

BAB III

METODE PENELITIAN

III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

III.1.1 Definisi Operasional

Definisi operasional artinya pengertian sebuah variabel kemudian dipergunakan sesuai ciri yang dievaluasi agar variabel penelitian mampu diukur. Berikut definisi operasional pada variabel penelitian ini:

1. Pembelian Ulang

Keputusan pembelian ulang merupakan skor yang didapat dari jawaban dengan indikator yakni : melakukan pembelian ulang, tidak ingin pindah kemerek lain, merekomendasikan pada orang lain.

2. Brand Image

Citra merek merupakan skor yang didapat dari jawaban responden melalui indikator yaitu Merk dikenal oleh Kekuatan Asosiasi Merk (*Brand Strength*), Keunggulan Asosiasi Merk (*Brand Favorability*), dan Keunikan Asosiasi Merk (*Brand Uniqueness*).

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan skor yang didapat dari jawaban responden melalui dimensi yaitu Customization, Performance Quality, Conformance Quality, Durability, dan Style.

4. Persepsi Harga

Harga merupakan skor yang didapat dari jawaban responden melalui indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

III.1.2 Pengukuran Variabel

Salah satu skala yang dipergunakan dalam pengukuran variabel ialah Skala Likert. Pengukuran variabel dengan skala likert artinya sebuah instrumen berharga dalam mengukur dan mendeskripsikan persepsi, sikap, serta pendapat peserta, yang memungkinkan para peneliti buat tahu sudut pandang responden terhadap variabel spesifik yang sedang diteliti. Ada 5 pilihan respon bagi responden bila menggunakan skala ini, mulai dari “Sangat Setuju” hingga “Sangat Tidak Setuju”, yang menangkap sikap atau perilaku individu terhadap kejadian atau pernyataan tertentu. Skala Likert

digunakan melalui kuesioner yang dibagikan kepada peserta (Suryani & Hendryadi, 2015, hal. 131). Dengan menggunakan skala Likert, peneliti dapat menilai pendapat, pandangan, atau perilaku individu atau kelompok orang dalam kaitannya dengan berbagai peristiwa atau fenomena sosial. Peristiwa yang dipilih ditentukan dengan cermat oleh para peneliti dan ditetapkan sebagai variabel penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian dijadikan dasar untuk merumuskan butir-butir angket berupa pertanyaan atau pernyataan (Hermawan, 2019, hlm. 82).

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian Ulang (Y)	a. Melakukan pembelian ulang	Likert
	b. Tidak pindah ke merk lain	Likert
	c. Merekomendasikan pada orang lain	Likert
Brand Image (X1)	a. Brand Strength	Likert
	b. Brand Favorability	Likert
	c. Brand Uniqueness	Likert
Kualitas Produk (X2)	a. Customization	Likert
	b. Performance	Likert
	c. Conformity	Likert
	d. Durability	Likert
	e. Style	Likert
Persepsi Harga (X3)	a. Keterjangkauan harga	Likert
	b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Likert
	c. Daya saing harga	Likert
	d. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert

Sumber : Data Diolah

Tabel 2. Skala Likert

Pernyataan	Pengertian	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
RG	Ragu-Ragu	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber: (Sugiyono, 2013)

III.2 Populasi dan Sampel

III.2.1 Populasi

Populasi ialah objek penelitian secara keseluruhan. Populasi adalah benda, kejadian, atau kelompok orang, baik menjadi subjek atau objek yang diteliti (Ngatno,

2015). Dalam hal ini subjek penelitiannya yaitu; mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN Veteran Jakarta program studi Akuntansi, Manajemen, Ekonomi Syariah, Ekonomi Pembangunan.

III.2.2 Sampel

Sampel mengacu pada segmen tertentu di keseluruhan populasi (Ngatno, 2015). Dalam penelitian ini, metode non-probability sampling digunakan. Non-probability sampling adalah pendekatan sampling subyektif yang tidak didasarkan pada pemilihan secara acak dan tidak semua diikutsertakan dalam sampel untuk semua anggota populasi (Hafni Sahir, 2022). Selain itu, disini menggunakan metode purposive sampling yang termasuk dalam kategori non-probability sampling. Menurut Kurniawan & Puspitaningtyas (2016), purposive sampling melibatkan pemilihan individu atau elemen tertentu berdasarkan kriteria yang telah ditentukan atau karakteristik tertentu. Dalam pendekatan ini sampel sengaja dipilih sesuai dengan kriteria tertentu, yaitu :

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta
2. Menyukai minuman berbahan dasar kopi
3. Pernah membeli Kopi Janji Jiwa minimal 2 kali

Metode pengambilan sampel melibatkan penentuan ukuran sampel untuk penelitian, yang dapat dicapai dengan menggunakan berbagai rumus. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui besaran responden maka perlu dikalkulasikan melalui rumus Lemeshow, yang biasa digunakan jika jumlah populasi tidak diketahui. Untuk menghitung besar sampel pada saat ukuran populasi tidak pasti, peneliti menggunakan rumus Lemeshow yang digariskan oleh Riyanto & Hatmawan (2020).

$$n = \frac{Z^2 \alpha^2 X P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan

P = Maksimal estimasi

D = Tingkat kesalahan

Selanjutnya, perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu dengan nilai $Z_{score} = 95\% = 1,96$ dan tingkat kesalahan sebesar 5% atau maksimum disarankan 10% serta menguntukkan maksimal estimasi 50%.

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2} = 96.04$$

Melalui perhitungan tersebut dengan menggunakan rumus lemeshow yang telah digunakan maka dapat diperoleh nilai 96.04, sehingga dalam penelitian yang akan dilakukan memiliki sampel dibulatkan sebanyak 100 orang responden (Hasil pembulatan).

III.3 Teknik Pengumpulan Data

III.3.1 Jenis Data

Dalam pendalaman data ini yang dipakai merupakan data kuantitatif yaitu berupa angka. Data kuantitatif bersifat asli serta dapat diukur. Data kuantitatif pada pendalaman yang dilakukan diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diolah juga dianalisis dengan uji variabel (Riyanto & Hatmawan, 2020).

III.3.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah data primer yang mengacu pada data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner (Echdar, 2017). Data primer didapatkan melalui G-Forms sebagai alat pendukung. Kuesioner terkait judul ini dirancang menerapkan skala Likert, yang menyajikan rangkaian pertanyaan dan pernyataan yang bisa dijawab dengan berbagai respon yang tersedia (Sunyoto, 2013, hal. 132). Responden diminta untuk memilih respon yang paling tepat dari pilihan yang diberikan dalam kuesioner.

III.3.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi penyebaran kuesioner penelitian kepada responden yang pernah membeli produk Janji Jiwa. Kuesioner yang digunakan dalam proses pengumpulan data ini dirancang dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan metode yang umum digunakan untuk menilai sikap, pendapat, pandangan, dan persepsi terhadap berbagai fenomena sosial (Sugiyono, 2014). Skala

Likert terdiri dari bobot yang berbeda dan deskripsi yang sesuai yang dimaksudkan agar responden bisa memberikan tanggapan terkait sepakat atau tidaknya responden. Adapun tanggapan skala Likert disajikan dalam format kisi untuk kemudahan penggunaan dan interpretasi sebagai berikut :

Tabel 3. Skala Likert

Penilaian	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Echdar (2017, hlm. 229)

Terkait dengan item pernyataan pada kuesioner secara detail dipaparkan pada tabel berikut ini, yaitu :

Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian Ulang (Y)	a. Melakukan pembelian ulang	Likert
	b. Merekomendasikan pada yang lain	Likert
	c. Tidak pindah kepada merk lain	Likert
	d. Brand Strength	Likert
Brand Image (X1)	e. Brand Favorability	Likert
	f. Brand Uniqueness	Likert
	g. Customization	Likert
Kualitas Produk (X2)	h. Performace	Likert
	i. Conformity	Likert
	j. Durability	Likert
	k. Style	Likert
	l. Keterjangkauan harga	Likert
Persepsi Harga (X3)	m. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Likert
	n. Daya saing harga	Likert
	o. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert

Sumber : Data Diolah

III.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

III.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Menurut peneliti Hamzah (2019, hal. 115) mengatakan *statistical analytical description* digunakan untuk meringkas dan mengilustrasikan informasi (data) yang

didapat penelitian. Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan untuk menarik kesimpulan dan membuat generalisasi tentang temuan.

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan peringkat dari angka 1 hingga 5 yang tercantum sebagai berikut :

Tabel 5. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert

Skala Likert	Y	X1	X2	X3
1.	STS	STS	STS	STS
2.	TS	TS	TS	TS
3.	N	N	N	N
4.	S	S	S	S
5.	SS	SS	SS	SS

Sumber : Data diolah

Perhitungan skala likert tersebut dilakukan dengan mengkalkulasikan rumus sebagai berikut : Nilai indeks = $\frac{(\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)}{5}$ dimana:

F1 merupakan data responden yang memilih 1

F2 merupakan data responden yang memilih 2

F3 merupakan data responden yang memilih 3

F4 merupakan data responden yang memilih 4

F5 merupakan data responden yang memilih 5

Metode Tiga Kotak digunakan untuk menghitung indeks dengan memperoleh nilai dari setiap rentang metrik dan menjumlahkannya untuk menentukan batas atas dan bawah. Kisaran indeks tersebut kemudian dikategorikan tinggi, sedang, atau rendah berdasarkan kriteria tertentu. Nilai persentase responden diestimasi menggunakan hasil perhitungan dan disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Nilai Presentase Responden

Nilai Indeks	Interpretasi
20.00-47.00	Rendah
47.01-74.00	Sedang
74.01-100	Tinggi

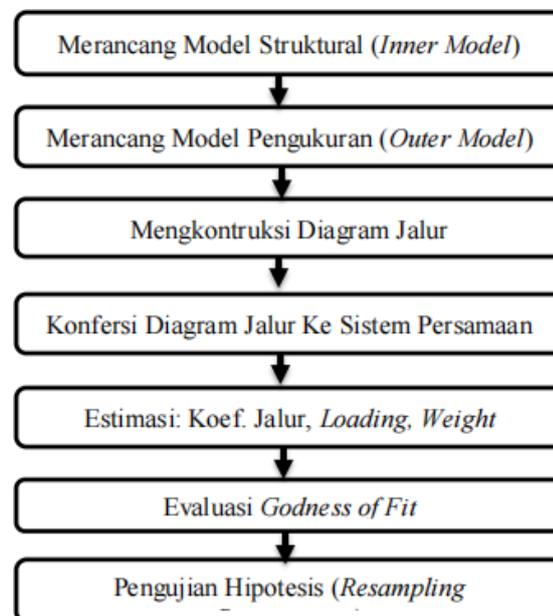
Sumber: Data diolah

Berdasarkan angka diatas, kita dapat menyimpulkan bahwa interpretasi presentase responden ditentukan berdasarkan rentang angka tertentu yang diberikan. Kisaran 20.00-47.00 menunjukkan nilai indeks rendah, kisaran 47.01-74.00 menunjukkan nilai indeks sedang, dan kisaran 74.00-100 menunjukkan nilai indeks tinggi.

III.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial

Sugiyono (2017, hal. 147) menerangkan *analysis data* mengacu pada pengolahan data yang dikumpulkan dari seluruh responden dan sumber lainnya. Ini melibatkan analisis dan pengorganisasian data yang diperoleh. Pada penelitian ini digunakan alat uji *Partial Least Square* (PLS). Abdulla & Jogiyanto (2015, hal. 91) mendefinisikan *inferential analysis* sebagai metode menganalisa data yang digunakan untuk membandingkan hasil sampel dengan hasil dari seluruh populasi untuk mengidentifikasi adanya perbedaan antara keduanya. Pengukuran pada judul ini menerapkan PLS (*Partial Least Square*) sebagai alatnya yang melakukan pendekatan multivariat untuk membandingkan variabel independen dengan beberapa variabel.

Dibawah ini menjelaskan tahapan menerapkan PLS (*Partial Least Square*) menurut Syahrir et al. (2020) seperti berikut ini:

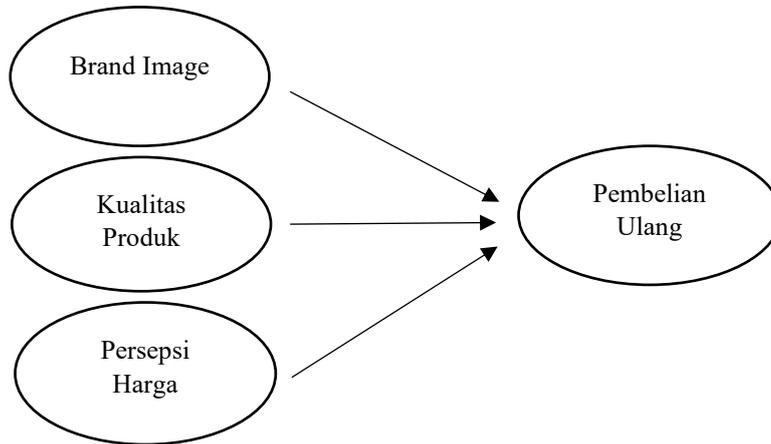


Gambar 1. Langkah Pengolahan PLS

Sumber : Data Diolah

a. Membuat model struktural (*inner model*)

Model struktural disebut pula sebagai *inner model* ialah kerangka konseptual yang menjelaskan keterkaitan mengenai *theoretical substance* dan variabel laten. Dibangun berdasarkan rumusan pertanyaan penelitian atau hipotesis. Berikut diagram yang mewakili inner model yang digunakan, yaitu:

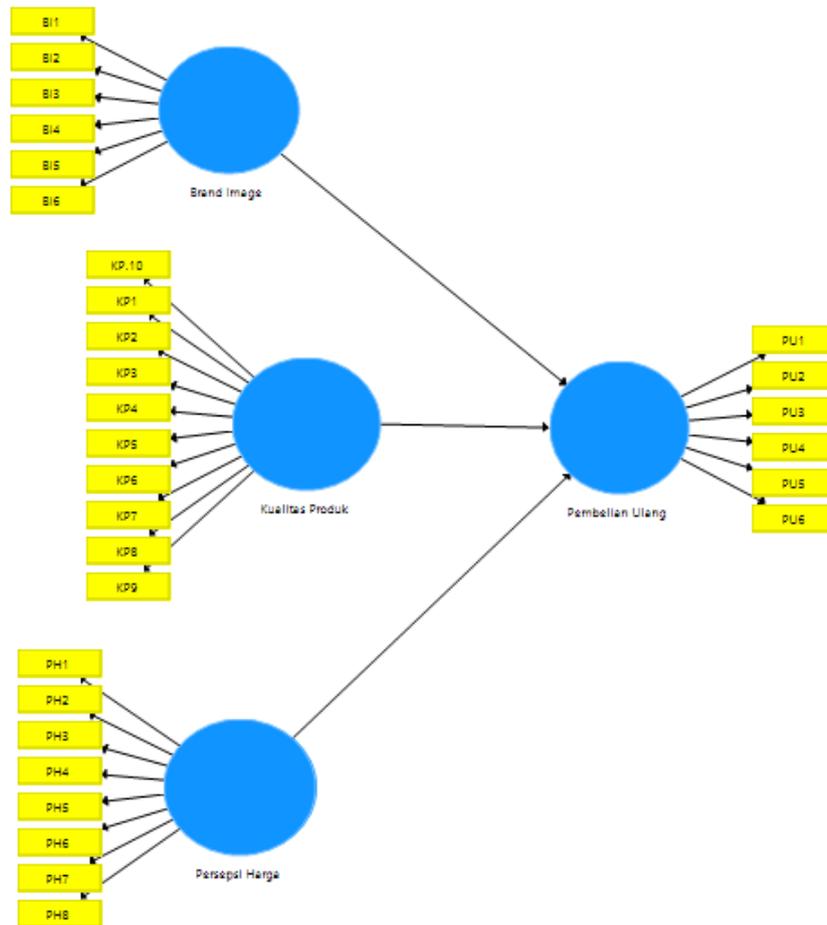


Gambar 2. *Inner Model*

Sumber : Data diolah

b. Membuat model pengukuran (*outer model*)

Model pengukuran juga dikatakan sebagai *outer model* diterapkan dalam rangka membuat lebih spesifik hubungan masing-masing indikator dalam kaitannya dengan variabel laten yang terlibat. Dengan mengaitkan setiap indikator dengan variabel latennya masing-masing, akan terbentuk pemahaman yang lebih komprehensif tentang konstruk yang diukur. Pemodelan internal dan eksternal dinyatakan kedalam diagram jalur, sebagai berikut :



Gambar 3. Konstruk Diagram Jalur

Sumber : Data Diolah

c. Ubah diagram jalur menjadi bentuk persamaan

Proses konversi grafik jalur kedalam bentuk persamaan dilakukan berdasarkan diagram jalur yang telah dibuat. Konversi ini melibatkan dua langkah sebagai berikut :

- a. Pertama, Menyusun bentuk persamaan dasar dari *Outer Model*
- b. Kedua, Menyusun persamaan dasar dari *Inner Model*

d. Evaluasi

Pada PLS melibatkan berbagai aspek seperti berat (*weight*), koefisien jalur, serta *loading*. Metode kuadrat terkecil (*least square methods*) digunakan untuk memperkirakan bentuk ukuran dalam PLS. Asumsi ukuran dalam PLS meliputi ; estimasi bobot, estimasi jalur, dan rata-rata.

e. Estimasi goodness of fit

Kesesuaian model dievaluasi dengan menghitung koefisien determinasi (R^2) dari variabel dependen, dengan interpretasi yang sama seperti dalam analisis regresi.

III.4.3 Uji Validitas

Suliyanto (2018, p. 233) dalam penelitian terdahulu menjelaskan validitas suatu alat ukur menandakan seberapa akurat juga menyeluruh alat tersebut mengukur apa yang dimaksudkan. Suatu nilai dianggap valid jika melebihi 0,50 menurut AVE (Average Extracted Variance). Ghozali dan Latan (2015) menyebutkan bahwa nilai load factor antara 0,5 dan 0,6 dianggap cukup baik. Pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan mengukur beban silang dengan struktur.

III.4.4 Uji Reliabilitas

Dalam tahapan selanjutnya menggunakan Cronbach's Alpha, di mana nilai Alpha mengukur batas bawah reliabilitas formula, sedangkan reliabilitas komposit menilai reliabilitas sebenarnya dari suatu konstruk. Untuk nilai Alpha atau Composite Reliability dianggap memuaskan jika melebihi 0,7 tetapi ada toleransi untuk nilai 0,6 dianggap valid. Seperti yang dijelaskan oleh Ghozali (2014), kategori reliabilitas berdasarkan nilai Alpha adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Kategori Realitas Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,0-0,20	Kurang Reliabel
>0,20-0,40	Agak Reliabel
>0,40-0,60	Cukup Reliabel
>0,60-0,80	Reliabel
>0,80-1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Ghozali (2014)

III.4.5 Uji Hipotesis

1. Uji R^2 (koefisien determinan)

Nilai R square diterapkan dalam rangka mendapatkan informasi variabel dependen yang terpengaruh variabel independen. Nilai R^2 yang lebih tinggi menunjukkan model prediksi yang lebih baik untuk jenis penelitian, sedangkan nilai yang lebih rendah

menunjukkan variabel independen belum bisa dijelaskan variabel dependen secara sempurna. Sesuai dengan penelitian terdahulu dari Ghazali (2016, hal. 97), koefisien determinasi R Square antara 0 dan mendekati 1.

2. Uji Q square (Q²)

Estimasi model dan parameter dihitung menggunakan nilai observasi yang dikumpulkan. Q square dianggap memuaskan jika nilainya $Q\ Square > 0$, dengan begitu model tersebut memiliki relevansi prediktif. Sebaliknya, jika nilai $Q\ Square < 0$, berarti model tersebut tidak memiliki relevansi prediktif (Ghozali, 2014 hal.41).

3. Uji t

Uji ini digunakan untuk menilai variabel independen (X) dalam menjelaskan hubungan dengan variabel dependen (Y). Hipotesis 0 (H₀) digunakan sebagai penguji apakah sama dengan 0. Parameter ini dipakai untuk menilai hipotesis yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang.

- a. $H_{10} : X_1 = 0$, variabel bebasnya (Brand Image) secara terpisah tidak mempunyai pengaruh pada variabel terikatnya (Pembelian Ulang).
- b. $H_{1a} : X_1 \neq 0$, variabel bebasnya (Brand Image) secara terpisah mempunyai pengaruh pada variabel terikatnya (Pembelian Ulang).

2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang.

- a. $H_{20} : X_2 = 0$, variabel bebasnya (Kualitas Produk) secara terpisah tidak mempunyai pengaruh pada variabel terikatnya (Pembelian Ulang).
- b. $H_{2a} : X_2 \neq 0$, variabel bebas (Kualitas Produk) secara terpisah mempunyai pengaruh pada variabel terikatnya (Pembelian Ulang).

4. Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

- a. $H_{30} : X_3 = 0$, variabel bebas (Persepsi Harga) secara terpisah tidak mempunyai pengaruh pada variabel terikatnya (Pembelian Ulang).
- b. $H_{3a} : X_3 \neq 0$, variabel bebas (Persepsi Harga) secara terpisah mempunyai pengaruh pada variabel terikatnya (Pembelian Ulang).

Hasil keputusan pengukuran hipotesis dapat dikatakan sebagai berikut :

- a. Jika nilai T_{tabel} lebih besar dari pada T_{hitung} ($T_{tabel} > T_{hitung}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak maknanya tidak berpengaruh
- b. Jika nilai T_{tabel} lebih kecil dari pada T_{hitung} ($T_{tabel} < T_{hitung}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima maknanya berpengaruh.

Taraf nyata 5% atau tingkat signifikansi 5% adalah ambang statistik yang digunakan untuk mengontrol kemungkinan kesalahan Tipe I dalam pengujian hipotesis. Peneliti mengakui bahwa tidak ada penelitian yang sepenuhnya bebas dari kesalahan dan menggunakan metode statistik yang tepat untuk menarik kesimpulan yang bermakna. Menurut Sarjono & Julianita (2013) mengatakan pengambilan hipotesis berdasarkan taraf nyata bisa dijelaskan sebagai berikut :

1. Jika tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$) lebih kecil dari p-value yang diperoleh ($p\text{-value} > 0,05$), maka hipotesis nol (H_0) diterima, dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Ini berarti bahwa hasil penelitian tidak signifikan secara statistik. Dengan kata lain, tidak cukup bukti untuk menolak hipotesis nol dan mendukung hipotesis alternatif pada tingkat signifikansi 5%.
2. Jika nilai p yang mewakili nilai probabilitas untuk tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$) lebih besar atau sama dengan nilai p yang diperoleh ($\text{nilai } p \leq 0,05$), maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian secara statistik signifikan. Dengan kata lain, terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol dan mendukung hipotesis alternatif pada tingkat signifikansi 5%.