



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.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini ialah gerai Starbucks di Jakarta. Kemudian subyek penelitian yang diteliti, yaitu konsumen yang pernah membeli produk gerai Starbucks di Jakarta dengan frekuensi pembelian minimal 2 kali.

#### B. Desain Penelitian

Informasi yang hendak diperoleh dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian ulang di gerai Starbucks di Jakarta. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli di gerai Starbucks di Jakarta. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian *causal explanatory*.

#### C. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian dibagi menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independent (bebas) di dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu citra merek (X1) dan persepsi harga (X2) sedangkan variabel dependent (terikat) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian ulang (Y).



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**1. Citra Merek**

**Tabel 3. 1 Variabel Citra Merek**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Citra Merek	Reputasi ( <i>Reputation</i> )	1. Starbucks memiliki reputasi yang baik berdasarkan track record-nya. 2. Produk dari Starbucks memiliki reputasinya yang positif.	Likert
	Pengenalan ( <i>Recognition</i> )	3. Logo Starbucks mudah dikenali ketika melihatnya di berbagai tempat. 4. Sangat mudah mengidentifikasi produk yang dimiliki oleh Starbucks.	Likert
	Afinitas ( <i>Affinity</i> )	5. Saya merasa memiliki hubungan emosional yang positif dengan merek Starbucks. 6. Saya cenderung memilih Starbucks karena saya menyukai produk dan layanan yang mereka tawarkan.	Likert
	Kesetiaan Merek ( <i>Brand Loyalty</i> )	7. Saya akan tetap membeli produk Starbucks meskipun ada penawaran menarik dari merek kopi lain. 8. Saya merekomendasikan Starbucks kepada teman atau keluarga karena saya merasa puas dengan produk mereka.	Likert

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. Persepsi Harga

**Tabel 3. 2 Variabel Persepsi Harga**

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Persepsi harga	Keterjangkauan Harga	Harga produk Starbucks terjangkau dan sesuai dengan anggaran saya.	Likert
	Harga ganjil yang ditetapkan	Harga produk Starbucks yang sering berakhir dengan angka ganjil (seperti Rp49.000) menarik perhatian saya.	Likert
	Kesesuaian harga dan kualitas produk	Kualitas produk Starbucks sebanding dengan harga yang saya bayar.	Likert
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Saya cenderung membeli produk Starbucks karena merasa harga yang terbayar sebanding dengan manfaat yang diperoleh.	Likert
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga yang ditawarkan oleh Starbucks kompetitif dibandingkan dengan kafe lain yang sejenis.	Likert
	Periode Harga yang ditetapkan	Keputusan saya untuk membeli di Starbucks dipengaruhi oleh promo atau diskon harga yang ada.	Likert

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

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



### 3. Keputusan Pembelian Ulang

Tabel 3. 3 Variabel Keputusan Pembelian Ulang

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Keputusan pembelian ulang	Minat Transaksional	Saya berencana untuk membeli produk Starbucks di waktu mendatang.	Likert
	Minat Referensial	Saya akan merekomendasikan produk Starbucks kepada orang lain.	Likert
	Minat Preferensial	Produk Starbucks adalah pilihan utama saya dibandingkan produk kopi lainnya.	Likert
	Minat Eksploratif	Dengan mencoba berbagai varian produk Starbucks untuk menemukan fitur yang paling sesuai dengan keinginan saya.	Likert

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Starbucks Jakarta. Dari populasi tersebut akan diambil sampel sebesar 100. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*, yang mana dalam menentukan sampel menggunakan kriteria tertentu yang ditetapkan seperti konsumen sudah pernah melakukan pembelian minimal dua kali di gerai Starbucks Jakarta.



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

### E Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang sudah tersedia jawabannya sehingga responden langsung memilih, dengan angket langsung dengan menggunakan skala bertingkat. Skala bertingkat dalam angket ini menggunakan modifikasi skala likert dengan 5 (lima) pilihan jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

**Tabel 3. 4 Skala Likert**

Respon	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2018)

### F Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

Keabsahan kuesioner dievaluasi dengan menggunakan uji validitas. Ketika pertanyaan-pertanyaan dalam survei dapat memberikan gambaran tentang pokok permasalahan yang akan diukur, maka survei tersebut dikatakan valid (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, metode yang

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Analisis Deskriptif

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

digunakan dalam uji validitas adalah *correlated item-total correlations* dengan nilai r tabel 0.361, dimana :

- 1) Jika nilai r hitung > r tabel (0.361), maka item pernyataan dalam kuisioner dapat dikatakan valid.
- 2) Jika nilai r hitung < r tabel (0.361), maka item pertanyaan dalam kuisioner dapat dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2019). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's Alpha*, instrumen yang mempunyai reliabilitas. Dalam pengukuran reliabilitas, terdapat kriteria pengujian bahwa jika nilai *Cronbach's Alpha* (R) > 0,7 maka item pernyataan dinyatakan reliabel.

Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran atau penyebaran data sampel atau populasi melalui rata-rata jawaban atau data. Untuk menentukan nilai jawaban responden berdasarkan skor untuk setiap variabel, maka diperlukan rentang nilai dengan rumus sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala penilaian

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.



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

m = Skor tertinggi

n = Skor terendah

b = Jumlah kelas atau kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$R_s = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Maka rentang nilai dalam penelitian ini adalah:

1,00–1,80 Kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81–2,60 Kategori Tidak Setuju (TS)

2,61–3,40 Kategori Cukup Setuju (CS)

3,41–4,20 Kategori Setuju (S)

4,21–5,00 Kategori Sangat Setuju (SS)

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui kenormalan distribusi residual. Untuk menguji normalitas penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, pada uji Kolmogorov - Smirnov, data dikatakan normal apabila nilai Sig > 0,05 (Ghozali, 2020).

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (independen). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10, berarti terjadi tidak multikolinieritas (Ghozali, 2020).

**c. Uji Heterokedastisitas**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2020). Model yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas, yaitu *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah :

- 1) Jika nilai sig. < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai sig. > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor *predictor* dinaik turunkan nilainya. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$  : Keputusan Pembelian Ulang

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

- $b_0$  : Kostanta
- $b_1$  : Koefisien Regresi Variabel Citra Merek
- $b_2$  : Koefisien Regresi Variabel Persepsi Harga
- $X_1$  : Citra Merek
- $X_2$  : Persepsi Harga

**5. Uji Hipotesis**

**a. Uji Kesesuaian Model (Uji F)**

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi layak digunakan atau tidak. Hasil uji F dapat dilihat di tabel ANOVA dalam kolom sig dengan hipotesis sebagai berikut :

- 1)  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
- 2)  $H_a$  : Paling sedikit ada satu  $\beta_1 \neq 0$

untuk mengidentifikasi dasar pengambilan keputusan, diantaranya :

- 1) Bila nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan model sesuai dan layak untuk digunakan dengan tingkat kesesuaian sebesar  $R^2$ .
- 2) Bila nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan model tidak sesuai dan tidak layak untuk digunakan.

Jika uji F hasilnya adalah tolak  $H_0$ , maka dapat dilakukan pengujian uji Koefisien Regresi Parsial (uji t).

**b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

variasi variabel dependen (Ghozali, 2020). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria :

- 1) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat bukti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  tidak ditolak dan  $H_a$  tidak dapat diterima, berarti tidak terbukti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

$$H_a : \beta_2 > 0$$

Berdasarkan  $H_0$  dan  $h_a$  diatas nilai signifikansi yang digunakan adalah sig (1-tailed)

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2020).

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.