



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### © Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah keputusan pembelian ulang konsumen Rotiboy di Mall Kelapa Gading, dan yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi Rotiboy di Mall Kelapa Gading. Untuk keperluan penelitian, penulis akan menyebarkan kuesioner di Kampus Kwik Kian Gie School of Business dan di Mall Kelapa Gading.

#### B. Desain Penelitian

Berdasarkan Cooper dan Schindler (2011:140), desain penelitian yang digunakan adalah:

Berdasarkan perumusan masalah

Penelitian ini menggunakan studi formal dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan penelitian yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat.

Berdasarkan metode pengumpulan data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner, dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada subjek penelitian berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, yaitu produk, harga, tempat dan keputusan pembelian ulang. Metode yang digunakan adalah metode survey, dimana kuesioner disebarkan dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban dari pertanyaan kuesioner tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



3. Berdasarkan pengendalian variabel oleh peneliti
3. Penelitian ini dikatakan sebagai penelitian *ex post facto* karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang telah terjadi sehingga tidak dapat dimanipulasi.
4. Berdasarkan tujuan penelitian  
Penelitian ini tergolong penelitian kausal atau sebab akibat, yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti yaitu pengaruh antara produk, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian ulang Rotiboy di Mall Kelapa Gading.
5. Berdasarkan dimensi waktu  
Penelitian ini menggunakan penelitian studi lintas bagian (*Cross section*) yang dilakukan pada satu titik waktu dan mewakili satu periode tertentu (*at one point in time*).
6. Berdasarkan cakupan topik  
Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis di dalam studi ini akan di uji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi tersebut akan mengeneralisasi mengenai temuan yang akan di hasilkan, berdasarkan sejauh mana sampel mempresentasikan subjek yang akan di teliti dan tingkat validitas/kesalahan sampel.
7. Berdasarkan lingkup Penelitian  
Peneliti menggunakan penelitian lapangan karena peneliti melakukan penelitian berdasarkan kondisi dan situasi yang sebenarnya.
8. Berdasarkan persepsi subjek  
Kesimpulan dari penelitian ini akan sangat bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan subjek penelitian. Oleh karena itu, sangat penting untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



memberikan pengertian kepada subjek penelitian sehingga menghindari adanya persepsi negatif saat penelitian.

**C. Variabel Penelitian**

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, yaitu variabel dependen dan independen. variabel independen meliputi produk, harga dan tempat sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian ulang. Indikator setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

**1. Produk (Product)**

**Tabel 3.1  
Indikator-indikator Variabel Produk**

Konstruk	Dimensi dan Definisi	Indikator	Skala
Produk, Kotler dan Keller (2012:351)	Bentuk yaitu ukuran, warna atau struktur fisik dari suatu produk yang dapat dilihat secara kasat mata.	1. Ukuran roti yang pas	Interval
	Mutu kinerja yaitu tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi ini tidak terpenuhi.	1. Kesegaran roti ( <i>fresh from the oven</i> )	Interval
	Mutu kesesuaian yaitu sejauh mana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.	1. Kesesuaian roti dengan standar yang di inginkan konsumen 2. Kebersihan dan Kehigienisan produk 3. Konsistensi rasa dari waktu ke waktu	Interval
	Gaya yaitu Menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli, serta totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan.	1. Aroma roti 2. Penampilan roti	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Harga (*Price*)

**Tabel 3.2**  
**Indikator-indikator Variabel Harga**

Konstruk	Dimensi dan Definisi	Indikator	Skala
Harga, Monroe (2003:194) dalam Mimi (2015) dan Rangkti (2012)	<i>Sacrifice</i> yaitu jumlah dari seluruh pengorbanan yang dikeluarkan pelanggan. Bagi pengguna, biaya pembelian sudah termasuk harga dalam produk atau jasa serta waktu dan biaya psikologis yang terlibat dalam proses belanja.	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Interval
	Kejelasan informasi harga yaitu adanya informasi harga secara jelas untuk menjelaskan harga suatu produk	1. Kejelasan daftar harga menu yang terdapat di tiap gerai 2. Kemudahan harga untuk di ingat	Interval
	Keterjangkauan harga yaitu faktor yang memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian karena jumlah biaya yang dibayarkan untuk mendapatkan suatu produk/ jasa tersebut murah dan ekonomis sehingga mudah dijangkau semua kalangan.	1. Harga Rotiboy terjangkau	Interval

## 3. Tempat (*Place*)

**Tabel 3.3**  
**Indikator-indikator Variabel Tempat**

Konstruk	Dimensi dan Definisi	Indikator	Skala
Tempat, Hiptono (2014:159)	Akses yaitu lokasi yang dilalui mudah di jangkau sarana transportasi umum.	1. Kemudahan lokasi di jangkau 2. Banyaknya transportasi umum yang tersedia untuk mencapai lokasi	Interval
	Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.	1. Kestrategisan letak gerai 2. Kedekatan gerai dengan tempat makanan lain	Interval
	Suasana aman dan nyaman	1. Keamanan gerai 2. Kebersihan dan kerapihan gerai	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. Keputusan pembelian ulang

**Tabel 3.4**  
**Indikator-indikator Variabel Keputusan pembelian ulang**

Konstruk	Dimensi dan Definisi	Indikator	Skala
Tjiptono, (2008)	Melakukan pembelian pada merek yang sama	1. Konsumen akan membeli produk itu kembali 2. Konsumen akan membeli produk untuk jangka panjang	Interval
	Merekomendasikan pada orang Lain	1. Mengenalkan produk kepada teman	Interval

Indikator-indikator produk, harga, tempat dan keputusan pembelian ulang akan diukur dengan menggunakan Skala Likert.

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi Rotiboy. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* karena sifat populasi yang tidak terbatas (*infinite*). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *judgement sampling*. Pada teknik ini, pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa sampel yang diambil memenuhi syarat yang ditentukan. Adapun syarat-syarat responden adalah:

1. Usia 15-60 tahun
2. Dapat menjawab kuesioner
3. Pernah membeli dan mengonsumsi Rotiboy dan masih ingat dengan produk tersebut

Dalam pengambilan sampel ini, penulis menggunakan perhitungan dari Hair et al (2010) yang menyatakan bahwa ukuran sampel dapat ditentukan dengan cara jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikali lima (5) sampai sepuluh (10). Jadi dalam penelitian ini jumlah sampel adalah  $18 \times 5 = 90$ , maka responden dalam penelitian ini berjumlah



90 responden. Namun, untuk menggenapkan jumlah sampel maka peneliti akan menyebarkan 100 kuesioner dengan menyebarkan pertanyaan pra kuesioner terlebih dahulu sebanyak 30 responden.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi yang terdiri dari metode *survey* dimana data primer didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Rotiboy di Mall Kelapa Gading. Teknik menggunakan kuesioner ini adalah salah satu cara pengumpulan data dengan mmberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon serta informasi mengenai produk, harga, tempat dan keputusan pembelian ulang Rotiboy.

### F. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka penulis menggunakan alat bantu berupa *software* komputer yang digunakan untuk menganalisis data yaitu SPSS 20. Adapun teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah:

#### 1. Uji Validitas

Menurut Siregar (2015:75), uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang digunakan mampu mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Salah satu kriteria validitas yang telah umum digunakan adalah *Construct validitas*. Pengujian validitas konstruksi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Pearson Product Moment*, dengan rumusan sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dimana:

$r$  = korelasi product moment

$n$  = jumlah anggota sampel

$X$  = skor dari tiap butir pertanyaan dari kuesioner

$Y$  = jumlah skor dari tiap butir pertanyaan

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2015:55), uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua akan digunakan uji *Cronbach's Alpha*. Rumus ditulis seperti berikut:

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right] \quad (\text{Azwar, 2001 : 78})$$

Keterangan :

$k$  : Jumlah Instrumen pertanyaan

$\sum S_i^2$  : Jumlah varians dari tiap instrumen

$S_x^2$  : Varians dari keseluruhan instrumen

## 3. Analisis Frekuensi

Menurut Priyatno (2014:23-30), analisis frekuensi (*frequencies*) digunakan untuk menghitung frekuensi data pada variabel. Dalam penelitian ini analisis frekuensi digunakan untuk menganalisis profil responden dan respon dari setiap indikator (*favorable* dan *unfavorable*).



#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas Residual

Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji statistik non parametric *One Kolmogorov Smirnov*. Metode *Kolmogorov Smirnov* menggunakan prinsip kerja dengan membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoretik dengan frekuensi kumulatif distribusi empirik. Jika angka probabilitas  $< \alpha = 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas  $> \alpha = 0,05$  maka variabel berdistribusi secara normal (Siregar, 2015:153).

##### b. Uji Multikolinieritas

Menurut Siregar (2015:331), suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antara variabel bebas yang satu dengan yang lainnya. Uji ini bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas. Dalam penelitian ini, menggunakan *tolerance and value inflation factor* atau VIF. Jika:

- 1) Nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan *VIF*  $< 10$ , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.
- 2) Nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan *VIF*  $> 10$  maka terjadi gangguan multikolinearitas pada penelitian tersebut.

##### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2014:108), heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan uji Glejser dan metode Grafik. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika angka probabilitas  $< \alpha =$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



0,05 maka model regresi mengandung heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila angka probabilitas  $> \alpha = 0,05$  maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

Sedangkan dengan menggunakan metode Grafik maka kriteria dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

- i) Jika ada pola yang jelas seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi Heteroskedastisitas.
- ii) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### d. Uji Autokorelasi

Menurut Priyatno (2014:106), autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam pengujian ini digunakan pendekatan *Durbin Watson (DW) test*. Adapun kaidah pengambilan keputusan yang digunakan untuk mengetahui model tersebut terjadi atau tidak ada autokorelasi yaitu:

- i)  $DU < DW < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- ii)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- iii)  $DL < DW < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

#### 5. Analisis Regresi

Menurut Siregar (2015:284), analisis regresi digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi linear dibagi ke dalam dua kategori, yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda.



Regresi linear sederhana digunakan hanya untuk satu variabel independen dan satu variabel dependen, sedangkan regresi linear berganda digunakan untuk satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen.

### a. Regresi Linear Berganda

Model persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_i$$

Di mana  $\beta_0, \beta_1, \beta_2$  dan  $\beta_3$  adalah koefisien atau parameter model.

Keterangan:

Y = Variabel Tidak Bebas (Keputusan pembelian ulang)

X1 = Variabel Bebas1 (Produk)

X2 = Variabel Bebas2 (Harga)

X3 = Variabel Bebas3 (Tempat)

Ei = Error

Menurut Siregar (2015:65), uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan program SPSS untuk melakukan uji kelayakan model (Uji F), uji hipotesis alternatif parsial (Uji t) dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), Dengan penjabaran sebagai berikut:

#### (1) Uji Keberartian Model (Uji F)

Dalam pengujian ini dilakukan uji dua sisi dengan derajat kebebasan sebesar 5% agar kemungkinan terjadinya gangguan kecil. Kriteria Pengujian: Jika angka probabilitas  $< \alpha = 5\%$ , maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Jika angka probabilitas  $> \alpha = 5\%$ , maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## (2) Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis di dalam penelitian di dasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai  $\text{Sig}/2 < \alpha = 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka tolak  $H_0$ , yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai  $\text{Sig}/2 > \alpha = 0,05$  atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka tidak tolak  $H_0$ , yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## (3) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Nilai  $R^2$  yang kecil menjelaskan bahwa kemampuan variabel–variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilainya mendekati satu maka hampir semua informasi dibutuhkan. Cara menganalisisnya adalah sebagai berikut :

Jika  $R^2 = 0$  maka, tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan variabel dependennya (tidak ada hubungan antara X dengan Y). Sedangkan jika  $R^2 = 1$  maka, model regresi yang terbentuk dapat meramalkan variabel dependen secara sempurna (Ada hubungan antara X dengan Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.