

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Atas penelitian tersebut memanfaatkan metode penelitian kuantitatif. Pendekatan penelitian ditemukan oleh Sugiyono (2018) yang berdasarkan filsafat positivisme dan bertujuan guna menguji hipotesis yang sudah dibuat. Penelitian ini memuat banyak angka mulai dari pengumpulan data, pengolahan hingga hasil.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi sendiri yakni bisa subjek maupun objek yang ada di wilayah tertentu yang terpenuhinya prasyarat sesuai atas problem dalam penelitian (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini merupakan semua pelanggan yang pernah membeli produk dari Surabaya Leather lebih dari 2 kali yang berjumlah 40 orang. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sensus. Sensus merupakan suatu teknik sampling dimana seluruh populasi menjadi sampel penelitian yang akan diteliti, oleh karena itu kuantitas sampel pada penelitian ini diputuskan sejumlah 40 responden.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Jenis data ini dimanfaatkan penelitian yaitu data kuantitatif (berupa

angka), dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner akan menjadi alat pengumpulan data utama di dalam penelitian ini, sehingga menjadi data primer bisa didapatkan dengan langsung dari sumber datanya (Sugiyono, 2016). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara tertutup, dimana tiap jawaban responden penelitian telah disediakan sebelumnya, dan dibatasi dengan beberapa alternatif jawaban memanfaatkan skala *Likert*, opsional jawaban penelitian ini adalah 1 hingga 5 yaitu 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3(Cukup setuju), 4 (Setuju), 5 (Sangat Setuju). Data yang dimanfaatkan responden merupakan data primer, Data primer merupakan data yang didapat langsung dari sumber pertama yaitu responden penelitian (Sugiyono, 2018).

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1 : Definisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi Konseptual	Indikator Variabel	Item Kuisisioner	Sumber
Persepsi Harga	Kesesuaian harga merupakan harga yang terjangkau dalam produk, memiliki kualitas yang baik, bermanfaat dan memiliki daya saing	1.Keterjangkaun Harga 2.Kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3.Kesesuaian harga dengan manfaat 4.Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga:	1. Saya merasa produk Surabaya Leather terjangkau 2. saya merasa terdapat kesesuaian harga terhadap produk Surabaya Leather 3.Saya mendapatkan manfaat sesuai dengan harga yang saya bayarkan pada Surabaya Leather 4. Saya merasa Surabaya Leather memiliki harga yang bersaing	Kotler dan Armstrong (2018)

Kualitas produk	Kualitas merupakan keseluruhan antara fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa, hal ini tergantung di kapabilitas pada pemenuhan kebutuhan yang tersurat ataupun yang tersirat (Kotler dan Keller,2019).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Bentuk</li> <li>2. Penyesuaian</li> <li>3.Kualitas Kinerja</li> <li>4.Kualitas kesesuaian</li> <li>5.Ketahanan</li> <li>6.Keandalan</li> <li>7.Kemudahan perbaikan</li> <li>8.Gaya</li> <li>9.Design</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa bentuk produk Surabaya Leather menarik</li> <li>2. Saya merasa dapat terwakili dengan penyesuaian produk dari Surabaya Leather</li> <li>3. Saya merasa kualitas kinerja produk Surabaya Leather baik</li> <li>4. saya merasa Surabaya Leather memiliki kualitas kesesuaian yang baik</li> <li>5.Saya merasa produk Surabaya Leather memiliki ketahanan yang kuat</li> <li>6.Saya merasa keandalan dari produk Surabaya Leather sudah teruji</li> <li>7.Saya merasa produk dari Surabaya Leather mudah untuk diperbaiki</li> <li>8.Saya merasa gaya yang diberikan ketika menggunakan produk Surabaya Leather keren</li> <li>9.Saya merasa design dari produk Surabaya Leather cocok untuk saya</li> </ol>	(Kotler dan Keller, 2012)
Minat beli ulang	Secara konseptual, pembelian ulang merupakan tindakan aktual, sedangkan niat pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Minat Transaksional</li> <li>2.Minat preferensial</li> <li>3.Minat referensial</li> <li>4.Minat eksploratif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Saya mendapati minat guna membeli produk Surabaya Leather</li> <li>2.Saya mendapati minat guna memberikan preferensi produk pada orang lain</li> </ol>	Ali Hasan (2018)

	ulang merujuk kepada keputusan pelanggan untuk terlibat dalam pembelian di masa mendatang dengan penjual yang sama Zhang et al., dalam Yasri et al., 2020).		3.Saya berminat memberikan referensi produk Surabaya Leather pada saudara saya 4.Saya berminat untuk mempelajari lebih lanjut mengenai produk produk Surabaya Leather	
--	---	--	--	--

Sumber : Data diolah (2021)

### 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Ghozali (2015), uji validitas dimanfaatkan “guna menimbang valid tidaknya suatu angket,” dengan pedoman angka *pearson correlation* yang signifikan pada taraf kesalahan 5%. Apabila nilai signifikansi *pearson correlation*  $< 0,05$ , maka jawaban responden dianggap valid. Adapun yang dimaksud dengan uji reliabilitas menurut Ghozali (2015) yaitu “derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan dimana dipaparkan oleh instrumen, yang memiliki tujuan guna mendapati konsistensi jawaban berasal dari responden terhadap angket,” dengan pedoman nilai *cronbach alpha*. Bila nilai *cronbach alpha*  $> 0.60$ , jadi jawaban responden dianggap reliabel. Uji reliabilitas dilaksanakan guna mendapati konsistensi alat ukur yang dimanfaatkan dalam penelitian. Konsep atas reliabilitas yaitu seberapa baik salah satu butir dalam alat ukur dapat memaparkan alat ukur tersebut secara menyeluruh (Natalya dan Siaputra, 2016). Sebuah alat ukur bisa disampaikan reliabel jika nilai sig. *Alpha Cronbach*nya lebih besar sama dengan 0,7 (Priyatno, 2016).

### **3.6 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.6.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilaksanakan guna memperoleh apa tersebarnya angket berdistribusi normal atau upnomral. Sebaran data dapat dianggap normal bila nilai signifikansi di kolmogorov-smirnov  $> 0,05$ .

#### **3.6.2 Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas dilakukan guna mengukur apa di model regresi menjadikan ketidaksamaan *variance* atas residual satu penglihatan ke pengamatan yang lain. Pelaksanaan uji heteroskedastisitas bisa memanfaatkan uji Glejser. Faktor yang berlaku ialah apabila angka signifikan uji t (pada uji Glejser)  $>$  besaran signifikansi (0,05), berarti artinya varian residual dengan (homoskedastisitas) atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **3.6.3 Uji Multikolinieritas**

Berdasarkan Supriyono *et al* (2016), yaitu model regresi seharusnya tidaknya berlangsung hubungan antara lain variabel independen. Bila variabel independen itu berhubungan, jadi variabel-variabel itu tidak orthogonal. Multikolinieritas bisa dimengerti atas besaran toleransi serta Variance Inflation Factor (VIF). jika angka toleransi semakin besar atas 0,1 serta angka VIF lebih kecil atas 10, berarti regresi bebas atas multikolinieritas.

### 3.6.4 Uji Linieritas

Uji linearitas dilaksanakan guna mendapati hubungan di antara dua variabel apa memiliki keterkaitan yang linear atau tidak. Uji ini dilihat dari signifikansi *Test for Linearity*  $< 0,05$  maka dapat dikatakan linear. Uji linearitas menunjukkan perlunya mengetahui adakah sifat linear pada hubungan X dan Y mempengaruhi tingkat valid atau tidaknya model regresi yang dihasilkan. Jadi, sebegus apapun model regresi yang dihasilkan dengan R squared yang tinggi, namun jika data tersebut tidak memiliki sifat linear, maka kemungkinan akan terjadi kesalahan estimasi.

### 3.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Disini analisis memanfaatkan guna mendapati berapa besar akibat atau hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah bentuk contoh persamaan regresi linier yang dapat dimanfaatkan pada penelitian antara lain:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y =Minat beli ulang

X<sub>1</sub> =Harga

X<sub>2</sub> =Kualitas produk

$\alpha$  =konstanta.

$\beta_1 \beta_2$  =Koefisien regresi.

$\varepsilon$  =Standar *Error*.

### **3.7.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)**

Uji statistik F dilaksanakan guna tujuan guna memberikan seluruh variabel bebas diinput pada model yang memiliki dampak secara bersama pada variabel terikat (Ghozali, 2018). Kriteria pengujian menggunakan tingkat sig 0,05. Bila nilai sign. 0,05 yaitu model penelitian tidaklah layak digunakan.

### **3.7.2 Uji Signifikansi Individual (Uji t)**

Berdasarkan Suryani dan Hendryadi (2015), Uji t dapat dimanfaatkan guna menilai dengan parsial beberapa variabel. Apabila signifikansi  $< 0,05$ . Berarti dapat diungkapkan dampak yang penting antara masing-masing variabel bebas kepada variabel terikat secara parsial.

### **3.7.3 Uji Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Berdasarkan Suryani dan Hendryadi (2015), Koefisien Korelasi (R) memperlihatkan pengaruh keterkaitan dari variabel terikat dengan variabel tidak terikat. Besaran R<sup>2</sup> ada pada sekitar 0 dan 1 yang memiliki definisi ialah apabila R<sup>2</sup> = 1, mengartikan memperlihatkan variabel bebas dapat memberikan penjelasan variabel terikat 100% dan pendekatan model yang dimanfaatkan adalah tepat. Bila R<sup>2</sup> = 0, yang berarti memperlihatkan dimana variabel bebas tidaklah dijelaskan oleh variabel terikat.