Kembali (Y)** di mana minat pembelian kembali adalah sikap atau niat konsumen untuk melakukan pembelian produk yang sama dari merek atau penjual yang sama di masa mendatang.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
1	<i>e-service quality</i> Pararasuraman et al (2015)	Efisiensi	Kecepatan yang baik dari aplikasi Access by KAI	Saya merasa proses penggunaan layanan online ini cepat dan mudah	Ordinal	1
			performa bebas kendala dari aplikasi Access by KAI	Saya dapat menyelesaikan transaksi tanpa hambatan teknis	Ordinal	2
		Kehandalan	Kesesuaian dengan apa yang ditawarkan oleh aplikasi dengan realita yang ditemukan oleh konusmen	Layanan ini selalu memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang dijanjikan	Ordinal	3
			Penilaian akan kinerja platform aplikasi	Layanan ini selalu konsisten dalam memenuhi ekspektasi saya	Ordinal	4
		Ketersediaan layanan	Ketersediaan akses layanan dan fitur pada aplikasi	Saya dapat mengakses layanan online ini kapan saja saya butuhkan.	Ordinal	5
			Kemudahan akses fitur layanan aplikasi	Semua fitur yang saya perlukan dalam layanan ini tersedia dan mudah diakses	Ordinal	6
		Kepuasan pelanggan	Kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Access by KAI	Saya puas dengan layanan elektronik yang diberikan oleh platform ini	Ordinal	7

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
			Perasaan yang didapat setelah menggunakan layanan	Pengalaman saya menggunakan layanan ini sangat menyenangkan.	Ordinal	8
			Pemenuhan akan kebutuhan konsumen	Layanan ini memenuhi kebutuhan dan harapan saya sebagai pelanggan.	Ordinal	9
		Responsivitas	Cepat tanggap layanan pelanggan dalam merespon permasalahan konsumen dalam pembelian tiket kereta	Layanan pelanggan cepat merespon pertanyaan atau keluhan saya	Ordinal	10
			Penyelesaian masalah	Setiap masalah yang saya hadapi segera mendapatkan solusi	Ordinal	11
			Cara customer service dalam menyelesaikan masalah yang dialami konsumen	Saya merasa dihargai karena layanan ini responsif terhadap kebutuhan saya	Ordinal	12
	2	Intensitas	Frekuensi dalam diskusi, seputar Access by KAI kepada rekan atau secara online.	Saya kerap mengikuti dan berpartisipasi dalam diskusi online mengenai Access by KAI	Ordinal	13
			membagikan pengalaman menggunakan Access by KAI kepada rekan atau secara online.	Saya sering membagikan pengalaman saya menggunakan Access by KAI di media sosial atau platform online lainnya	Ordinal	14
			merekomendasikan Access by KAI kepada rekan atau secara online.	Saya aktif merekomendasikan Access by KAI kepada keluarga dan teman melalui media digital	Ordinal	15
		Pendapat konsumen	Ulasan mengenai penggunaan Access by KAI	Saya merasa penting untuk memberikan ulasan yang jujur tentang pengalaman saya menggunakan Access by KAI	Ordinal	16

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
			pendapat mengenai penggunaan Access by KAI	Opini saya tentang Access by KAI sering saya bagikan kepada orang lain melalui platform online	Ordinal	17
			komentar mengenai penggunaan Access by KAI	Saya biasanya memberikan komentar yang konstruktif terkait pengalaman saya dengan Access by KAI	Ordinal	18
		Konten	hal-hal apa saja yang terdapat pada aplikasi secara lengkap dan jelas	Informasi yang saya dapat tentang Access by KAI cukup lengkap dan jelas	Ordinal	19
			Kejujuran dalam memberikan ulasan	Saya berusaha memberikan detail yang relevan dan akurat dalam ulasan atau komentar saya tentang Access by KAI	Ordinal	20
			Poin-poin penting yang terdapat pada aplikasi	Konten yang saya buat mengenai Access by KAI membantu orang lain memahami kelebihan dan kekurangannya	Ordinal	21
3	Brand image Keller & Swaminathan (2020)	Kekuatan merek	Kemampuan pengenalan identitas aplikasi pada konsumen tiket kereta api	Saya mudah mengenali merek Access by KAI di berbagai platform	Ordinal	22
			Kemampuan untuk menjadi pilihan utama konsumen untuk membeli produk	Access by KAI selalu muncul di benak saya saat memikirkan layanan pemesanan tiket kereta api	Ordinal	23
		Keunggulan merek	Keuntungan layanan dari aplikasi dibandingkan dengan aplikasi sejenis lainnya	Access by KAI menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan aplikasi serupa lainnya	Ordinal	24
			nilai tambah dari aplikasi dibandingkan	Saya merasa Access by KAI memberikan nilai tambah yang	Ordinal	25

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
			dengan aplikasi sejenis lainnya	tidak saya dapatkan dari aplikasi lain		
		Keunikan merek	Identitas/penampilan serta keunikan dari aplikasi Access by KAI terhadap pengalaman konsumen tiket kereta api	Saya menyukai identitas dan tampilan Access by KAI yang berbeda dan menarik	Ordinal	26
			Penilaian konsumen akan pengalaman membeli tiket kereta api melalui aplikasi	Pengalaman yang saya dapatkan dari Access by KAI unik dan tidak saya temukan di aplikasi lain	Ordinal	27
4	Minat Pembelian Kembali Zeqiri et al (2023)	Transaksi Pembelian Ulang	Niat untuk membeli kembali tiket kereta api dengan menggunakan aplikasi Access by KAI	Saya berniat untuk membeli tiket kereta api kembali di masa depan dengan Access by KAI	Ordinal	28
			kehendak untuk membeli kembali tiket kereta api dengan menggunakan aplikasi Access by KAI	Saya secara rutin melakukan pembelian ulang tiket kereta api dengan Access by KAI	Ordinal	29
			Rasa aman untuk terus bertansaksi dengan aplikasi	Saya merasa nyaman dan yakin ketika melakukan pembelian ulang tiket kereta api dengan Access by KAI	Ordinal	30
		Mengunjungi Aplikasi Kembali	Keinginan dan tindakan untuk mengunjungi aplikasi kembali	Saya sering membuka aplikasi ini untuk melihat produk-produk yang ditawarkan	Ordinal	31
			Daya tarik platform aplikasi	Saya tertarik untuk menjelajahi fitur aplikasi ini setiap kali saya menggunakannya	Ordinal	32

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
		Perubahan Harga	Loyalitas konsumen terhadap pembelian tiket walaupun adanya kenaikan harga yang dibeli pada aplikasi Access by KAI	Saya tetap akan membeli tiket kereta api dengan Access by KAI meskipun harga mengalami sedikit kenaikan	Ordinal	33
			Keberadaan promo pada aplikasi Access by KAI	Penawaran harga diskon atau promo membuat saya lebih tertarik melakukan pembelian ulang dengan Access by KAI	Ordinal	34
			Pertimbangan harga produk pada aplikasi substitusi	Saya membandingkan harga tiket kereta api di Acces by KAI dengan harga tiket kereta api di Acces by KAI di aplikasi lain sebelum memutuskan membeli ulang	Ordinal	35

Sumber: berbagai penelitian, data diolah (2025)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2023:137) jenis-jenis sumber data berdasarkan cara memperolehnya antara lain adalah data primer atau langsung dari sumber pertama dan data sekunder atau melalui dokumen/laporan ilmiah terdahulu. Penjelasan mengenai data tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Data Primer

Data diperoleh dari responden melalui kuesioner yang dilakukan peneliti kepada narasumber. Sumber data diperoleh langsung dari pengumpul data,

yang kemudian harus dilakukan pengolahan data kembali agar data yang didapat sesuai dengan yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini data primer diambil langsung dari penumpang kereta api jarak jauh stasiun KAI Bandung dan Kiaracandong.

2. Data Sekunder

Data yang didapat dari catata, buku, dan majalah yang dapat berupa laporan dan buku, yang kemudian penulis pelajari untuk dipahami sebagai teori dan pendukung dalam menunjang penelitian yang dilakukan. Sumber data tidak diperoleh langsung dari pengumpul data. Penulis menggunakan data sekunder yaitu informasi data mengenai Pengunduh Aplikasi *Access by KAI* di *Google Play Store* dan data dari berbagai literatur maupun situs internet yang terkait dengan permasalahan yang diteliti

3.5 Populasi dan Sampel

Dalam mendukung hasil penelitian ini, maka penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan kedalam dua kelompok yaitu:

1. Populasi

Populasi unit analisis dalam penelitian ini adalah sejumlah pengguna aplikasi *Access by KAI* yang melakukan keberangkatan dan kedatangan di stasiun KAI Bandung dan Kiaracandong, di mana berdasarkan data olahan yang diberikan oleh pihak KAI jumlah penumpang pada bulan April - Mei tahun 2025 berjumlah 1.962 orang, sehingga berdasarkan data tersebut penulis menetapkan bahwa populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.962

penumpang pengguna aplikasi *Access by KAI* yang melakukan transaksi pembelian tiket pada bulan April - Mei Tahun 2025.

2. Sampel

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* di mana teknik penentuan sampel dengan menetapkan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2023:121). Di mana kriteria sampel dalam penelitian ini merupakan pengguna aplikasi *Access by KAI* yang pernah melakukan pembelian tiket kereta api jarak jauh secara online minimal satu kali pembelian.

Jumlah populasi pada penelitian ini lebih dari 100, maka digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error*) sebesar 10% atau 0,1. Rumus Slovin digunakan untuk mengetahui berapa besar sampel yang diperlukan agar dapat mewakili populasi. Rumus slovin yang digunakan adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2023:123) :

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Persentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih di inginkan

Maka penyelesaiannya, yaitu :

$$n = \frac{1962}{1 + (1962 \times 0,1^2)} = 95,17$$

Oleh karena itu, berarti anggota populasi yang ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 95,17 konsumen, kemudian penulis genapkan menjadi 100 orang.

Tabel 3.2 Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan
Jenis Kelamin	(L / P) Laki-laki / Perempuan
Usia	< 20 tahun; 20 – 25 tahun; 26 – 30 tahun; 31-35 tahun; > 36 tahun
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa; Pegawai; Wiraswasta; TNI/Polri; Lainnya
Tujuan	Liburan; Bekerja; Sekolah
Pendapatan	< 5jt; 5-10 jt; 11-15jt; 16-20 jt; >20 jt

Sumber: kuesioner penelitian (2025)

3.6 Uji Validitas

Validitas adalah suatu karakteristik dari suatu ukuran yang menjadi fokus dalam penelitian dengan melakukan pengujian pengukuran atas alat test yang digunakan melalui kuesioner tersebut atas apa yang diharapkan oleh peneliti untuk di ukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pernyataan dengan skor total. Teknik korelasi yang digunakan adalah teknik korelasi *pearson product moment*. Jika ada *item* yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Sugiyono (2023 : 183) yang harus dipenuhi yaitu harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \geq 0,30$ maka item-item tersebut dinyatakan valid.

- b. Jika $r \leq 0,30$ maka item-item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mempercepat dan mempermudah penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan software SPSS 20 for windows dengan metode korelasi untuk mencari koefisien korelasi antar variabel dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

N = Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

3.7 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah suatu karakter dari suatu ukuran yang difokuskan memiliki tingkat kepastian dan konsistensi atau yang berarti suatu alat yang di ukur harus memiliki tingkat akurasi, ketepatan, kestabilan dan konsistensi dari suatu alat ukur dimana dalam melakukan penelitian selanjutnya alat ukur tersebut akan menghasilkan hasil yang tetap. Untuk mengetahui andal atau tidaknya suatu alat ukur maka perlu digunakan pendekatan secara statistika melalui koefisien reliabilitas. Jika koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pertanyaan yang digunakan dinyatakan andal atau reliabilitas.

Hasil pengukuran harus memiliki sifat keandalan, keandalan instrumen penelitian menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran bisa dipercaya jika didalam beberapa kali percobaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama memperoleh hasil yang tetap sama, dimana selama aspek yang di ukur tidak mengalami suatu perubahan.

3.8 Analisis Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan dapat menghasilkan sebuah data yang dapat dipercaya maka perlu dilakukan tahap analisis dan pengujian hipotesis. Untuk melakukan analisis data dan pengujian hipotesis penulits terlebih dahulu perlu menetapkan metode apa yang akan digunakan untuk menganalisis data hasil penelitian yang dilakukan dan merancang metode yang digunakan untuk menguji hipotesis. Menurut Sugiyono (2023:191) langkah kerja yang dapat dilakukan untuk merubah jenis data ordinal ke data interval melalui *Method of Successive Interval (MSI)* adalah sebagai berikut:

- a. Ambil data ordinal hasil kuesioner
- b. Untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
- c. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal
- d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.

- e. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method of Successive Interval* sebagai berikut :

$$\text{Means of Interval} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Keterangan :

Mean of Interval : Rata-rata interval

Density at Lower limit : Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit : Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit : Daerah dibawah batas atas

Area under Lower Limit : Daerah dibawah batas bawah

- f. Menghitung nilai skala dengan rumus *Method of Successive Interval* sebagai berikut :

$$\text{Nilai Transformasi} = \text{Nilai Skala} + \text{Nilai Skala Minimum} + 1$$

Dalam proses pengolahan data MSI tersebut peneliti menggunakan bantuan software *Microsoft Excel 2019* dengan tambahan *Add-ins Succesive.xla* untuk mentransformasikan data ordinal ke interval secara otomatis.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Teknik pengolahan data hasil kuesioner digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1. Data ini bersifat ordinal maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden. Teknik pengolahan data hasil kuesioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban bernilai lima sampai dengan satu. Berikut ini merupakan skala likert yang terdapat pada tabel berikut

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai	
	Positif	Negatif
a. Sangat Setuju (SS)	5	1
b. Setuju (S)	4	2
c. Cukup Setuju (CS)	3	3
d. Tidak Setuju (TS)	2	4
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Sugiyono (2025)

Penggunaan data deskriptif dimaksudkan untuk memperoleh kesimpulan dari suatu permasalahan. Penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran bagaimana masing-masing variabel dalam penelitian ini dengan cara membuat tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui tingkat perolehan nilai (skor) variabel yang diteliti termasuk kedalam kategori sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, dan sangat tidak baik. Menurut Sugiyono (2023:206) langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut :

- a. Setiap indikator yang dinilai oleh konsumen, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
- b. Dihitung total skor setiap variabel / subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua responden.
- c. Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.
- d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.
- e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria penilaian sebagai berikut

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi. Untuk melakukan analisis deskriptif dilakukan berdasar kepada setiap indikator yang ada pada setiap variabel yang diteliti dengan berpedoman pada ketentuan berikut:

Tabel 3.4
Kriteria Klasifikasi Presentase Skor Tanggapan Responden

No.	% Skor	Kriteria
1	20.00% – 36.00%	Sangat Buruk/Sangat Rendah
2	36.01% – 52.00%	Buruk/Rendah
3	52.01% – 68.00%	Cukup Baik/Sedang
4	68.01% – 84.00%	Baik/Tinggi
5	84.01% – 100%	Sangat Baik/Tinggi

Sumber: Sugiyono (2025)

Data tersebut akan digambarkan ke dalam garis kontinum untuk mengetahui ada di titik mana tanggapan responden tersebut berada.



Gambar 3.1. Gambar Garis kontinum

Sumber: Sugiyono (2025)

3.8.2 Analisis Verifikatif

Metode kuantitatif (verifikatif) adalah metode pengolahan data dalam berbentuk angka. Sugiyono (2023:7) menjelaskan metode kuantitatif adalah: “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”. Metode ini ditekankan sebagai metode untuk menguji teori dengan cara mengukur variabel menggunakan angka dan menganalisisnya dengan statistik.

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner selanjutnya perlu diolah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dikarenakan data yang didapat melalui kuesioner merupakan data ordinal, maka untuk melakukan analisis data berdasarkan statistik diperlukan menaikkan data ordinal menjadi data interval melalui teknik *method successive interval*. Kemudian selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui hubungan antar variabel dapat dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen (Sugiyono, 2023 : 278). Hal itu dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Di mana :

Y = Minat Pembelian Kembali

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Variabel X1

β_2 = Koefisien Regresi Variabel X2

β_3 = Koefisien Regresi Variabel X3

X1 = Persepsi Kemudahan Penggunaan

X_2 = Persepsi Manfaat

X_3 = Kepercayaan

ε = residual (Faktor lain)

3.9 Uji Asumsi Klasik

Guna memperoleh hasil yang lebih akurat dari analisis linier berganda maka perlu dilakukan uji asumsi klasik dengan maksud untuk memperoleh hasil persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)*. Pengujian ini berguna untuk mengetahui ada tidaknya kesalahan dalam asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linier berganda yang dilakukan sebelum akhirnya melakukan pengujian terhadap hipotesis.

Terdapat beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu yang menjadi syarat sebelum akhirnya menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang terdiri dari:

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Untuk menguji normalitas pada suatu data populasi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *alpha kolmogorov-smirnov*. Untuk dasar mengambil keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

- a. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah

normal.

- b. Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Guna mengetahui ada atau tidak nya multikolinieritas dalam model regresi dapat diketahui melalui *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Ketentuan untuk menilai uji multikolinieritas pada suatu data sebagai berikut:

- a. Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- b. Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

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 homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3.10 Analisis Koefisien Determinan dan Korelasi

Uji Korelasi Pearson bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel yang berdata rasio ataupun data kuantitatif yaitu berisi angka sesungguhnya. Besarnya pengaruh masing-masing komponen variabel bebas terhadap variabel tidak dapat diketahui dengan menggunakan korelasi pearson. Penelitian ini menggunakan pendekatan koefisien determinan korelasi pearson dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n(\sum X_i^2) - (\sum X_i)^2] - [(n \sum Y_i^2) - (\sum Y_i)^2]}}$$

Di mana : $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = variabel x_1 sampai x_3

y = variabel y

n = jumlah konsumen

Menurut Sugiono (2023: 281), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi dapat dilakukan melalui perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Di mana :

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

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

3.11 Pengujian Hipotesis

Model rancangan pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan penentuan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, kemudian melakukan uji statistik dan menghitung nilai uji statistik, perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikansi dan penarikan kesimpulan dengan memperhatikan karakteristik variabel yang di uji maka dilakukan melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

3.11.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Sugiono, 2023:284). Kriteria pengujian Jika menggunakan tingkat kekeliruan untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut yang mana sebelumnya hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, hal ini diartikan H_a diterima dan artinya antara variabel X dan variabel Y memiliki pengaruh.
- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, hal ini diartikan H_a ditolak dan artinya antara variabel X dan variabel Y tidak memiliki pengaruh.

3.11.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang digunakan kedalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2023:286), menghitung keeratan hubungan atau koefisien kolerasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien kolerasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus Pearson. Menurut Sugiyono (2023:286) Kriteria Pengujian Uji F dimulai dengan Menentukan nilai signifikansi dan derajat bebas ($db = n-k+1$), untuk mengetahui daerah Ftabel sebagai batas daerah penerimaan dan penolakan untuk kemudian dibandingkan dengan nilai F hitung.

1) Hasil Fhitung dibandingkan dengan Ftabel dengan kriteria :

- Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada alpha 5%
- Tolak H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada alpha 5%

2) Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel dengan ketentuan :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak (signifikan)
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima (tidak signifikan)