



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah kualitas produk dan *Word of Mouth* terhadap minat beli ulang pada Kaneki Coffee Shop di Pondok Kelapa, Jakarta Timur. Subjek penelitian ini adalah konsumen Kaneki Coffee Shop di Pondok Kelapa, Jakarta Timur.

B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan bougie (2017:109), desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi. Menurut Cooper dan Schindler (2017:96), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini biasa ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

1. Berdasarkan tingkat perumusan masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah dan dimana tujuan akhirnya adalah untuk menjawab identifikasi masalah tersebut.

2. Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan dengan cara survey. karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan dari data isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

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.



3. Berdasarkan pengendalian variabel-variabel oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan desain *ex-post facto*, dimana penulis mampu memanipulasi variabel-variabel yang ada. Penulis dapat melaporkan apa yang terjadi atau tidak terjadi.

4. Berdasarkan tujuan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam studi deskriptif, karena penelitian ini dilakukan untuk memaparkan nilai preferensi merek.

5. Berdasarkan dimensi waktu

Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi yang dilakukan dengan mengambil waktu tertentu yang relatif pendek dan tempat tertentu, serta dilakukan pada objek yang berbeda taraf.

6. Berdasarkan ruang lingkup statistic bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistic karena penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistic.

7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) karena subjek dan objek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.

8. Berdasarkan persepsi subjek

Dalam penelitian ini persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari rutinitas sehari-hari.

2. Variabel penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk. *Word of Mouth* dan minat beli ulang. Variabel independen (variabel

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.



bebas) kualitas produk dan *Word of Mouth*, sedangkan variabel dependen (variabel terikat) berupa minat beli ulang. Dimensi dan indikator variabel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Tabel 3. 1
Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk berdasarkan Kotler dan Armstrong (2017)	<i>Performance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk minuman yang ditawarkan oleh Kaneki Coffee Shop berasal dari biji kopi yang berkualitas. 2. Minuman kopi di Kaneki Coffee Shop memiliki rasa yang unik. 	Likert
	<i>Reliability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa kopi Kaneki Coffee Shop memenuhi selera rasa 2. Rasa kopi di Kaneki Coffee Shop dapat diandalkan. 	
	<i>Feature</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kaneki Coffee Shop menyajikan varian minuman dengan cita rasa yang khas. 2. Minuman di Kaneki Coffee Shop memiliki lebih banyak pilihan rasa dibandingkan merek pesaing. 	
	<i>Consistency</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa minuman Kaneki Coffee Shop sangat konsisten, tidak berubah dari waktu ke waktu. 	
	<i>Aesthetic</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wadah/kemasan produk Kopi Kaneki Coffee Shop memiliki desain yang menarik. 2. Kopi Kaneki Coffee Shop memiliki <i>latter art</i> yang menarik di setiap penyajian kopinya. 	
	<i>Perceived quality</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minuman yang ditawarkan oleh kopi Kaneki Coffee Shop memiliki kualitas yang baik 2. Bahan-bahan baku yang digunakan untuk minuman oleh Kaneki Coffee Shop berkualitas 	

(Sumber: Kotler dan Armstrong, 2017)

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.



2. *Word of Mouth*

Tabel 3. 2
Variabel *Word of Mouth*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Word of Mouth</i> dalam Hasan Ali (2010)	1. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan kepada orang lain.	<ol style="list-style-type: none"> memberikan informasi positif tentang Kaneki Coffee Shop ini kepada Orang lain Topik pembicaraan dengan orang lain ketika ingin ke coffe shop adalah Kaneki Coffee Shop tidak keberatan untuk Posting di media sosial mengenai Kaneki Coffee Shop 	Likert
	2. Rekomendasi jasa pelayanan kepada orang lain.	<ol style="list-style-type: none"> merekomendasikan pelayanan yang diberikan Kaneki Coffee Shop ini kepada orang lain memberi informasi positif mengenai Kaneki Coffee Shop 	
	3. Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap jasa pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> Ketika ada relasi dan orang terdekat yang ingin Kopi, merekomendasikan Kaneki Coffee Shop ini sebagai pilihan utama 	

(Sumber: Hasan Ali, 2010)

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



3. Minat Beli Ulang

Tabel 3. 3
Variabel Minat Beli Ulang

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Minat Beli Ulang Berdasarkan Ferdinand (2017)	Minat transaksional	tetap mengonsumsi Kopi Kaneki Coffee Shop karena memiliki cita rasa yang berbeda.	Likert
	Minat referensial	tidak ragu untuk merekomendasikan Kopi Kaneki Coffee Shop kepada teman dan keluarga saya.	
	Minat preferensial	mencoba variasi menu baru yang ditawarkan Kopi Kaneki Coffee Shop saat mengunjungi kembali.	

(Sumber: Ferdinand, 2017)

D. Teknik Pengumpulan Data

Ada dua teknik dalam mengumpulkan data yaitu dengan cara melakukan observasi dan komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik komunikasi dengan cara *online* melalui *google form* kepada para responden yang pernah membeli dan mengonsumsi Kopi Kaneki Coffee Shop. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden yang pernah membeli dan mengonsumsi Kopi Kaneki Coffee Shop.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah Sebagian dari populasi. Sampel terdiri dari atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi, yaitu:

1. Populasi yang diteliti

Populasi penelitian ini adalah pengunjung yang mengonsumsi kopi di Kaneki Coffee Shop



2. Teknik penarikan sampel

Penarikan sampel dilakukan secara *non-probability*, yaitu dengan Teknik *judgement sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik responden yang disesuaikan dengan maksud penelitian dengan jumlah 100 sampel penelitian.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Teknik Analisis Data

Setelah kuesioner disebar, data-data yang didapatkan dari menyebarkan kuesioner harus diolah dan dalam penelitian ini, data-data tersebut diolah dengan menggunakan *software* SPSS. Teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data-data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product moment*. Rumusnya Sebagai Berikut:

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

Keterangan :

r = Korelasi *product moment*

n = Jumlah responden

X = Nilai Pertanyaan/*item*

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.



Y = Skor total responden



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47), reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70. Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

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

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument

k = Banyak butir pernyataan

σ_b^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

X = Nilai skor yang dipilih

n = Jumlah sampel

3. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2016:19), analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis,

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.



dan *skewness* (kemencengan distribusi). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden pada kuesioner yaitu jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

$$Fr_1 = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_1 = Frekuensi alternatif ke-*i* setiap kategori

$\sum fi$ = Jumlah kategori yang termasuk kategori *i*

n = Total responden

b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Mean dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut, *Mean* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n xi$$

Keterangan:

\bar{x} = Rata-rata hitung

xi = Nilai sampel ke-*i*

n = Jumlah sampel

c. Rata-rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung dengan memerhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Setiap

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

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penimbang/bobot tersebut merupakan pasangan setiap data. Rumus dari rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i f_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = Rata-rata tertimbang

x_i = Nilai data ke- i

f_i = Bobot data ke- i

n = Jumlah data

d. Rentang Skala/Skala Likert

Rentang skala digunakan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel, rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Skala Likert

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan *random/stokastik* yang berarti mempunyai distribusi probabilitas dan variabel independen/bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel

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.



yang berulang). Rumus analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang

X_1 = *Word of Mouth*

X_2 = Kualitas Produk

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel *Word of Mouth*

β_2 = Koefisien regresi variabel Kualitas Produk

e = Error

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengukur signifikansi secara simultan/Bersama-sama terhadap variabel Y apakah model regresi penelitian layak atau tidak. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah model layak digunakan atau tidak adalah:

- (1) Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0.05$).
- (2) Jika nilai Sig. F > 0.05 maka model tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.
- (3) Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model layak untuk digunakan dalam penelitian

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji T)

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

- (1) Taraf signifikansi/Sig. t ($\alpha = 0.05$).

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

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) Jika nilai Sig. $t < 0.05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- (3) Jika nilai Sig. $t > 0.05$ maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel terikat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

- (1) $R^2 = 0$, artinya variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).
- (2) $R^2 = 1$, artinya variabel bebas (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

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

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