

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis atau bentuk penelitian yang dipilih dan digunakan pada penelitian kali ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Karena data yang dikumpulkan dan didapatkan berupa bentuk angka-angka dari kuesioner. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang memiliki dasar filsafat positifisme serta dapat digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Metode ini mengukur variabel penelitian menggunakan pada populasi dan sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), *brand image* (X4), dan *e-wom* (X5) terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian ulang (variabel terikat) baik secara parsial maupun simultan.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono:2019). Objek penelitian bisa berupa tempat, pelaku, orang-orang, benda, aktivitas serta kejadian. Pada penelitian ini objek utama yang akan diteliti adalah para pelanggan yang telah melakukan pembelian dan penggunaan produk dari Organicbox.

Penelitian ini dilakukan di Gudang Organicbox yang lokasi di Bintaro Trade Center blok B2 - B7. Waktu penelitian diperkirakan kurang lebih selama 2 bulan. Objek penelitian kali ini yaitu pelanggan Organicbox yang mengonsumsi makanan organik. Organicbox menjual bahan makanan organik seperti sayuran, buah, beras dan daging organik yang berkualitas. Organicbox memiliki keinginan untuk

memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk mendapatkan bahan makanan yang organik secara mudah. Alasan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa berpengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, *brand image* dan *e-wom* terhadap keputusan pembelian ulang produk pada Organicbox.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan total semua elemen penelitian yang memiliki kesamaan seperangkat karakteristik. Populasi merupakan pertimbangan yang paling penting dalam menentukan ukuran sampel (Hair *et al.*, 2020). Perlu diperhatikan populasi yang dibuat karena hal yang penting karena ia merupakan sumber informasi. Populasi pada penelitian ini merupakan populasi yang terbatas atau populasi terhingga, yaitu sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif. Berdasarkan penjelasan tersebut maka populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan Organicbox yang telah berbelanja minimal 2 kali dengan jumlah populasi sebanyak 2.000 orang.

Sampel merupakan elemen dari populasi yang diperlukan untuk mewakili total suatu populasi. Sampel harus mencerminkan karakteristik populasi, sehingga meminimalkan kesalahan yang terkait dengan pengambilan sampel. Penggunaan desain pengambilan sampel yang tepat dapat mencapai tujuan penelitian (Hair *et al.*, 2020). Menurut Kriyantono (2020) pengertian probability sampling adalah sampel yang diambil berdasarkan kemungkinan, dimana setiap anggota populasi memungkinkan untuk dapat dijadikan sampel, pengambilan sampel ini dapat dipilih secara acak atau dengan teknik sistematis. Dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin* untuk mengetahui besar sampel.

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N (a^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

a = Ketepatan yang diinginkan (0.01)

Maka sampel yang didapatkan dari rumus diatas adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{2000}{1 + 2000 (0.1^2)} = 99,95$$

Maka dapat diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini adalah 99.95 atau dibulatkan menjadi 99.95 responden yang merupakan pelanggan aktif di Organicbox dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. Pria dan wanita dengan rentang usia mulai 20 tahun hingga diatas 40 tahun.
- b. Berdomisili di sekitar kota Tangerang Selatan, Tangerang, Bogor, Jakarta Selatan.
- c. Pernah melakukan transaksi pembelian secara online di Organicbox minimal sebanyak 2 kali.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Kuesioner adalah metode yang dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk penelitian ini. Responden mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan dan memberikan pernyataan, yang kemudian dikirimkan kembali kepada peneliti. Dengan memberikan dan menyebarkan daftar pertanyaan terkait suatu kondisi kepada responden dengan harapan dapat memberikan jawaban yang dapat membantu penelitian, maka kuesioner merupakan suatu metode untuk mengumpulkan data. Kuesioner menurut (Sujarweni, 2020:94) merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk mereka jawab.

Data primer dari kuesioner yang telah dibuat akan diukur dengan skala likert menggunakan skor 1-5 untuk dapat menghasilkan data yang bersifat interval dengan nilai kategori skor tertinggi, yaitu 5 yang berarti sangat setuju dan skor terendah, yaitu 1 yang berarti sangat tidak setuju.

**Tabel 3.1 Skala Pengukuran**

Skala	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju(S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju)	2
Sangat Tidak Setuju(STS)	1

### 3.5 Operasional Variabel

Didefinisikan sebagai "operasional variabel", suatu variabel diartikan dengan memberikan inti, menspesifikasikan kegiatan, atau membenarkan operasi yang diperlukan untuk dapat mengukur variabel tersebut. Adapun Variabel penelitian dan definisi operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Keputusan Pembelian Ulang (Y)	Keputusan pembelian ulang merupakan tindakan keputusan yang dibuat oleh pembeli setelah mempertimbangkan berbagai faktor dan memutuskan untuk membeli suatu barang.	Minat Preferensial Minat Eksploratif Minat Transaksional Minat Referensial
Harga (X1)	sejumlah uang yang diperlukan untuk mendapatkan barang dan jasa.	Keterjangkauan Harga Kesesuaian Harga dengan kualitas Daya Saing Harga

		Kesesuaian harga dengan harapan pelanggan
Kualitas Produk(X2)	Garansi kualitas yang membuat pelanggan merasa aman saat mengonsumsi.	Kinerja Fitur Reabilitas Kesesuaian dengan spesifikasi Daya tahan Penanganan keluhan Estetika Kualitas yang dipersepsikan
Kualitas Pelayanan(X3)	Kualitas layanan menunjukkan seberapa baik perusahaan melayani pelanggan dibandingkan ekspektasi pelanggan.	Berwujud <i>Tangible</i> <i>Reability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Empathy</i>
Brand Image (X4)	Brand image adalah pandangan menyeluruh terhadap suatu merek atau perusahaan dipengaruhi oleh informasi dan	<i>Corporate Image</i> <i>User Image</i> <i>Product Image</i>

	pengalaman di luar kontrol perusahaan.	
Electronic Word Of Mouth (X5)	Electronic Word of Mouth merupakan strategi pemasaran gratis yang digunakan oleh pelanggan untuk mempromosikan barang atau jasa perusahaan kepada pelanggan lain.	<i>Information</i> <i>Knowledge</i> <i>Answer</i> <i>Reability</i>

### 3.6 Teknik Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisa untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variable atau lebih variabel independen terhadap satu variable dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variable indenpenden. serta memprediksi nilai variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Dalam melakukan analisis regresi linier berganda, metode ini mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik agar bisa mendapatkan hasil regresi yang sangat baik. Untuk mempermudah pelaksanaan perhitungan menggunakan alat bantu SPSS.

#### 3.6.1 Analisis Statistik Data

Sebelum melakukan pengambilan data, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan.

## 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Untuk mengukur tingkat validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.  $H_0$  diterima apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , (alat ukur yang digunakan valid atau sahih)  $H_0$  ditolak apabila  $r_{statistik} \leq r_{tabel}$ . (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sahih). Cara menentukan besar nilai R tabel  $R_{tabel} = df (N-2)$ , tingkat signifikansi uji dua arah. Misalnya  $R_{tabel} = df (140-2, 0,05)$ . Untuk mendapatkan nilai R tabel kita harus melihat di tabel R. (Janna, Nilda. 2021)

## 2. Uji Reabilitas

Pada umumnya, uji reliabilitas berguna untuk mengukur keandalan sebuah kuesioner ataupun hasil wawancara, uji ini berguna untuk memastikan apakah kuesioner tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan penelitian yang sedang dijalankan (Marzuki, Armereo, & Rahayu, 2020). Terdapat beberapa metode uji reliabilitas, namun biasanya untuk data penelitian dan kuesioner digunakan metode Cronbach's Alpha. Suatu penelitian dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  dan apabila nilai Cronbach Alpha's  $< 0,60$  penelitian tersebut dianggap kurang reliabe.

## 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat.

### a. Uji Normalitas

Ghozali (2021:196) Dalam pengujian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang berdistribusi normal dikatakan valid dalam uji statistik.

Hipotesis:

H<sub>0</sub> : Data residu terdistribusi secara normal.

H<sub>a</sub> : Data residu tidak terdistribusi secara normal.

Kriteria pengambilan keputusan:

1) Jika Asymp.Sig. (2-tailed)  $\geq \alpha$  (0.05) maka model regresi menghasilkan nilai residual yang terdistribusi secara normal, artinya tidak tolak H<sub>0</sub>.

2) Jika Asymp.Sig. (2-tailed)  $< \alpha$  (0.05) maka model regresi tidak menghasilkan nilai residual yang terdistribusi secara normal, artinya tolak H<sub>0</sub>.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2021:178), tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung heteroskedastisitas karena terdapat data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independent dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independent dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Menurut Ghozali dalam Pratama, Firnas *et al.*(2022) uji heteroskedastisitas dengan uji glejser menggunakan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig variabel independen  $< 0,05=$  terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai Sig variabel independen  $> 0,05=$  tidak terjadi heteroskedastisitas

#### **4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen. Analisis ini untuk mengetahui arah

hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), *Brand Image* (X4) dan *E-WOM* (X5) terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Y) sebagai berikut:  $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$ .

#### a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021:148) tujuan dari Uji F untuk mengetahui atau menguji apakah persamaan model regresi dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$   $H_a : \text{Tidak semua } \beta = 0$

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika  $\text{Sig F} < \alpha$  (0.05) maka model regresi signifikan sehingga dapat digunakan, artinya tolak  $H_0$ .
- 2) Jika  $\text{Sig F} \geq \alpha$  (0.05) maka model regresi tidak signifikan sehingga tidak dapat digunakan, artinya tidak tolak  $H_0$ .

#### b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Menurut Ghozali (2021:148), tujuan dari uji t adalah untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian ini merupakan dasar dalam pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis di dalam penelitian dengan adanya pertimbangan dari signifikansi konstanta dari setiap variabel independen.

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Jika  $p\text{-valued one tailed} > \alpha$  (0.05) maka koefisien regresi tidak signifikan dan variabel independen terbukti tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, artinya tidak tolak  $H_0$ .
- 2) Jika  $p\text{-valued one tailed} \leq \alpha$  (0.05) maka koefisien regresi signifikan dan variabel independen terbukti berpengaruh terhadap variabel dependen, artinya tolak  $H_0$ .

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen Ghozali (2021:147).

1) Jika  $R^2 = 0$ , berarti model regresi yang terbentuk tidak mampu menerangkan variabel dependen (tidak ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen) 61

2) Jika  $R^2 = 1$ , berarti model regresi yang terbentuk mampu menerangkan variabel dependen dengan baik (ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen)