

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini akan mengarahkan penelitian pada suatu tujuan tertentu. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang sistematis, terstruktur, tersusun mantap dari awal hingga akhir sehingga riset ini memiliki kecenderungan untuk menggunakan teknik analisis angka-angka secara statistik dan statistika.

Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiono (2015:11) adalah metode penelitian yang dilandasi oleh filsafat positifisme, dan dipergunakan untuk meneliti pada populasi maupun sampel tertentu, teknik pengambilan sampel yang digunakan pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data mempunyai sifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Data kuantitatif penelitian ini berupa kuesioner ke konsumen Teh Pucuk Harum di desa kebonagung kecamatan sukodono kecamatan lumajang yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner. Perumusan desain penelitian yaitu suatu pertimbangan supaya tujuan dari melaksanakan penelitian ini bisa tercapai dengan baik dan lancar. Tahap pertama membuat rancangan penelitian dengan mengidentifikasi jenis variabel yang digunakan.

Variabel independen adalah X1 Kualitas Produk, X2 Citra Merek, X3 Kepuasan Konsumen. Untuk variabel dependen adalah (Y) Minat Beli Ulang. Dan kemudian dianalisis oleh pengaruh dari variabel independen terhadap variabel

dependen. Penelitian ini dirancang untuk mengetahui hubungan yang mempengaruhi antar dua variabel atau lebih sehingga pada penelitian ini digunakan desain penelitian hubungan (*asosiatif*) dan berdasarkan sifat hubungannya menggunakan hubungan sebab akibat (*kausal*).

3.2. Objek Penelitian

Objek Penelitian pada penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek dan kepuasan konsumen merek Teh Pucuk Harum. Lokasi pada penelitian ini adalah di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono.

Menurut Husein Umar (2013:18) yang dimaksud objek penelitian adalah Objek penelitian yang menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian.

Jadi objek penelitian merupakan sebuah atribut sifat atau nilai objek yang memiliki ruang lingkup. Dalam hal ini, objek penelitannya yaitu konsumen yang melakukan keputusan minat beli ulang dengan menggunakan variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen sebagai faktor pengukurannya.

3.3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan data primer. Menurut Husein Umar (2013:42) Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) pengertian data primer adalah data yang

dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak dan lain-lain”.

Dapat disimpulkan data primer merupakan sumber data yang secara langsung memberikan data dari sumber pertama kepada peneliti yang biasanya melalui wawancara atau kuesioner.

b. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber dari mana data tersebut dapat diperoleh, memiliki informasi kejelasan tentang mengambil data dan bagaimana data tersebut dapat diolah. Pengertian sumber data menurut Suharsimi Arikunto (2013:172) Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.

Sumber data penelitian adalah faktor penting dalam menentukan metode pengumpulan data, dan sumber data dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas kuesioner yang dilakukan pada sampel penelitian.

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017:80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang terdapat kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai populasi yaitu konsumen yang melakukan pembelian Teh Pucuk Harum. Dari data yang didapatkan, jumlah warga di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang yaitu

berjumlah 3199 orang. Peneliti mengambil sampel warga pada RW 03 yang berusia diantara 15 sampai 30 tahun yaitu berjumlah 157 warga. Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah 157. Dari 157 orang tersebut dengan kriteria yang sudah ditentukan dapat memberikan jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini, karena mereka penikmat minuman Teh Pucuk Harum. Sehingga mereka memiliki motif atau harapan atas pemenuhan kebutuhan mereka dan kepuasan yang diperoleh setelah mengonsumsi minuman Teh Pucuk Harum tersebut.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi memiliki jumlah yang sangat besar, maka peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016 : 81). Sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian. Apabila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Misalnya disebabkan karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Unit sampel dalam penelitian ini merupakan konsumen yang melakukan pembelian ulang Teh Pucuk Harum.

Ukuran sampel diartikan sebagai keseluruhan sampel yang telah dipilih, dimana keberadaannya merupakan representasi dari populasi yang telah ditentukan. Secara umum, semakin besar sampel maka semakin besar sumber

daya yang digunakan untuk mengumpulkan data, namun berbagai faktor harus dipertimbangkan dalam menentukan jumlah sampel yang tepat.

Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis *multivariate* yang merupakan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, dengan ini ukuran sampel yang diambil minimal = 10×4 variabel = 40 sampel. Apabila semakin besar ukuran sampel maka hasil penelitian akan semakin mendekati seperti kenyataan, oleh karena itu maka jumlah sampel ditingkatkan menjadi 15 responden untuk setiap variabelnya. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 15×4 variabel = 60 sampel.

c. Teknik Sampling

Dalam menentukan sampel yang akan digunakan pada penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan secara skematis. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *Purposive Sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *Purposive Sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Maka untuk menentukan ukuran sampel peneliti harus mencari jumlah populasi yang banyak, agar mempermudah mencari data guna untuk menganalisis hasil data.

Ukuran Sampel

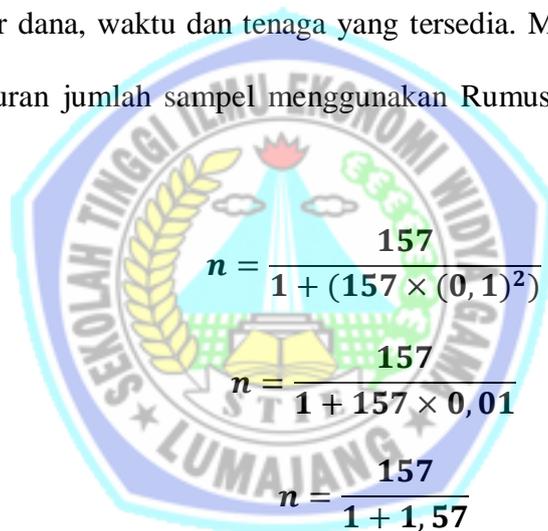
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Populasi yang diketahui jumlahnya cukup besar, maka peneliti akan menggunakan tingkat kesalahan yaitu 10%. Hal ini dilakukan karena keterbatasan dari segi sumber dana, waktu dan tenaga yang tersedia. Maka perhitungan dalam menentukan ukuran jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin adalah sebagai berikut :



$$n = \frac{157}{1 + (157 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{157}{1 + 157 \times 0,01}$$

$$n = \frac{157}{1 + 1,57}$$

$$n = \frac{157}{2,57} = 61,0894942 \text{ dibulatkan menjadi } 60$$

Jadi ukuran jumlah sampel yang diambil oleh peneliti sejumlah 60 responden

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017 : 60).

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab terpengaruhnya variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang terjadi sebab perusahaannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2015). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), dan Kepuasan Konsumen (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli Ulang (Y).

1. Definisi Konseptual Variabel

a. Kualitas produk (X1)

Kualitas produk yang baik akan memberikan pengaruh konsumen untuk menyukai produk yang ditawarkan dengan mutu terbaik, kinerja terbaik dan sifat terbaik. Menurut Kotler (2012:49), Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2012:158) menyatakan bahwa Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Citra merek (X2)

Citra merek merupakan kumpulan kesan yang ada di benak konsumen mengenai suatu merek yang dirangkai dari ingatan-ingatan konsumen terhadap merek tersebut. Menurut Tjiptono (2015:49) Citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek (*Brand Image*) adalah pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen, seperti yang dicerminkan di asosiasi atau di ingatan konsumen.

c. Kepuasan konsumen (X3)

Kepuasan konsumen merupakan sikap, penilaian dan respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah proses pembelian dengan memilih merek produk yang sesuai dengan yang di harapkan. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:43) kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

d. Minat beli ulang (Y)

Keputusan pembelian ulang adalah sebuah keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli sebuah produk dengan mempertimbangkan berbagai alasan terlebih dahulu. Menurut Ali Hasan (2018:131) bahwa minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat

kepuasan yang tinggi dari konsumen. Minat beli ulang merupakan kemungkinan konsumen memiliki keinginan untuk melakukan pembelian kembali atas produk atau jasa yang telah dikonsumsi berdasarkan pengalaman dimasa lalu, minat beli yang tinggi didukung oleh kepuasan konsumen yang tinggi dimasa lalu.

2. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Definisi operasional adalah spesifikasi dari variabel-variabel penelitian yang secara nyata berhubungan dengan realitas yang akan diukur dengan adanya definisi operasional, kita dapat memberikan sebuah arti pada sebuah konsep dengan memberikan penjelasan aktivitas apa saja yang akan diperlukan untuk melakukan pengukuran.

a. Kualitas Produk (X1)

Menurut Garvin yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012 : 121) kualitas produk memiliki indikator-indikator yaitu sebagai berikut :

1. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specification*) Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar karakteristik operasional.
2. Ketahanan (*Durability*) Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
3. Keandalan (*Reliability*) Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
4. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.

Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersiapkan kualitasnya dari aspek harga, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.

Berdasarkan dari indikator variabel kualitas produk di atas, maka dapat di susun kuesioner sebagai berikut:

1. Teh Pucuk Harum Rasanya sesuai dengan cita rasa masyarakat umum.
2. Desain kemasan teh pucuk harum menarik.
3. Teh pucuk harum terbuat dari bahan-bahan alami.
4. Teh pucuk harum cocok di konsumsi dengan berbagai jenis makanan.
5. Teh Pucuk Harum tahan lama dan hygenies.

b. Citra Merek (X2)

Citra merek adalah serangkaian deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.

Indikator-indikator Citra Merek :

- a. *Quality* : Elemen nyata yang dapat mengubah pikiran konsumen dalam menciptakan image untuk menerima merek.
- b. *Awareness* : Kesadaran konsumen untuk mengenali dan mengingat sebuah merek. Misalnya dalam bentuk nama, logo, dan slogan tertentu yang digunakan para pelaku pasar.
- c. Kepribadian, merupakan kepribadian dari merek itu sendiri.
- d. Citra Diri, yaitu bagaimana pelanggan melihat dirinya sendiri dalam hubungannya dengan merek.

Berdasarkan dari indikator variabel citra merek di atas, maka dapat di susun kuesioner sebagai berikut:

1. Merek Teh Pucuk Harum Sudah Terkenal.
2. Harga Teh Pucuk Harum lebih ekonomis di banding yang lain.
3. Merek teh pucuk harum mudah di ingat.
4. Cocok dikonsumsi dalam berbagai kegiatan.
5. Ukuran Kemasan Teh Pucuk Harum praktis.

c. Kepuasan konsumen (X3)

Indikator Kepuasan konsumen menurut (Tumpal,2012:3):

- a. Kesesuaian harapan dengan apa yang dijanjikan
- b. Produk yang ditawarkan mudah dimanfaatkan
- c. Komitmen menggunakan
- d. Kesiediaan untuk merekomendasikan

Berdasarkan dari indikator variabel kepuasan konsumen di atas, maka dapat di susun kuesioner sebagai berikut:

1. Saya membeli pruduk teh pucuk harum karena adanya kebutuhan.
2. Saya memutuskan untuk membeli produk teh pucuk harum setelah membandingkannya dengan teh dalam kemasan lainnya.
3. Saya yakin dengan keputusan saya membeli teh pucuk harum karena kealamianya.

d. Minat beli ulang (Y)

Indikator minat beli ulang menurut Ferdinand (2014 : 8) sebagai berikut:

1. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk..
2. Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Berdasarkan dari indikator variabel minat beli ulang di atas, maka dapat di susun kuesioner sebagai berikut:

1. Teh pucuk harum sudah sangat melekat di hati konsumen.
2. Adanya kepuasan yang diterima konsumen terhadap Teh Pucuk Harum.
3. Semakin tinggi pengalaman pelanggan semakin tinggi minat beli ulang konsumen terhadap teh pucuk harum.
4. Adanya kecenderungan untuk merekomendasikan Teh Pucuk Harum kepada orang lain.

3.6. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk memperoleh data dalam melakukan suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2013:146) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam

maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik skala Likert. Penggunaan skala Likert menurut Sugiyono (2013:132) adalah “skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Menurut Sugiyono (2013:132) mengemukakan bahwa “macam-macam skala pengukuran dapat berupa: skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio, dari skala pengukuran itu akan diperoleh data nominal, ordinal, interval, dan rasio”.

Berikut ini merupakan instrumen penelitian yang disajikan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1. Variabel, Indikator dan Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen penelitian	Skala	Sumber
1	Kualitas Produk (X1)	1. Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Spesification). 2. Ketahanan (Durability). 3. Keandalan (Realibility). 4. Serviceability, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.	1. Teh Pucuk Harum sesuai cita rasa masyarakat umum. 2. Desain kemasan teh pucuk harum menarik. 3. Teh pucuk harum terbuat dari bahan-bahan alami. 4. Teh pucuk harum cocok di konsumsi dengan berbagai jenis makanan. 5. Teh Pucuk Harum tahan lama dan hygenies.	Ordinal	Fandy Tjiptono (2012 : 121)
2	Citra Merek	1. <i>Quality</i> : Elemen nyata yang dapat	1. Merek Pucuk Teh Harum	Odinal	Setiawan dkk (2015)

(X2)	<p>mengubah pikiran konsumen dalam menciptakan image untuk menerima merek.</p> <p>2. <i>Awareness</i> : Kesadaran konsumen untuk mengenali dan mengingat sebuah merek.</p> <p>3. Kepribadian, merupakan kepribadian dari merek itu sendiri.</p> <p>4. Citra Diri, yaitu bagaimana pelanggan melihat dirinya sendiri dalam hubungannya dengan merek.</p>	<p>Sudah Terkenal.</p> <p>2. Harga Teh Pucuk Harum lebih ekonomis di banding yang lain.</p> <p>3. Merek teh pucuk harum mudah di ingat.</p> <p>4. Cocok dikonsumsi dalam berbagai kegiatan.</p> <p>5. Ukuran Kemasan Teh Pucuk Harum praktis.</p>		
3	<p>Kepuasan Konsumen (X3)</p> <p>a. Kesesuaian harapan dengan apa yang dijanjikan</p> <p>b. Produk yang ditawarkan mudah dimanfaatkan</p> <p>c. Komitmen menggunakan</p> <p>d. Kesiediaan untuk merekomendasikan</p>	<p>1. Saya membeli produk teh pucuk harum karena adanya kebutuhan.</p> <p>2. Saya memutuskan untuk membeli produk teh pucuk harum setelah membandingkannya dengan teh dalam kemasan lainnya.</p> <p>3. Saya yakin dengan keputusan saya membeli teh pucuk harum karena kealamianya</p>	Ordinal	Tjiptono (2014 : 101)
4	<p>Minat Beli Ulang (Y)</p> <p>1. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.</p> <p>2. Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.</p> <p>3. Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.</p> <p>4. Minat eksploratif menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari</p>	<p>1. Teh pucuk harum sudah sangat melekat di hati konsumen.</p> <p>2. Adanya kepuasan yang diterima konsumen terhadap Teh Pucuk Harum.</p> <p>3. Semakin tinggi pengalaman pelanggan semakin tinggi minat beli ulang konsumen terhadap teh pucuk harum.</p> <p>4. Adanya kecenderungan untuk merekomendasikan Teh Pucuk Harum</p>	Ordinal	Ferdinand (2014 : 8)

informasi mendukung positif dari produk tersebut.	untuk sifat-sifat	kepada orang lain.
---	----------------------	--------------------

3.7. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuesioner. Menurut sugiyono (2013: 199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam hal ini responden hanya menjawab dengan cara memberi tanda tertentu pada alternatif jawaban yang disediakan. Bagian pertama kuesioner, responden mengisi identitas diri yang terdiri dari nama, usia, dan jenis kelamin.

Selanjutnya responden menjawab pertanyaan, jika berdasarkan jawabannya dari pertanyaan pendahuluan memenuhi kriteria sebagai sampel maka responden dapat melanjutkan mengisi pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Pernyataan menyangkut variabel pengaruh Kualitas produk, citra merek, kepuasan konsumen dan minat beli ulang terhadap Teh Pucuk Harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* Sugiyono (2018:137), adalah sebagai berikut :

- | | |
|---|---|
| 1. Sangat setuju atau selalu atau sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju atau sering atau positif diberi skor | 4 |
| 3. Ragu-ragu atau kadang-kadang atau netral diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju atau hampir tidak pernah atau negatif diberi skor | 2 |

5. Sangat tidak setuju atau tidak pernah diberi skor

1

b. Observasi

Observasi merupakan suatu bentuk proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari macam-macam proses biologis dan psikologis. Yang terpenting dalam sebuah observasi adalah proses-proses pengamatan dan pengingatan.

Menurut Widoyoko (2014:46) observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Menurut Sugiyono (2014:145) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis.

3.8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara yang digunakan dalam perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Menurut Sugiono (2015:331) dalam penelitian kuantitatif, teknik analisa data yang digunakan sudah jelas, dengan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah maupun menguji hipotesis yang dirumuskan dalam proposal.

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh terhadap kuesioner, maka perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas. Kemudian akan dilakukan analisis dan uji pengaruh dengan menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbatas dari multikolinieritas (*multicolonearity*), heterokedastisitas (*heterokedasticity*) dan koefisien determinasi (R^2).

Adapun metode analisis data yaitu sebagai berikut:

3.8.1. Statistik Deskriptif dan Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali (2011:19), statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi). Analisis ini merupakan teknik diskriptif yang memberikan informasi tentang data yang dimiliki dan tidak bermaksud menguji hipotesis.

3.8.2. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan- 69 antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2016 : 179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012 : 177). Uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian

digunakan metode split half item tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok item ganjil dan kelompok item genap. Kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total. Apabila korelasi 0,06 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,06 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

3.8.3. Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan jika variabel bebas lebih dari dua variabel, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah data dari variabel-variabel yang akan dilakukan analisa dalam penelitian memenuhi uji asumsi klasik atau tidak karena penelitian yang bagus (model penelitian dengan menggunakan regresi linier) itu jika data dalam penelitiannya memenuhi asumsi klasik. Ada beberapa uji asumsi klasik yang biasanya dilakukan yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi (Trianto, 2015;87).

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Pada dasarnya uji normalitas membandingkan antara data yang kita miliki dengan berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita.

Metode grafik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat *normal probability plot*. *Normal probability plot* adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2011). Dasar pengambilan

keputusan menggunakan metode grafik, yaitu dengan cara melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal $P - P$ *Plot of regression standardized residual*. Sebagai bentuk dasar pengambilan keputusan, apabila titik-titik penyebaran sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal.

3.8.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi atau tidak. Menurut Umar (2011:177) uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dari analisis regresi. Model regresi yang baik jika hasil perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan bila menghasilkan nilai $VIF > 10$ berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius dalam model regresi (Lupiyoadi dan Bramulya, 2015:142).

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji model regresi apakah terjadi perbedaan variasi dari residual dari suatu pengamatan dengan yang lain. Apabila berbeda disebut heteroskedastisitas dan apabila sama disebut homoskedastisitas. Model regresi yang digunakan yaitu Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pendeteksiannya dilakukan dengan melihat Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Deteksi heterokedastisitas bisa dilihat dari terdapat atau tidak pola tertentu dalam grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yang mana sumbu Y yaitu Y yang sudah diprediksi, dan sumbu X yaitu residual (Y prediksi - Y sebenarnya) yang sudah di-*studentized*. Jika terdapat pola tertentu, yaitu titik memiliki teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), Sehingga dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas. Jika pola dari titik tidak teratur, atau titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, Ghozali (2006).

3.8.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis data pada penelitian ini digunakan pendekatan regresi linear berganda. Menurut Sofyan Siregar (2013:301) regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang berfungsi dalam memprediksi permintaan di masa depan dari data dimasa lalu serta untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan.

Untuk pengolahan datanya dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 16.0. Menurut Amirullah (2013:150) persamaan regresi linier berganda secara umum dapat ditulis sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel dependen

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel independen

- X1 = Variabel independen 1
 X2 = Variabel independen 2
 X3 = Variabel Independen 3
 e = Eror

Model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

- Y = Minat Beli Ulang
 α = Konstanta
 e = *Error term*
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi dari tiap-tiap variabel independen
 X1 = Kualitas Produk (variabel Independen)
 X2 = Citra Merek (variabel Independen)
 X3 = Kepuasan Konsumen (variabel Independen)

3.8.3.5 Uji Statistik T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun prosedur pengujian adalah setelah melakukan perhitungan t hitung dan kemudian membandingkan t hitung dengan t tabel.

Menurut Sunyoto (2014:118) langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Hipotesis Pertama

H_0 = Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang Teh pucuk harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

H_a = Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang Teh pucuk harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

2) Hipotesis Kedua

H_0 = Citra Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang Teh pucuk harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

H_a = Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang Teh pucuk harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

3) Hipotesis Ketiga

H_0 = Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang Teh pucuk harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

H_a = Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang Teh pucuk harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

- 4) Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan α sebesar 5%. Bila nilai signifikan <0.05 , maka H_a diterima, artinya variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Akan tetapi jika nilai signifikan >0.05 , maka H_a ditolak, artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 5) Kriteria Pengujian
- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima.
 - Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak
- 6) Menentukan t tabel
- Nilai t tabel bisa dihitung dengan rumus $= N - k$ sedangkan t hitung melalui nilai statistik dengan formula:
- $$t \text{ hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$
- 7) Membuat kesimpulan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

3.8.3.6 Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali, 2018:98 Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat.

Langkah-langkah dalam menentukan uji F yaitu :

1) Hipotesis Keempat

H4 = Kualitas produk, citra merek, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli ulang Teh pucuk harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

Nilai F didapat dengan cara menghitung DF, yaitu:

$$DF = n - k - 1$$

Keterangan:

Df = *Degree of freedom*

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel

Adapun kriteria pengujiaanya adalah sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.8.3.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti menjelaskan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang dapat mendekati satu berarti variabel-variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam hal memprediksi variasi variabel dependen.

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempatnya relatif rendah dikarenakan adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data yang runtut waktu biasanya memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi. Kelemahan dasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah pada jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam setiap model. Menurut Ghozali (2011) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti mengalami peningkatan tidak peduli apakah variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi nama model regresi yang terbaik menurut Kuncoro (2013:245).

Koefisien determinasi R^2 dalam penelitian ini akan digunakan dalam mencari berapa besarnya sumbangan variabel independen kualitas produk, citra merek dan kepuasan konsumen terhadap variasi naik turunnya variabel dependen minat beli ulang produk Teh Pucuk Harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.