

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono,(2011) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Eposs Pizza Jombang. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dengan teknik *Insidental Sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan angket yang diberikan kepada responden konsumen di Eposs Pizza Jombang. Hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi.

3.2 Variabel dan Devinisi Operasional Variabel

3.2.1 Variabel

Penelitian ini menggunakan 3 variabel yang terdiri dari dua variabel independen yaitu *Variation Seeking Behavior* (X1) dan Persepsi Harga (X2) serta satu variabel dependen yaitu Minat Beli Ulang (Y).

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

1. Minat Beli Ulang

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Hellier,(2003) dalam penelitian ini minat beli ulang didefinisikan sebagai evaluasi konsumen tentang niat membeli kembali di Eposs Pizza. Diukur dengan menggunakan 3 butir pernyataan yang di adopsi dari Hellier,(2003) tentang Minat Beli Ulang yaitu:

1. Berniat membeli di Eposs Pizza.
2. Rutin membeli produk yang ada di Eposs Pizza.
3. Kemungkinan membeli kembali di Eposs Pizza.

2. *Variation Seeking Behavior*

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Assael,(1995) dalam penelitian ini *variation seeking behavior* didefinisikan sebagai perilaku pencarian berbagai kemungkinan untuk merek tertentu, karena keputusan memilih merek tidak cukup direncanakan sebelumnya, konsumen dapat memutuskan merek baru dengan variasi yang berbeda selain di Eposs Pizza. Indikator-indikator *Variation Seeking Behavior* yang dikembangkan oleh peneliti yaitu:

1. Keinginan untuk berganti kebiasaan.
2. Merasa bosan apabila hanya membeli di Eposs Pizza.
3. Adanya rasa ingin mencoba produk baru di resto lain.

3. Persepsi Harga

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Kotler,(2008) Persepsi Harga dalam penelitian ini merupakan persepsi pembeli terhadap sejumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli makanan sesuai dengan keinginan dan manfaat yang ingin di peroleh dari Eposs Pizza. Menurut Kotler,(2008) indikator-indikator persepsi harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga.
2. Harga murah menurut konsumen.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Tabel 3.1
Kisi-Kisi Pengembangan Instrumen

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Minat Beli Ulang	Berniat membeli di Eposs Pizza.	1. Saya berniat membeli di resto dan Eposs Pizza menjadi pilihan utama saya.	Hellier,(2003)

	Rutin membeli produk yang ada di Eposs Pizza.	2. Saya secara rutin membeli produk di Eposs Pizza selama ini.	
	Kemungkinan membeli kembali di Eposs Pizza.	3. Saya kemungkinan besar akan membeli kembali di Eposs Pizza.	
<i>Variation Seeking Behavior</i>	Keinginan untuk berganti kebiasaan.	4. Saya selalu ingin mencoba produk yang berbeda selain di Eposs Pizza.	Assael,(1995)
	Merasa bosan apabila hanya membeli di Eposs Pizza.	5. Saya merasa bosan apabila selalu membeli produk di Eposs Pizza.	

Lanjutan Tabel 3.1 Kisi-kisi Pengembangan Instrumen

	Adanya rasa ingin mencoba produk baru di resto lain.	6. Saya selalu ingin mendapat pengalaman baru dengan mencoba produk dari resto lain yang baru dibuka.	
Persepsi Harga	Keterjangkauan harga.	7. Harga produk dari Eposs Pizza secara umum terjangkau.	Kotler,(2008)
	Harga murah menurut konsumen.	8. Harga produk di Eposs Pizza lebih murah dibandingkan dengan harga pada umumnya di resto lain.	
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	9. Harga produk di Eposs Pizza sesuai dengan kualitas produk yang saya terima.	

3.3 Uji Instrumen

3.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu quisioner. Suatu quisioner dikatakan valid jika pada quisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh quisioner tersebut. Pengujian validitas menggunakan *Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pernyataan-pernyataan. Suatu pernyataan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada di bawah 0,05 dan apabila tingkat signifikansinya berada di atas 0,05 maka pernyataan tersebut tidak valid Ghozali (2016).

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	<i>Pearson Correlation</i> (r hitung)	Signifikansi	Keterangan
Minat Beli Ulang (Y)	Y1.1	0.934	0,000	Valid
	Y1.2	0.965	0,000	Valid
	Y1.3	0.938	0,000	Valid
<i>Variation Seeking Behavior (X1)</i>	X1.1	0.861	0,000	Valid
	X1.2	0.748	0,000	Valid
	X1.3	0.760	0,000	Valid
Persepsi Harga (X2)	X2.1	0.880	0,000	Valid
	X2.2	0.879	0,000	Valid
	X2.3	0.838	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.2 terlihat bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Minat Beli Ulang (Y), *Variation Seeking Behavior* (X1) dan Persepsi Harga (X2) mempunyai tingkat signifikansi berada di bawah 0,05. Dengan demikian bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid untuk pengujian selanjutnya.

3.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu quisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu quisioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Butir quisioner dikatakan reliabel (layak) jika *cronbach's alpha* > 0,06 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,06.

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Minat Beli Ulang(Y)	0.935	Reliabel
<i>Variation Seeking Behavior</i> (X1)	0.699	Reliabel
Persepsi Harga (X2)	0.829	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 3.3 menunjukkan bahwa variabel Minat Beli Ulang (Y), *Variation Seeking Behavior* (X1) dan Persepsi Harga (X2) mempunyai nilai *alpha*

cronbach > 0,06, sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan dinyatakan reliabel untuk pengujian selanjutnya.

3.4 Skala Pengukuran

Pengukur data dalam penelitian ini menggunakan skala interval dengan menggunakan teknik *bipolar adjective*. Menurut Ferdinand (2014) skala *bipolar adjective* merupakan penyempurnaan dari *semantic scale* dengan harapan agar respon yang dihasilkan dapat merupakan “*intervally scaled data*”. Caranya adalah dengan memberikan dua kategori ekstrim. Kategori pertama yaitu, skala ini menggunakan rentang interval 1 sampai 10, responden akan menilai pernyataan dalam angket dengan mengisi angka 1 sampai 10. Angka 1 berarti sangat tidak setuju dan angka 10 berarti sangat setuju. Kategori kedua yaitu memberikan pernyataan mengenai respon terhadap skor yang diberikan. Tujuannya adalah untuk mengetahui secara mendalam alasan konsumen mengenai jawaban yang telah diberikan.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli Eposs Pizza di kota Jombang yang jumlahnya tidak diketahui.

3.5.2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna dan konsumen yang pernah membeli secara langsung Eposs Pizza di kota Jombang. Penentuan jumlah sampel di hitung berdasarkan rumus menurut Riduwan & Akdon (2013) :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)^2}{e}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

Z_{α} = Nilai yang didapat dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai $Z_{0,05}$ adalah 1,96 dan standar deviasi (σ) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas, besarnya nilai sampel sebesar 96 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka besarnya pengambilan sampel dibulatkan menjadi 100 orang atau responden.

Teknik sampling yang digunakan ini adalah *nonprobability sampling*, artinya setiap pembeli Eposs Pizza di kota Jombang memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *sampling insidental* yang artinya setiap pembeli Eposs Pizza di kota Jombang yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dengan pertimbangan apakah orang tersebut cocok dijadikan sumber data.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data interval berupa hasil jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuisisioner. Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yaitu pembeli Eposs Pizza di kota Jombang. Data primer diperoleh dengan cara memberikan daftar pernyataan yang berupa angket yang bertujuan untuk mengetahui respon responden mengenai pernyataan tersebut.

2. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang berupa referensi data dan informasi dari buku, jurnal dan internet yang diperlukan dalam penulisan penelitian ini, data sekunder berfungsi sebagai penunjang dan pelengkap data primer.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Ferdinand (2014) analisis deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi atau gambaran empiris atas data yang dikumpulkan dalam penelitian. Data yang diperoleh dari jawaban responden akan diinterpretasikan dalam angka indeks dengan rumus :

$$\text{Nilai Indeks} = ((\%F1x1) + (\%F2x2) + (\%F3x3) + (\%F4x4) + (\%F5x5) + (\%F6x6) + (\%F7x7) + (\%F8x8) + (\%F9x9) + (\%F10x10)) / 10$$

Keterangan :

F1 adalah Frekuensi responden yang menjawab 1

F2 adalah Frekuensi responden yang menjawab 2

Dan seterusnya hingga F10 untuk menjawab 10 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan.

Angka indeks yang dihasilkan akan berangkat dari angka 10 hingga 100 dengan rentang sebesar 90 tanpa angka 0. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box method*) maka rentang sebesar 90% dibagi tiga akan menghasilkan rentang sebesar 30 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks yaitu :

10.00 – 40 = Rendah

40.01 – 70 = Sedang

70.01 – 100 = Tinggi

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen terhadap suatu variabel dependen Ferdinand (2014). Pada

analisis regresi linier berganda, variabel X (independen) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel Y (dependen) harus lebih dari 1 variabel. Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Variation Seeking Behavior* (X1), Persepsi Harga (X2) dan variabel dependen adalah Minat Beli Ulang (Y). Berdasarkan variabel di atas, maka rumus regresi bergandanya adalah (Hasan, 2010) :

$$y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat yaitu dalam penelitian ini Minat Beli Ulang

α = Konstanta

X_1, X_2 = Variabel Bebas , yaitu *variation seeking behavior* (X1) dan persepsi harga (X2)

B_1, B_2 = Parameter (koefisien) regresi

ε = Variabel random *error* /variabel pengganggu (*disturbance term*)

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah multikolonieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan uji normalitas.

3.8.1 Multikolonieritas

Menurut Ghazali (2016) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolonieritas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan

Tolerance. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah *nilai tolerance* $\geq 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

3.8.2 Heteroskedastisitas

Homogenitas variansi dari *error* adalah salah satu asumsi regresi linear yang harus dipenuhi. Homoskedastisitas merupakan bahwa variansi dari *error* bersifat tetap atau disebut juga identik. Kebalikan dari homoskedastisitas adalah heteroskedastisitas yaitu di mana kondisi variasi *error*nya (Y) tidak identik Setiawan & Kusri (2010). Menurut Ghazali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID). Jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Autokorelasi

Menurut Ghazali (2016) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Penelitian ini dalam menguji

autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson*. Uji *Durbin-Watson* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (*konstanta*) dalam model regresi dan tidak ada variabel *lag* di antara variabel independen. Apabila nilai *Durbin-Watson* (*d*) lebih besar daripada batas atas (*dU*) dan lebih kecil dari nilai $4-dU$, maka dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi Setiawan & Kusriani (2010).

3.8.4 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan regresi variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal, untuk mendeteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Data pengambilan keputusan normalitas data yaitu jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka regresi tersebut memenuhi normalitas, sedangkan jika data menyebar lebih jauh dan tidak mengikuti arah garis maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi (Setiawan & Kusriani, 2010). Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar nilai determinasi

(mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Sifat yang dimiliki determinasi adalah (Setiawan & Kusriani, 2010):

1. Nilai R^2 selalu positif karena merupakan nisbah dari jumlah kuadrat :

$$\text{Nilai } R^2 = \frac{JK \text{ regresi}}{JK \text{ total terkoreksi}}$$

2. Nilai $0 \leq R^2 \leq 1$

$R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara x dan y, atau model yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y

$R^2 = 1$, garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

3.8.6 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2016) uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.