

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis kausalitas. Sugiyono (2017) mengatakan bahwa pendekatan dalam penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain yang memiliki sebab akibat. Nilai yang diuji adalah koefisien regresi, berbentuk pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan dan lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian ulang di Menara Coffee dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderasi.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian (Salim dan Haidir dalam Ramadhayanti, 2021:72-81). Sugiyono, (2016: 148) mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pelanggan yang datang melakukan pembelian ulang baik dalam jumlah besar maupun kecil di Menara Coffee.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016:14). Sampel yang dipakai pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *sampling purposiv*, dimana mengambil sampel melalui kriteria dan pertimbangan tertentu. Alasan peneliti memilih teknik tersebut dikarenakan jumlah populasi yang besar dan tidak diketahui secara pasti. Sebagaimana syarat pengambilan sampel bagi responden adalah berdasarkan beberapa kriteria seperti :

- a) Konsumen Menara Coffee
- b) Pernah melakukan transaksi pembelian di Menara Coffe sebanyak lebih dari empat kali
- c) Jenis Kelamin

Alasan memilih kriteria tersebut agar tidak terjadi kesalahan dalam penelitian. Penentuan jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui, dicari dengan menggunakan persyaratan yang ditentukan oleh Hair *et al.* (1998). Hair *et al.* (1998) mengatakan bahwa jumlah sampel yang diambil minimal 5 kali dari jumlah indikator yang dipergunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan x parameter yang berupa item-item pertanyaan dalam kuesioner, sehingga jumlah sampel yang diambil adalah sample maksimal sebesar $17 \times 10 = 170$, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan 170 sampel.

3.3 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

3.3.1 Variabel Penelitian

A. Variabel Independen

Pada variabel ini biasa disebut dengan variabel bebas yang dilambangkan dengan simbol (X). Variabel independen atau bebas adalah variabel yang akan memengaruhi atau sebab terjadinya perubahan atau munculnya variabel dependen. Diketahui dalam penelitian ini variabel independennya yaitu kualitas layanan (X1) dan lingkungan fisik (X2),

B. Variabel Dependen

Variabel ini biasa disebut dengan variabel terikat yang dilambangkan dengan simbol (Y). Variabel dependen atau adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat yang menghasilkan adanya variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu keputusan pembelian ulang (Y).

C. Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang memengaruhi (memperkuat/memperlemah) hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono,2017). Variabel ini sering disebut dengan variabel independen kedua. Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Z).

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Tabel 3. 1 Definisi Variabel dan Indikator

No	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Item
1.	Kualitas Layanan (X1)	Kasmir (2017 hlm.47) menyatakan bahwa kualitas	a) Bukti fisik (<i>Tangible</i>) b) Keandalan (<i>Relibility</i>)	1) Penyajian makanan dan minuman tepat sesuai

		<p>layanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sedangkan Zeithml (Rasyidi, 2019) kualitas layanan adalah suatu penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh.</p>	<p>c) Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) d) Jaminan (<i>Assurance</i>) e) Empati (<i>Emphaty</i>) (Saidani dan Arifin, 2012)</p>	<p>dengan pesanan pelanggan. 2) Pelayanan yang diberikan cepat dan tepat. 3) Karyawan bersedia menjawab semua pertanyaan pelanggan yang menyangkut tentang pelayanan yang diberikan. 4) Peralatan makan dan minum yang disediakan bersih. 5) Karyawan mampu menyelesaikan keluhan</p>
--	--	---	--	---

				yang diberikan pelanggan.
2.	Lingkungan Fisik (X2)	Ryu <i>et al</i> (2012:205) mengatakan bahwa lingkungan fisik merupakan segala sesuatu yang terkait dengan pekerja yang dapat memengaruhi kinerja serta kenyamanan pelanggan, dimana lingkungan fisik berhubungan dengan penampilan restoran tersebut yang secara langsung turut menjadi penilaian pelanggan.	a) Tata Ruang b) Kebersihan c) Kenyamanan Tempat Duduk <i>Sign and symbol</i> (Tanda dan Simbol) (Lovelock, 2011)	1) Pengaturan meja dan kursi yang nyaman. 2) Ruangan memungkinkan pelanggan bebas bergerak. 3) Sirkulasi udara di Menara Coffee baik. 4) Kejelasan papan petunjuk (kamar mandi, mushola, tempat parkir gratis) 5) Ketersediaan fasilitas yang memadai (wifi, sound musik, televisi)

4.	Keputusan Pembelian Ulang (Y)	Griffin dalam Priansa (2017:169) menyatakan bahwa pembelian ulang berhubungan dengan pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk sebanyak dua kali atau lebih. Keputusan pembelian ulang juga merujuk pada proses di mana seorang konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian kembali atau memperpanjang pembelian dari produk atau layanan yang sudah pernah	a) Minat <i>Transaksional</i> b) Minat <i>referensial</i> c) Minat <i>preferensial</i> d) Minat <i>eksploratif</i> (Veronika, 2017)	1) Kecenderungan untuk selalu membeli ulang. 2) Bersedia mereferensikan kepada orang lain dengan kemauan sendiri. 3) Menjadi pilihan utama dari banyaknya kompetitor yang sama. 4) Selalu mencari informasi mengenai Menara Coffee
----	-------------------------------	---	---	---

		mereka beli sebelumnya.		
3.	Kepuasan Pelanggan (Z)	Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai perasaan positif yang timbul karena persepsi pelanggan bahwa harapannya telat terpenuhi atau bahkan melebihi. Jika kinerja kurang dari harapan maka pelanggan akan kecewa, begitu juga sebaliknya jika kinerja sesuai atau bahkan melebihi harapan maka pelanggan akan merasa puas.	a) Kualitas yang dirasakan b) Nilai yang didapatkan c) Harapan pelanggan (<i>expectation</i>) d) Kinerja aktual (<i>Performance</i>) (Philip Kotler)	1) Pelanggan mempunyai pengalaman yang baik ketika datang ke Menara Coffee. 2) Kinerja yang diberikan karyawan Menara Coffee sesuai dengan harapan pelanggan. 3) Pelanggan bersedia berlama lama berada di Menara Coffee.

3.5 Sumber Data Penelitian

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan perolehan data secara langsung dari sumber penelitian berupa kuesioner untuk memperoleh data yang jelas dan valid. Data primer yang diperoleh pada penelitian ini berdasarkan hasil penyebaran kuesioner secara *offline* pada sampel yang akan disebarakan kepada konsumen Menara Coffee .

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dan dikumpulkan melalui berbagai sumber yang telah ada sebelumnya. Data ini berasal dari penelitian lain yang telah dilakukan oleh website Kemendikbud, literature, buku, laporan, jurnal, artikel ilmiah dan lain sebagainya. Penelitian ini mendapatkan data sekunder dari studi pustaka yang berhubungan dengan variabel yang diteliti.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dalam skala likert. Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016:168). Jawaban setiap instrumen pertanyaan memiliki gradasi yang sangat positif sampai sangat negatif. Umumnya skal likert mengandung pilihan jawaban : sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor yang diberikan adalah 5,4,3,2,1. Skala likert dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan dan bentuk pilihan ganda atau tabel ceklis (Manullang dan Pakpahan, 2014:98).

Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak setuju (TS)	2
5.	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2016:168

3.7 Metode Analisis

3.7.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validasi merupakan alat ukur yang digunakan memperoleh data yang benar-benar valid/keshahihan dalam suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah variabel ditentukan dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a. Apabila hasil dari r hitung $>$ r tabel, alhasil data dari hasil angket dinyatakan valid (item pertanyaan/pernyataan dalam angket dikatakan signifikan terhadap skor total).
- b. Jika hasil r hitung $<$ r tabel, alhasil data dari hasil angket dinyatakan tidak valid (item pertanyaan/pernyataan dalam angket dikatakan tidak signifikan terhadap skor total).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang artinya sebagaimana hasil suatu pengukuran kuesioner bisa dipercaya. Pengukuran kuesioner bisa dinyatakan memiliki kehandalan/reliabel jika jawaban responden pada

pernyataan kuesioner tersebut konsisten dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2019). Jika suatu pelaksanaan pengukuran terhadap sekelompok subjek dengan gejala yang sama diulang beberapa kali, hasil pengukuran tersebut kemungkinan akan konsisten. Alhasil alat pengukur tersebut bisa dipercaya. Kriteria dalam uji reliabilitas teknik pengukuran yang digunakan yaitu *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ (Prianto, 2019).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2014:90), uji normalitas pada model regresi dipergunakan untuk menguji apakah nilai residual yang didapatkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan analisis grafik serta uji Kolmogorof-Smirnof dimana jenis uji ini merupakan jenis uji normalitas menggunakan fungsi distributive kumulatif, nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K \text{ Hitung} < K \text{ Tabel}$ atau nilai $\text{Sig} > \text{Alpha}$ (Prianto, 2019).

b. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan Priyatno (2014:99), uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas (independent) yang ada dalam model regresi mempunyai korelasi linear yang tepat atau mendekati sempurna. Model hubungan yang dinilai baik adalah model yang tidak memiliki korelasi antar variabel independennya. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat ditinjau dari Variance Inflation Factor (VIF), dimana $\text{VIF} < 10$ maka data tersebut bebas dari multikolinieritas dan apabila nilai tolerance $> 0,10$ maka bebas pula dari multikolinieritas.

c. Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah ada tidaknya gejala heteroskedastisitas. Jika signifikansi nilai $> 0,05$ maka

persamaan regresi tersebut mengandung nilai homokedastisitas, dikarenakan data yang baik adalah data yang homoskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Berganda

A. Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Dipergunakan sebagai melihat pengaruh parsial pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pada uji T menggunakan taraf Sig. 5%. Dasar pengambilan keputusan untuk uji T antara lain sebagai berikut:

a) Signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

b) Signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

b. Uji F

Uji F merupakan serentak untuk mengetahui variabel bebas. Uji F untuk menguji adanya hubungan antara variabel Dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cara :

a. Apabila probabilitas signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_1 ditolak,

b. Apabila probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

B. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan arah variabel dependen dengan variabel independen dan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dilakukannya uji regresi linier berganda karena dalam penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel independen dan satu variabel dependen (Suliyanto, 2011).

Diketahui rumus uji regresi linier berganda antara lain :

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

α = Konstanta

β_1 - β_2 = Koefisien Regresi

Y = Keputusan Pembelian Ulang

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Lingkungan Fisik

3.7.4 Moderated Regression Analysis (MRA)

Salah satu metode untuk menganalisis variabel moderasi adalah regresi moderasi. Uji interaksi atau sering disebut Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2016). Dalam analisis regresi moderasi, semua asumsi analisis regresi berlaku, artinya asumsi-asumsi dalam analisis regresi moderasi sama dengan asumsi-asumsi dalam analisis regresi. Klasifikasi Variabel Moderasi dapat diklasifikasikan menjadi 4 jenis (Solimun, 2017:79) yaitu:

a. Variabel Moderasi Murni (*Pure Moderator*)

Pure moderasi merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel prediktor dan variabel tergantung di mana variabel moderasi murni berinteraksi dengan variabel prediktor tanpa menjadi variabel prediktor.

b. Variabel Moderasi Semu (*Quasi Moderator*)

Quasi moderasi merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel prediktor dan variabel tergantung di mana variabel moderasi semu berinteraksi dengan variabel prediktor sekaligus menjadi variabel prediktor.

c. Variabel Moderasi Potensial (*Homologiser Moderarator*)

Homologiser moderasi merupakan variabel yang potensial menjadi variabel moderasi yang mempengaruhi kekuatan hubungan antara variabel prediktor dan variabel tergantung. Variabel ini tidak berinteraksi dengan variabel prediktor dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel tergantung.

d. Variabel Prediktor Moderasi (*Predictor Moderasi Variabel*)

Variabel moderasi ini hanya berperanan sebagai variabel prediktor dalam model hubungan yang dibentuk.

3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Abdurrahman et al. 2011) koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R^2) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Rentang nilai koefisien determinasi adalah 0 – 1 apabila koefisien determinasi memiliki nilai yang kecil dapat dikatakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Begitu pula sebaliknya, apabila koefisien determinasi memiliki hasil mendekati 1 dapat dikatakan variabel independen hampir dapat memberikan informasi maupun instruksi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.