

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penilaian kuantitatif, yakni melihat variabel pada penelitian yang berhubungan satu sama lain. Pendekatan penelitian kuantitatif Penelitian ini memakai pendekatan deduktif bertujuan untuk melakukan pengujian hipotesis yang sudah dirumuskan. Metode kuantitatif diterapkan dengan cara mengukur variabel menggunakan data numerik dan menganalisisnya melalui teknik statistik (Paramita *et al.*, 2021)

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian memiliki 2 variabel yakni variabel dependen atau variabel yang bergantung kepada variabel yang lain, dan variabel independen variabel yang tidak bergantung terhadap variabel yang lain. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh dari variabel independen yaitu keragaman produk (X1), lokasi (X2), kualitas pelayanan (X3) mempengaruhi pelanggan terhadap variabel dependen yaitu minat beli ulang (Y). Penelitian ini dilakukan pada 4 toko *Frozen food* di Lumajang yaitu Wijaya Pangan, Denataa *Frozen food*, Dzafia *Frozen food*, RZ *Frozen food* dengan meneliti para konsumen membeli produk *Frozen food* pada toko tersebut.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data Menurut Paramita *et al* (2021:10) menjelaskan data primer merupakan data yang dikumpulkan melalui survei lapangan dari berbagai metode

pengumpulan data langsung. Sementara itu data sekunder yaitu data pengumpulan dilakukan oleh lembaga pengumpulan data dan disebarkan secara umum. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya dalam kuesioner yang diisi oleh responden, yakni konsumen dari empat toko *frozen food* di Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Menurut Paramita & Rizal (2018:72) data internal adalah data yang diperoleh dalam organisasi, sementara itu data eksternal yaitu data yang diperoleh dari luar organisasi. Penelitian ini, menggunakan data internal dan eksternal. Data internal dalam penelitian ini adalah gambaran umum profil dari empat toko *Frozen food* di Lumajang. Data eksternalnya ialah data yang diperoleh dari kuesiner yang sebarakan kepada konsumen empat toko *Frozen food* di Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Paramita *et al* (2021:59) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan unsur bisa berupa kejadian, objek, atau individu yang menarik perhatian peneliti dan maka dari itu dianggap menjadi keseluruhan elemen yang diamati dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2013:80) menyatakan bahwa populasi ialah generalisasi kawasan yang mencakup objek atau subjek yang ditetapkan peneliti dan memiliki karkteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari empat toko *Frozen food* di Lumajang periode Mei – Juni karena kegiatan pengumpulan data, dan penyebaran kuesioner penelitian dilakukan pada periode tersebut.

3.4.2. Sampel

Menurut Paramita *et al* (2021:60) mendefinisikan sampel ialah perwakilan populasi yang dipilih untuk menjadi objek penelitian. Pengambilan sampel dilakukan karena dalam praktiknya, tidak selalu memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi. Maka dibutuhkan sampel yang dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan.

3.4.3. Teknik Sampling

Menurut Sahir (2021:34) teknik sampling ada dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* metode *Insidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara tidak sengaja, yakni kebetulan bertemu dengan siapa pun yang sudah berbelanja di toko *frozen food* di Lumajang dan membeli produk *frozen food* dapat dipakai sebagai sampel. Dan kriteria pemilihan sampel studi ini adalah yang memiliki pengalaman pembelian pada toko *frozen food* di Lumajang. Karenanya, sampel yang diambil peneliti dari hasil populasi secara keseluruhan mewakili.

Metode yang dirumuskan oleh Roscoe digunakan untuk mengatur ukuran sampel penelitian yang dijelaskan oleh Sugiyono (2020:162) dalam melakukan penelitian sebagai berikut :

- 1) Ukuran sampel diambil dalam penelitian diantara 30 sampai 500.
- 2) Jika sampel terbagi – bagi dalam kategori, maka minimal sampel yang harus diambil adalah 30.
- 3) Jika menggunakan metode multivariate (seperti regresi berganda) setidaknya minimal jumlah sampel harus 5 kali atau 10 kali variabel.

4) Jika penelitian berupa eksperimen maka jumlah sampel diantara 10 -20 sampel.

Dari penjelasan dari para ahli tersebut, ukuran sampel pada penelitian ini yaitu didapatkan dari jumlah variabel dalam penelitian adalah tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Pada penelitian ini menggunakan metode multivariate yang jumlah sampel harus 5 atau 10 kali variabel. Dalam penelitian ini menggunakan 80 orang responden sebagai sampel penelitian pada toko *Frozen food* di Lumajang yang di peroleh dari $20 \times 4 = 80$. Sampel 20 yang bertujuan untuk dapat menghasilkan informasi yang valid dan agar hasil angket atau kuesioner dapat lebih baik. Dengan memperoleh data yang lebih banyak, dapat menutupi kemungkinan adanya data yang tidak relevan.

3.5 Variabel Penelitian Definisi Konseptual, Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:38) variabel penelitian yaitu segala hal yang menjadi fokus untuk dikaji untuk memperoleh data atau informasi, yang selanjutnya kemudian dan disimpulkan. Variabel yang gunakan pada penelitian ini yakni :

a. Variabel Independen

Menurut Paramita *et al* (2021:37) variabel independen merupakan variabel yang berpengaruh secara positif maupun negatif terhadap variabel dependen. Variabel ini berfungsi untuk menjelaskan permasalahan dalam penelitian yang hendak dipecahkan, dan sering disebut juga sebagai variabel bebas, eksogen, atau prediktor. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu : keragaman produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan.

b. Variabel Dependen

Paramita *et al* (2021:37) menjelaskan variabel dependen adalah variabel yang utama dalam sebuah penelitian yaitu variabel utama yang menjadi objek pengamatan dalam sebuah penelitian, istilah lain variabel dependen yakni variabel terikat, endogen, atau konsekuen. Yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat beli ulang.

3.5.2 Definisi Konseptual

Menurut Pasaribu *et al* (2022:69) menjelaskan bahwa definisi konseptual merupakan aspek penelitian yang menggambarkan secara umum variabel dalam penelitian.

a. Keragaman Produk

Menurut Indrasari (2019:29) menjelaskan keragaman produk adalah sekumpulan dari beberapa produk dan barang yang ditawarkan penjual kepada pembeli. Menurut Yanti & Ferayani (2023) menyatakan bahwa keragaman produk merupakan faktor terpenting dalam hal kedalaman, keluasan, dan karakteristik barang yang disediakan, serta aksesibilitas barang- barang yang ada ditoko. Berdasarkan penjabaran para ahli dapat disimpulkan bahwa berbagai macam produk dan barang yang dijual oleh penjual dan dapat memenuhi kebutuhan seseorang disebut dengan keragaman produk.

b. Lokasi

Menurut Jamlean *et al* (2022) menyatakan bahwa lokasi adalah salah satu faktor seseorang melakukan pembelian, dan lokasi disebut dengan tempat distribusi sebuah usaha karena lokasi berinteraksi dengan konsumen. Menurut Tjiptono

(2013) menjelaskan bahwa lokasi yakni serangkaian dari kegiatan pemasaran yang memiliki tujuan mempermudah distribusi produk mulai produsen sampai ke konsumen. Berdasarkan penjabaran para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa salah satu faktor penting yang menjadi titik interaksi langsung antara perusahaan dan konsumen disebut dengan lokasi.

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Musarofah (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya perusahaan untuk agar meningkatkan kualitas proses, produk, dan layanan yang diperoleh. Pendapat lain Alfaini *et al* (2023) dalam sebuah perusahaan supaya mampu bertahan yaitu melalui kualitas pelayanan yang harus dilakukan dengan maksimal. Berdasarkan penjabaran tersebut dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah usaha berkelanjutan dari sebuah usaha dalam menyesuaikan harapan pelanggan.

d. Minat Beli Ulang

Menurut Musarofah (2020) minat beli ulang yaitu niat individu melaksanakan pembelian ulang yang didasari oleh pengalaman sebelumnya. Menurut Priansa (2017:169) minat beli ulang muncul sebagai tanggapan terhadap keinginan pembeli untuk melakukan pembelian ulang. Berdasarkan penjabaran dari para ahli tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa minat beli ulang muncul karena pengalaman masa pembelian di masa lalu. Pengalaman yang memuaskan dapat memunculkan rasa niat untuk membeli ulang di tempat yang sama dimasa mendatang.

3.5.3 Definisi Operasional

Menurut Pasaribu *et al* (2022:68) definisi operasional merupakan bagian dari penelitian yang menyajikan informasi mengenai cara mengukur suatu variabel. Definisi operasional penting dalam penelitian guna menentukan instrumen alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian.

a. Keragaman Produk

Indikator keragaman produk yang dinyatakan oleh Benson (2007) yaitu berikut ini:

- 1) Variasi merek produk
- 2) Variasi kelengkapan produk
- 3) Variasi ukuran produk
- 4) Variasi kualitas produk

Berdasarkan indikator mengenai keragaman produk, maka pernyataan kuesioner yang sesuai dengan skala pengukurannya, yaitu :

- 1) Toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* menyediakan berbagai macam merek produk yang sudah terkenal di kalangan masyarakat.
- 2) Toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* memiliki kelengkapan produk sesuai dengan kebutuhan Masyarakat.
- 3) Pada toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* tersedia berbagai ukuran produk *Frozen food* sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

- 4) Toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* menyediakan berbagai pilihan produk *Frozen food* yang berkualitas.

b. Lokasi

Terdapat beberapa indikator lokasi menurut Mischitelli (2014) yaitu sebagai berikut :

- 1) Tempat, mengacu pada letak atau posisi usaha. Lokasi yang strategis umumnya berada di pusat keramaian atau di wilayah dengan kepadatan penduduk yang tinggi, sehingga memudahkan akses konsumen.
- 2) Area Parkir, lokasi yang baik sebaiknya menyediakan lahan parkir yang memadai, baik milik sendiri maupun menggunakan fasilitas parkir umum. Area parkir harus nyaman, aman, dan dapat menampung kendaraan roda dua maupun roda empat.
- 3) Aksesibilitas, lokasi usaha sebaiknya berada di jalur yang mudah dijangkau, baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum, sehingga memudahkan konsumen dalam mencapai tempat usaha.
- 4) Visibilitas, bangunan atau lokasi usaha sebaiknya mudah terlihat oleh masyarakat umum. Visibilitas yang baik meningkatkan peluang konsumen untuk mengenali dan mengunjungi tempat usaha.
- 5) Infrastruktur, menggambarkan dukungan lingkungan sekitar terhadap operasional usaha, seperti kedekatan dengan fasilitas umum (misalnya, terminal, halte, atau stasiun) maupun akses terhadap jaringan transportasi yang memadai.

Didasarkan dari indikator mengenai lokasi, maka pernyataan kuesioner yaitu :

- 1) Lokasi toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* berada di area strategis yang dekat dengan pusat keramaian atau pemukiman padat penduduk.
- 2) Area parkir di Toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* aman, nyaman, dan cukup untuk kendaraan roda dua dan roda empat.

- 3) Lokasi Toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* dapat dijangkau dengan mudah oleh kendaraan pribadi maupun transportasi umum.
- 4) Bangunan dari Toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* mudah di lihat untuk dikunjungi oleh masyarakat.
- 5) Toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* berlokasi strategis di dekat jalan raya sehingga sangat mudah diakses oleh masyarakat yang ingin berbelanja kebutuhan makanan praktis sehari-hari.

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithhaml & Berry (1996) kualitas pelayanan dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut :

- 1) Bukti Langsung (Tangibles), mencakup penampilan fisik sarana dan prasarana, seperti peralatan, fasilitas, kebersihan lingkungan, serta kelengkapan sarana komunikasi yang digunakan oleh staf.
- 2) Keandalan (Reliability), merujuk pada kemampuan suatu layanan untuk secara konsisten memenuhi janji kepada pelanggan dengan akurasi dan kepuasan dan tepat waktu.
- 3) Daya Tanggap (Responsiveness), menggambarkan kesigapan dan kesiapan staf saat memberi bantuan dan memberikan pelayanan secara cepat, akurat, dan memuaskan.
- 4) Jaminan (Assurance), menggambarkan tingkat staf memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap sopan, dan dapat dipercaya. Selain itu, juga mencerminkan rasa aman dari risiko, bahaya, maupun keraguan selama menerima pelayanan.
- 5) Empati (Empathy), menggambarkan kemampuan staf dalam menjalin Kemampuan berkomunikasi dengan efektif, mengenali keinginan konsumen, serta memberi perhatian secara personal.

Didasarkan indikator tentang kualitas pelayanan, pernyataan kuesionernya, yaitu :

- 1) Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* berpenampilan rapi, bersih, dan profesional dengan seragam atau identitas kerja yang jelas.
- 2) Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* memberikan pelayanan yang konsisten dan dapat diandalkan.
- 3) Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* selalu siap dan sigap dalam memberikan bantuan kepada konsumen.
- 4) Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* memberikan jaminan tentang produk yang dijual.
- 5) Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa *frozen food*, Dzafia *frozen food*, RZ *Frozen food* menunjukkan sikap peduli dan perhatian terhadap konsumen saat berbelanja

d. Minat Beli Ulang

Menurut Ferdinand (2002) minat beli ulang dapat dianalisis dalam beberapa indikator berikut ini:

- 1) Minat Transaksional, yaitu keinginan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sudah dikonsumsi.
- 2) Minat Referensial, yakni kecenderungan seseorang merekomendasikan barang yang dibeli kepada orang lain berdasarkan pengalaman konsumsi pribadi.
- 3) Minat Preferensial, yakni mencerminkan adanya preferensi kuat terhadap suatu produk, preferensi ini akan berubah jika terdapat sesuatu pada barang tersebut.
- 4) Minat Eksploratif, yakni ditunjukkan melalui perilaku seseorang secara aktif mencari informasi tambahan tentang produk yang diminatinya, termasuk informasi yang dapat memperkuat persepsi positif terhadap produk tersebut.

Didasarkan indikator mengenai minat beli ulang, pernyataan kuesioner yaitu :

- 1) Saya berencana untuk melakukan pembelian ulang di toko *Frozen food* Lumajang.

- 2) Saya akan merekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditoko *Frozen food* pilihan saya.
- 3) Saya memilih toko *Frozen food* yang sesuai dengan kebutuhan.
- 4) Saya selalu mencari informasi terlebih dahulu tentang produk di toko *Frozen food* Lumajang sebelum memutuskan untuk membeli.

3.6 Instrumen Penelitian

Sugiyono (2013:102) menjelaskan instrumen penelitian ialah sebuah media yang dipergunakan dalam sebuah penelitian. Peneliti menggunakan instrumen – instrumen ini untuk melakukan pengumpulan data yang diperlukan pada proses penelitian. Dan skala yang dipergunakan yaitu skala ordinal yang dapat digunakan untuk menyatakan peringkat antar tingkatan dengan data yang tidak sama derajatnya (Kuncoro, 2009:146). Dalam penelitian ini penyusunannya dilandasi beberapa indikator variabel, kemudian dalam tabel 3.1 akan dijabarkan instrumen penelitian serta skala pengukurannya :

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Keragaman produk	1. Variasi merk produk	1. Toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia	Skala likert	Benson (2007)
		2. Variasi kelengkapan produk	<i>frozen food</i> , RZ		
		3. Variasi ukuran produk	<i>Frozen food</i> menyediakan berbagai macam merek produk		
		4. Variasi kualitas produk	yang sudah terkenal dikalangan masyarakat.		
			2. Toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia		
			<i>frozen food</i> , RZ		
			<i>Frozen food</i>		

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			memiliki kelengkapan produk sesuai dengan kebutuhan Masyarakat.		
			3. Pada toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia <i>frozen food</i> , RZ <i>Frozen food</i> tersedia berbagai ukuran produk <i>Frozen food</i> sesuai dengan kebutuhan masyarakat.		
			4. Toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia <i>frozen food</i> , RZ <i>Frozen food</i> menyediakan berbagai pilihan produk <i>Frozen food</i> yang berkualitas.		
2.	Lokasi	1. Tempat 2. Area parkir 3. Akses 4. Visibilitas 5. Insfrastruktur	1. Lokasi toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia <i>frozen food</i> , RZ <i>Frozen food</i> berada di area strategis yang dekat dengan pusat keramaian atau pemukiman padat penduduk. 2. Area parkir di Toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia <i>frozen food</i> , RZ <i>Frozen food</i> aman, nyaman, dan cukup untuk kendaraan roda dua dan roda empat.	Skala likert	Mischitelli (2014)

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			<p>3. Lokasi Toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i>, Dzafia <i>frozen food</i>, RZ <i>Frozen food</i> dapat dijangkau dengan mudah oleh kendaraan pribadi maupun transportasi umum.</p> <p>4. Bangunan dari Toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i>, Dzafia <i>frozen food</i>, RZ <i>Frozen food</i> mudah di lihat untuk dikunjungi oleh masyarakat.</p> <p>5. Toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i>, Dzafia <i>frozen food</i>, RZ <i>Frozen food</i> berlokasi strategis di dekat jalan raya sehingga sangat mudah diakses oleh masyarakat yang ingin berbelanja kebutuhan makanan praktis sehari-hari.</p>		
3.	Kualitas pelayanan	<p>1. Bukti Fisik (Tangiabel)</p> <p>2. Keandalan (<i>Reability</i>)</p> <p>3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</p> <p>4. Jaminan (<i>Asurance</i>)</p> <p>5. Empati (<i>Emphaty</i>)</p>	<p>1. Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i>, Dzafia <i>frozen food</i>, RZ <i>Frozen food</i> berpenampilan rapi, bersih, dan profesional dengan seragam atau identitas kerja yang jelas.</p>	Skala likert	Zeithhaml & Berry (1996)

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			2. Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia <i>frozen food</i> , RZ <i>Frozen food</i> memberikan pelayanan yang konsisten dan dapat diandalkan.		
			3. Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia <i>frozen food</i> , RZ <i>Frozen food</i> selalu siap dan sigap dalam memberikan bantuan kepada konsumen.		
			4. Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia <i>frozen food</i> , RZ <i>Frozen food</i> memberikan jaminan tentang produk yang dijual.		
			5. Karyawan toko Wijaya Pangan, Denataa <i>frozen food</i> , Dzafia <i>frozen food</i> , RZ <i>Frozen food</i> menunjukkan sikap peduli dan perhatian terhadap konsumen saat berbelanja.		
4.	Minat beli ulang	1. minat <i>transaksional</i> 2. minat <i>refrensial</i> 3. minat <i>prefensial</i> 4. minat <i>eksploratif</i>	1. Saya berencana untuk melakukan pembelian ulang di toko <i>Frozen food</i> Lumajang. 2. Saya akan merekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditoko <i>Frozen food</i> pilihan saya.	Skala likert	Ferdinand (2002)

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			3. Saya memilih toko <i>Frozen food</i> yang sesuai dengan kebutuhan saya.		
			4. Saya selalu mencari informasi terlebih dahulu tentang produk di toko <i>Frozen food</i> Lumajang sebelum memutuskan untuk membeli.		

Sumber : Peneliti 2025

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:142) kuesioner ialah metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan memberikan pernyataan secara tertulis untuk diisi oleh responden. Teknik ini dianggap efisien dalam memperoleh data. Kuesioner penelitian ini dibagikan kepada konsumen yang sebelumnya telah melakukan pembelian di empat toko *frozen food* di Lumajang, yaitu di toko wijaya pangan, denataa *frozen food*, dzafia *frozen food*, dan RZ *frozen food* secara langsung dan online. Pada penelitian ini menggunakan skala *likert* guna melakukan kajian terhadap kuesionernya.

Menurut Pasaribu *et al.* (2022:80) *skala likert* dimanfaatkan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang terhadap sebuah fenomena sosial. Dengan *skala likert* variabel yang diukur dijelaskan melalui indikator variabel, lalu dijadikan dasar dalam menyusun instrumen pernyataan. Dalam penelitian ini bentuk *skala likert* yang digunakan yaitu :

- 1) Setuju/selalu/sangat/positif memperoleh skor 5

- 2) Setuju/sering/positif memperoleh skor 4
- 3) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral memperoleh skor 3
- 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif memperoleh skor 2
- 5) Sangat setuju/tidak pernah/sangat negatif memperoleh skor 1

Kuesioner *skala likert* yang terdiri dari beberapa pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda dan dichecklist. Melalui kuesioner ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada toko *frozen food* di Lumajang dan memperoleh data yang valid untuk penelitian ini.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sahir (2021:37) analisis data yakni data yang sudah diolah dan mendapatkan hasil agar mudah dipahami. Terdapat dua teknik dalam analisis data kuantitatif yaitu teknik analisis deskriptif dan teknik statistik infrensial. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dengan menjalankan penganalisan melalui sejumlah tahapan diantaranya:

- 1) Mencari informasi tentang variabel penelitian, termasuk variabel bebas dan terikatnya.
- 2) Memberikan responden sebuah kuesioner untuk mengumpulkan data.
- 3) Menghitung dan mengelola data untuk mengetahui faktor yang bisa mempengaruhi minat beli ulang melalui keragaman produk, lokasi, serta kualitas pelayanan.
- 4) Menganalisis data melalui pengujian hipotesis untuk mempermudah interpretasi data.

- 5) Menafsirkan hasil penelitian untuk mengetahui apakah teori yang disarankan didukung atau tidak.
- 6) Membuat kesimpulan penelitian dengan membandingkan temuan dengan hipotesis sebelumnya.

Oleh karena itu, untuk mendukung hasil penelitian serangkaian langkah sistematis dilakukan untuk menganalisis dan menafsirkan data.

3.8.1 Uji instrumen

Pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner wajib dilakukan sebelum pengujian hipotesis. Memiliki tujuan untuk memastikan data responden yang didapatkan melalui kuesioner tersebut akurat dan relevan untuk mendukung pengujian hipotesis pada tahapan selanjutnya.

a. Uji validitas

Menurut Soesana *et al* (2023:72) menjelaskan bahwa uji validitas dalam penelitian didefinisikan sebagai keabsahan dan menjadi acuan dalam menentukan ketepatan variabel penelitian. Sebuah penelitian kuantitatif dapat diakui keabsahannya dengan melewati uji validitas data yang dilakukan terhadap kuesioner untuk mengetahui sebuah kuesioner itu valid atau setidaknya cukup valid. Selanjutnya langkah yang dilakukan yaitu mengkorelasi skor faktor dengan skor total. Faktor yang memiliki korelasi positif dan besarnya 0,3 akan dianggap kuat. Butir – butir dalam instrumen penelitian dinyatakan tidak valid jika korelasinya dengan skor total kurang dari 0,3.

b. Uji reliabilitas

Menurut Soesana *et al* (2023:75) menjelaskan bahwa uji reliabilitas adalah agar memperoleh alat ukur (instrumen) yang dapat dipercaya dalam penelitian, diperlukan instrumen yang valid sehingga data yang dikumpulkan relevan dengan tujuan penelitian. Semakin tinggi tingkat reliabilitas dari instrumen, maka semakin tinggi juga konsistensinya. Uji reliabilitas dapat menilai seberapa jauh konsistensi jawaban dari responden terhadap item-item yang terdapat dalam instrumen. Salah satu metode untuk menguji reliabilitas yakni menghitung koefisien Cronbach Alpha yang bisa diidentifikasi dengan indeks reliabilitasnya :

Tabel 3. 2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan
1.	0,00-0,20	Kurang Reliabel
2.	0,20-0,40	Agak Reliabel
3.	0,40-0,60	Cukup Reliabel
4.	0,60-0,80	Reliabel
5.	0,80-1,00	Sangat Reliabel

Sumber : (Kurniawan 2014)

3.8.2 Uji asumsi klasik

a. Pengujian normalitas

Menurut Sahir (2021:69) pengujian ini untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi data yang normal. Suatu model regresi yang baik dilihat dari penyebaran data yang mengikuti distribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan melalui analisis grafik dan uji statistik dengan ketentuan berikut ini:

- 1) Jika nilai signifikansi (probabilitas) $> 0,05$ maka, hipotesis diterima artinya data berdistribusi normal.

- 2) Jika nilai signifikansi (probabilitas) $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak berarti data tidak berdistribusi normal.

b. Pengujian multikolinieritas

Menurut Kuncoro (2018:123) menjelaskan bahwa multikolinieritas merupakan adanya hubungan antara variabel yang menunjukkan tingkat keterkaitan yang sangat kuat. Menurut Sahir (2021:70) menjelaskan bahwa uji multikolinieritas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan kuat antara variabel independen. Untuk mengidentifikasi multikolinieritas menggunakan metode variance inflation factor (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dikatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas.
- 2) Jika hasil perhitungan nilai toleran mendekati 1, model tersebut dikatakan bebas gejala multikolonieritas, sedangkan saat nilai toleran jauh dari nilai 1, berarti terdeteksi gejala multikolonieritas.

c. Pengujian heteroskedastisitas

Menurut Sahir (2021:69) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas merupakan penelitian untuk melihat perbedaan varian residual satu observasi ke observasi lain. Cara mudah untuk melaksanakan pengujian ini adalah dengan membuat plot sebar antara nilai prediksi (ZPRED) dan nilai residual (SRESID). Model regresi baik ditunjukkan dengan tidak ada pola tertentu di grafik. Pola yang dimaksud adalah titik-titik yang tidak bergerombol ditengah, tidak menyempit di awal kemudian melebar di akhir atau kebalikannya.

3.8.3 Analisis linier berganda

Menurut Pasaribu *et al* (2022:130) menjelaskan bahwa analisis linier berganda ialah suatu metode regresi yang variabel terikatnya dijelaskan atau dipengaruhi oleh lebih dari satu variabel bebas. Menurut Sahir (2021:52) analisis regresi berganda merupakan teknik analisis yang melibatkan lebih dari dua variabel yaitu satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Adapun persamaan regresi linier berganda dijabarkan berikut ini :

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

Keterangan:

Y = Minat beli ulang

α = Konstanta

β_1, β_2 & β_3 = Koefesien regresi variabel independen

X_1 = Keragaman produk

X_2 = Lokasi

X_3 = Kualitas pelayanan

e = Error

Melalui regresi linier berganda dapat mengetahui diantara variabel keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan yang paling memengaruhi variabel minat beli ulang.

3.8.4 Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis dilaksanakan supaya mengetahui pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y).

1. Uji t (Uji Parsial)

Sahir (2021:53) menjelaskan bahwa uji t ialah pengujian yang dilakukan koefisien regresi secara parsial untuk mengetahui signifikansi setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Kuncoro (2018:107) uji t bertujuan untuk menjelaskan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Beberapa tahapan dalam menjalankan uji parsial (uji t), di antaranya :

1) Merumuskan hipotesis

Pada langkah ini, hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) dirumuskan. Hipotesis nol mengasumsikan bahwasanya tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya, sementara hipotesis alternatif mengatakan bahwasanya terdapat pengaruh antara variabel itu.

Hipotesis Pertama (H_1)

H_0 : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara keragaman terhadap minat beli ulang.

H_a : Adanya pengaruh yang signifikan antara keragaman produk terhadap minat beli ulang.

Hipotesis Kedua (H_2)

H_0 : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap minat beli ulang.

H_a : Adanya pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap minat beli ulang.

Hipotesis Ketiga (H_3)

H_0 : Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

H_a : Adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

2. Menentukan t_{hitung} dengan tingkat signifikan α

Nilai t_{hitung} diperoleh dari output uji t, dengan taraf signifikansi α pada penelitian diatur sejumlah 5% atau 0,05 yang menunjukkan batas hasil uji sebagai signifikan secara statistik.

3. Menetapkan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, ataupun $sig > 0,05$ (5%) dapat diartikan,

H_0 diterima sedangkan H_a maka hipotesis ditolak dan tidak memiliki pengaruh.

Jika $-t_{tabel} > t_{hitung}$ atau $-t_{hitung} < t_{tabel}$, ataupun $sig < 0,05$ (5%) dapat diartikan,

H_0 ditolak sedangkan H_a diterima dan memiliki pengaruh.

4. Menetapkan nilai rumus t_{hitung} :

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefesien } \beta}{\text{standar error}}$$

5. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}

3.8.5 Uji Kelayakan Model

a. Uji F

Uji F memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh secara terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan memperhatikan nilai probabilitas signifikansi (sig) yang dihasilkan. Menurut Bahri (2018:193), jika nilai signifikansi tersebut kurang dari 5% (0,05), maka disimpulkan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Pedoman menentukan keputusan pada Uji F:

1. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai probabilitas (signifikansi) $> 0,05 (\alpha)$, maka H_0 diterima.

Hal ini berarti bahwa variabel independen secara tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas (signifikansi) $< 0,05 (\alpha)$, maka H_0 ditolak. Artinya, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2016) menjelaskan koefisien determinasi dipakai guna mengetahui sejauh mana variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi atau mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya, variabel yang digunakan memiliki kemampuan yang besar menggambarkan keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai R^2 semakin kecil atau mendekati 0, maka kemampuan variabel bebas (X) dalam menjelaskan variabel terikat (Y) juga semakin lemah.