

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Terdapat suatu pendekatan penelitian yang dipakai untuk melangsungkan penelitian ini yaitu berupa pendekatan kuantitatif. Pada teknik kuantitatif ialah termasuk dalam teknik ilmiah ataupun *scientific* sebab sudah melewati berbagai kaidah ilmiah dengan wujud konkrit/empiris, lalu yang obyektif, terukur, kemudian dengan rasional beserta sistematis. Definisi atas teknik kuantitatif bisa juga ikut diartikan dalam menjadi teknik penelitian dengan landasan filsafat positivisme, dipakai dalam meneliti terhadap populasi ataupun pada sampel khusus, dalam metode penarikan sampel biasanya dijalankan dengan random, pengumpulan datanya memakai instrumen penelitian, sifat pada analisis datanya yaitu kuantitatif ataupun statistik melalui suatu tujuan agar dapat melakukan pengujian hipotesis yang sudah ditentukan (Sugiyono, 2015 dalam Imran, 2018). Pada suatu pendekatan kuantitatif, nantinya dikaji hakikat hubungan antara berbagai variabel melalui media pengujian statistik juga memakai teori dengan obyektif (Jaya, 2020).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Berlandaskan pada pemaparan Sugiyono (2017) dalam Revo dan Felix (2020), Definisi atas populasi yaitu suatu wilayah generalisasi dengan tersusun oleh subyek/obyek dimana memiliki mutu beserta ciri khusus yang ditentukan atas

peneli dalam menjadi pembelajaran yang selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan. Pada jalannya penelitian ini populasinya yaitu semua konsumen Reny Swalayan-ku yang terletak pada Surabaya.

3.2.2 Sampel

Berlandaskan pada pemaparan Sugiyono (2017) dalam Revo dan Felix (2020) definisi dari sampel yaitu suatu bagian atas total ciri yang dimiliki atas populasinya. Pada metode untuk menarik total sampel, peneliti menggunakan kriteria yang diberikan oleh Sugiyono (2015) dalam Dwikasandi (2019) , ukuran sampel bisa disebut layak pada suatu penelitian yaitu diantara 30 hingga ke 500. Jika pada penelitian nantinya menjalankan kajian melalui *multivariate* (korelasi ataupun juga regresi ganda), sehingga total anggota sampelnya paling sedikit 10 kali atas keseluruhan varisbr yang ditelitinya. Pada penelitian ini ada sejumlah 4 variabel (*independen dan dependen*), sehingga paling sedikit total dari anggota sampel yaitu sejumlah $10 \times 4 = 40$ responden. Berlandaskan pada teori itu, total responden yang dijadikan target sejumlah 50 orang. Total itu dinilai telah dapat mewakilkannya sebab sudah mencukupi jumlah minimum dari keperluan sampelnya.

Digunakan pada jalannya penelitian metode yang berwujud *non-probability* sampling melalui teknik *purposive sampling* dalam menentukan sampel yang cocok lewat tujuan penelitiannya. Definisi atas *non-probability* sampling yaitu suatu metode dalam menghimpun sampel yang tanpa bisa membawa kesempatan sama pada seluruh elemen maupun anggota populasinya yang terpilih sebagai sampel (Sugiyono, 2011 dalam Salma, 2022). Metode yang berupa *purposive*

sampling yaitu metode dalam penentuan sampel melalui pertimbangan ciri khusus yang dimiliki atas populasinya maupun objeknya yang diobservasi, misalnya kualifikasi yang ditentukan atas penelitiannya (Sugiyono, 2019 dalam Ainia, 2023).

Kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu berupa :

1. Pelanggan berumur minimal 17 tahun.
2. Pelanggan yang pernah berbelanja barang pada Reny Swalayan-ku.

3.3 Identifikasi Variabel

Pada pelaksanaan penelitian ini variabelnya yaitu sebuah konsep, ciri, maupun atribut yang ditentukan atas peneliti agar dapat diobservasi yang akhirnya didapatkan informasi mengenai ikatan diantara variabel serta selanjutnya kesimpulannya (Sugiyono, 2019 dalam Ainuna, 2020). Pada pelaksanaan penelitian ini memakai sejumlah dua tipe variabel yakni berupa variabel bebas atau disebut juga *Independent* serta yang terikat disebut juga lewat *Dependent* :

A. Variabel bebas (*Independent Variabel*)

Terdapat penyebutan lain dari variabel independen yang dilambangkan dengan X yaitu disebut variabel bebas. Penjabaran mengenai variabel independen yaitu suatu variabel dengan pengaruh yang dimiliki menyebabkan perubahan ataupun timbulnya variabel dependen. Pada jalannya penelitian, susunan atas variabel bebas yaitu berupa:

X1 : Reputasi Toko

X2 : WOM

X3 : Mutu ataupun Kualitas Pelayanan

B. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Definisi yang dimiliki variabel terikat yaitu suatu variabel dengan dipengaruhi maupun sebagai akibat, sebab terdapatnya variabel bebas. Wujud dari variabel terikat pada jalannya penelitian ini yakni berupa Niat Membeli Kembali (Y).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Diberikan pemaparan atas Sugiyono (2015) dalam Hayati (2023), yang dimaksudkan dengan operasional pada variabel yaitu sebuah atribut maupun karakteristik ataupun nilai atas objek ataupun aktivitas yang mempunyai jenis khusus yang sudah ditentukan atas peneliti agar dapat dipelajari serta diambil kesimpulan. Pada pelaksanaan penelitian ini penjabaran untuk definisi operasional atas suatu variabel penelitian yaitu berupa:

3.4.1 Definisi Operasional Variabel Reputasi Toko

Reputasi Toko adalah persepsi yang berkembang dalam masyarakat berdasarkan pengalaman, interaksi, informasi, dan pandangan yang dikumpulkan dari berbagai sumber tentang Reny Swalayan-ku. Menurut Kim (2013) dalam Zalni dan Abror (2019) indikator yang dimiliki reputasi yaitu berupa:

1. *Kredibilitas*, Kompetensi suatu perusahaan agar bisa dipercayai atas pelanggannya
2. Keandalan, Interpretasi dari ketangguhan perusahaan bisa pada permasalahan pelayanannya ataupun produk yang telah diciptakan

3. Citra baik yang dimiliki perusahaan, Suatu penilaian yang dianggap baik dimata konsumen dan memiliki hal yang positif.

3.4.2 Definisi Operasional Variabel *Word Of Mouth* (WOM)

Pemaparan mengenai definisi WOM yaitu suatu informasi yang dikomunikasikan melalui mulut lalu menuju mulut antara sebagian orang tentang Reny Swalayan-ku dengan tujuan memberikan komentar, baik positif maupun negatif. Diterangkan atas Babin, Barry (2014) dalam Joesyiana (2018) indikator WOM yaitu berwujud :

- 1). Konsumen memperbincangkan berbagai hal positif
- 2). Konsumen merekomendasikan jasa dan produk perusahaan
- 3). Konsumen mendorong kawan maupun relasi dalam melaksanakan pembelian

3.4.3 Definisi Operasional Variabel Kualitas Pelayanan

Terdapat penjabaran mengenai definisi dari mutu ataupun kualitas pelayanan yaitu suatu penilaian tentang tingkat kepuasan konsumen kepada seluruh tipe pelayanan yang diterima dari Reny Swalayan-ku untuk mencukupi keperluan beserta harapan pelanggan. Diberikan pemaparan atas Tjiptono beserta Chandra (2016) dalam Sopiyan (2022) bahwasannya untuk dimensi beserta indikator yang ada pada mutu pelayanan tersusun atas :

1. *Tangible* ataupun disebut melalui Bukti Fisik, berhubungan lewat daya tarik yang ada pada fisik, perlengkapan, lalu juga material yang dipakai, beserta penampilan yang ditunjukkan pegawainya.
2. *Empathy* yang dikenal melalui “Empati”, dipahami atas perusahaan permasalahan konsumen serta bersikap bagi keperluan konsumennya, memberi perhatian khusus terhadap para konsumen serta mempunyai waktu kerja nyata.
3. *Responsiveness* ataupun dikenal melalui “Daya Tanggap”, keinginan beserta kapasitas setiap pegawai dalam memberikan bantuan ke konsumen serta memberikan respon permintaannya, memberikan informasi kapan jasanya diberikan serta selanjutnya memberikan jasa dengan secepatnya.
4. *Reliability* yang dikenal melalui “Reliabilitas”, kapabilitas suatu perusahaan dalam memberi pelayanan dengan akurat sedari awal dengan tidak menciptakan kesalahan apapun serta memberikan jasa seperti waktu yang sudah menjadi kesepakatan.
5. *Assurance* yang dikenal melalui “Jaminan”, pegawai sanggup mengembangkan kepercayaan konsumen kepada suatu perusahaan yang juga dapat membentuk rasa aman untuk setiap konsumennya.

3.4.4 Definisi Operasional Variabel Niat Membeli Kembali

Niat membeli kembali atau *repurchase intention* merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan keinginan untuk kembali bertransaksi atau membeli suatu produk yang sama yang pernah dibeli sebelumnya di Reny Swalayan-ku pada waktu yang akan datang.

Berlandaskan pada pemaparan Ferdinand (2002) yaitu pada Lunnette beserta Fransisca (2017), niat dalam membeli kembali bisa diidentifikasi lewat berbagai indikator yaitu melalui:

1. Minat transaksional adalah suatu minat dari individu dalam berbelanja produk yang sudah dikonsumsi sebelumnya.
2. Minat referensial adalah suatu minat dari individu dalam merekomendasikan barang yang telah dilakukan pembelian olehnya, agar orang lain ikut membelinya, melalui rekomendasi pengalaman konsumsi yang dimilikinya.
3. Minat preferensial adalah suatu minat dari individu yang menginterpretasikan pengalaman orang lain yang mempunyai suatu preferensi utama dalam barang khusus. Preferensi tersebut sekedar bisa diubah bila dialami suatu hal yang berdasarkan pada barang yang sedang digemari.
4. Minat eksploratif adalah suatu minat dari individu yang menginterpretasikan sikap dari seseorang dengan selalu melakukan pencarian informasi tentang barang yang disukainya serta menunjang karakteristik positif atas barang yang diinginkan.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Pada berlangsungnya penelitian dipakai suatu tipe data yang berupa data kuantitatif. Definisi atas data kualitatif yaitu suatu ukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung atau diwakili dalam angka. Analisis data ini mencakup pengolahan data, pengorganisasian data dan penemuan hasil.

3.5.2 Sumber Data

Pada berlangsungnya penelitian dipakai suatu sumber data yang berupa data primer serta dengan data sekunder. Definisi atas data primer yaitu suatu data penelitian dimana didapatkan dengan langsung atas sumbernya, dimana peneliti menyebarkan kuesioner pada konsumen yang pernah berbelanja di Reny Swalayan-ku. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh dari literatur, situs web, skripsi, jurnal ilmiah maupun internet yang mempunyai hubungan melalui topik penelitiannya.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Tahap dalam penghimpunan data dalam jalannya penelitian ini yaitu memakai data primer yang didapatkan melalui langkah menjalankan wawancara maupun melakukan penyebaran kuisisioner terhadap respondennya. Kuisisioner maupun angket yakni sebuah teknik pada melakukan penghimpunan data yang dilaksanakan melalui langkah memberikan rangkaian pertanyaan ataupun suatu pernyataan dengan tertulis terhadap para responden agar dijawabnya (Imran, 2018).

Teknik pengukuran yang dipakai pada penelitian ini yaitu berwujud Skala Likert. Diterangkan atas Sugiyono (2019) yaitu pada Ainia (2023) pemakaian pada skala likert bertujuan dalam menjadi media ukur agar dapat melakukan pengukuran tingkatan kesetujuan maupun suatu ketidaksetujuan seseorang maupun kelompok kepada sebuah pertanyaan yang berhubungan melalui sebuah peristiwa sosial. Pada jalannya skala likert, respondennya perlu menampilkan sejauh manakah para responden ini setuju maupun ketidaksetujuannya melalui

pernyataan khusus lewat memakai skala yang susunannya atas beberapa pilihan, misalnya yaitu “sangat setuju, setuju, netral, lalu ada tidak setuju, serta yang sangat tidak setuju”. Pemakaiannya ditunjukkan agar dapat melakukan pengukuran sikap, pendapat, beserta sudut pandang seseorang mengenai sebuah peristiwa sosial. Terdapat beberapa variabel yang nantinya dilakukan pengukuran melalui skala likert yaitu berupa Reputasi Toko, lalu WOM, Kualitas Pelayanan, beserta Niat Membeli Kembali. Dalam melakukan pengukuran skala likert nantinya diukur persetujuan melalui nilai 1-5. Penjabaran perihal pembagian nilai beserta kategori nantinya ditampilkan dalam Tabel yang berupa :

Tabel 3. 1

Skor Penilaian Berlandaskan Pada Skala Likert

Penjabaran	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2019) pada Ainia (2023)

3.7 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Dalam pemakaian pengujian validitas bertujuan agar dapat menjalankan pengukuran yang sah maupun valid tidaknya sebuah kuesioner. Kuesioner dianggap valid yaitu bila pertanyaan dalam kuesioner sanggup untuk menjabarkan sesuatu yang nantinya dilakukan pengukuran atas kuosionernya. Pengujian validitas dalam jalannya penelitian ini memakai teknik berupa Korelasi Pearson

lewat meninjau nilai signifikansi dimana ditemui dalam tabel, jika suatu nilai signifikansi menampilkan sejumlah angka yang tidak mencapai ($<$) 0,05 itu berarti item pernyataannya bisa disebut valid, namun bila nilai signifikansi telah melewati ($>$) 0,05 itu berarti item pernyataannya disebut tidak termasuk valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Penggunaan dengan pengujian reliabilitas bertujuan agar dapat menjalankan pengukuran suatu kuesioner yang merupakan indikator atas variabel. Reliabilitas menampilkan terhadap satu pengertian jika suatu instrumen cukup bisa dipercayai dalam menjadi penghimpun data sebab instrumennya sudah baik yang akhirnya menciptakan hasil konsisten walaupun pengujiannya berulang. Hasil uji reliabilitas dengan bantuan SPSS akan menghasilkan *Cronbach Alpha*. Suatu instrument dapat dikatakan *reliabel* (andal) bila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70 (Imam Ghozali, 2016 dalam Rifki, 2021).

3.8 Teknik Analisis

3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Diberikan pemaparan atas Sugiyono (2019) dalam Ainia (2023) bahwasannya analisis masukan kajian regresi linier dengan tipe berganda dipakai agar dapat melakukan penilaian sebesar apakah dampak yang dimiliki variabel bebas ataupun dikenal independen. Pemakaian teknik ini bertujuan melakukan pengukuran pada jumlah variabel bebas yang melebihi satu kepada yang terikatnya. Kajian regresi linier dengan tipe berganda dalam jalannya penelitian ini mempunyai suatu tujuan yaitu agar bisa mengetahui pengaruh yang dimiliki Reputasi Toko, WOM, beserta

Mutu Pelayanan kepada Variabel Niat Membeli Ulang. Terdapat persamaan regresi yang dipakai pada jalannya penelitian ini yakni berupa:

$$“Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e”$$

Penjabaran:

Y = Niat Membeli kembali

α = Konstanta

X1 = Reputasi Toko

X2 = *Word Of Mouth* (WOM)

X3 = Kualitas Pelayanan

β_1 = Koefisien regresi variabel Reputasi

β_2 = Koefisien regresi variabel WOM

β_3 = Koefisien regresi variabel Mutu Pelayanan

e = Standard Error

3.8.2 Uji Hipotesis

3.8.2.1 Uji t

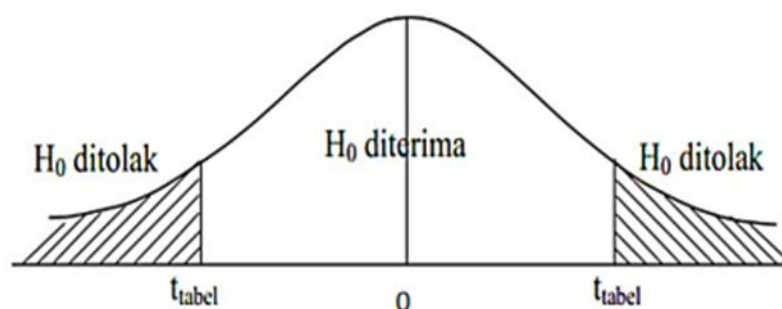
Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018 dalam Ainia, 2023). Pengujian menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan kriteria sebagai berikut:

a. Jika nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

b. Jika nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *independen* terhadap variabel *dependen*

Gambar 3. 1

Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Secara Parsial (Uji t)



Sumber : Sari (2018)

3.8.2.2 Uji koefisien determinasi (R^2)

Terdapat tujuan dalam penggunaan kajian koefisien determinasi yang dilambangkan lewat R^2 yaitu agar bisa melakukan pengukuran sejauh manakah tipe bisa memaparkan jenis dari variabel dependennya. Nilai yang dimiliki koefisien determinasi yaitu diantara 0 beserta 1, dengan nilai yang kian rendah menampilkan kapabilitas variabel terikat dimana dipakai dalam memaparkan variabel terikatnya begitu terbatas. Untuk yang sebaliknya, kian mendekatnya ke satu menampilkan bahwasannya variabel independen menyerahkan nyaris seluruh informasi yang diperlukan dalam melakukan prediksi variabel terikatnya.