

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Lokasi dan waktu penelitian

###### 1. Lokasi penelitian

Untuk membuat proposal skripsi ini, penyusun melakukan penelitian pada Toko Amri Collection Simpang Ranto Jior Desa Hajoran, kabupaten Labuhanbatu Selatan.

###### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan oktober 2022 sampai maret 2023.

**Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan**

No	Kegiatan	Waktu (Bulan) 2022-2023																						
		Oktober		November				Desember				Januari				Februari				Maret				
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Pengajuan judul																							
2	Penyusunan proposal																							
3	Bimbingan																							
4	Revisi																							
5	Seminar proposal																							
6	Penyusunan skripsi																							
7	Bimbingan dan revisi																							
8	Sidang meja hihau																							

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi dan sampel diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data dari variabel yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Pada penelitian ini penulis memfokuskan populasi pada pelanggan yang datang selama 1 bulan, pelanggan yang datang selama 1 bulan yaitu 150 orang.

### **2. Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2016) Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. penelitian menggunakan rumus slovin. Rumus slovin adalah suatu sistem matematis yang digunakan untuk menghitung jumlah dari populasi objek tertentu yang belum diketahui karakteristiknya. Dengan jumlah populasi 150 orang maka penarikan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Margin eror (10% atau 0,1)

Sehingga jumlah sampel (n) menjadi :

$$n = \frac{150}{(1 + 150 (0,1)^2)} = 60$$

Sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 60

### C. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Pada umumnya defenisi operasional digunakan untuk dapat memahami secara rinci setiap variabel yang ada dalam penelitian secara simultan atau keseluruhan. Dibawah ini tabel dari defenisi operasional variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Defenisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala pengukuran
1	Kepuasan (X <sub>1</sub> )	kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen setelah merasakan antara apa yang sudah dia terima dengan harapan yang diinginkannya. Pelanggan akan merasa puas jika nilai yang diberikan oleh produk atau jasa memuaskan pelanggan dalam waktu yang lama. Philip (2017)	1. Perasaan 2. Loyalitas 3. Merekomendasikan 4. Harapan	Likert
2	Marketing mix (X <sub>2</sub> )	marketing mix adalah strategi mengkombinasikan kegiatan-kegiatan marketing, agar tercipta kombinasi maksimal sehingga memunculkan hasil yang paling memuaskan. Alma (2019)	1. Produk 2. Harga 3. Pemasaran 4. Strategi promosi	Likert

3	Gaya hidup (X <sub>3</sub> )	gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Kotler dan Keller (2018)	1. Kegiatan 2. Minat 3. Opini 4. Kemampuan	Likert
4	Minat beli ulang (Y)	Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Durianto (2017)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Likert

Sumber : Philip (2017) Alma (2019) Kotler (2018) Durianto (2017)

#### D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

##### 1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### a) Data Kualitatif

Merupakan sebuah data yang berbentuk non angka seperti data yang dihasilkan dari wawancara, kuesioner, gambaran perusahaan dan data-data lainnya yang tidak berbentuk angka.

##### b) Data Kuantitatif

Merupakan informasi yang didapat dalam bentuk data seperti angka ataupun bilangan.

## **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

### a) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh penulis secara langsung dengan melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner dengan narasumber.

### b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dalam bentuk dokumen untuk menunjang data primer. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumentasi dan kuesioner serta jurnal-jurnal sebagai referensi.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara yaitu bentuk pengumpulan data dengan cara menanyai langsung kepada orang-orang yang digunakan sebagai sampel.
2. Kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada obyek yang diteliti dalam hal ini sampel. Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert sebagai alat untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.
3. Observasi yaitu dengan melakukan penelitian langsung dilapangan.

## F. Uji Instrument Penelitian

### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan dinyatakan valid, sebaliknya  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

#### a. Variabel Kepuasan

**Tabel 3.3**  
**Uji Validitas Kepuasan**

<b>Butir Pertanyaan</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
P1	.800	,268	Valid
P2	.828	,268	Valid
P3	.766	,268	Valid
P4	.797	,268	Valid
P5	.800	,268	Valid
P6	.828	,268	Valid
P7	.766	,268	Valid
P8	.797	,268	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 3.3 diketahui bahwa nilai  $R_{tabel}$   $df_1 = 0,05$ ,  $df_2 = n - k = 60 - 4 = 56$ , sehingga  $r_{tabel}$  dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 56 yaitu 0,268 diperoleh hasil pengujian variabel kepuasan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,268 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

**b. Variabel Marketing mix**

**Tabel 3.4**  
**Uji Validitas Marketing mix**

<b>Butir Pertanyaan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
P1	.692	,268	Valid
P2	.724	,268	Valid
P3	.650	,268	Valid
P4	.690	,268	Valid
P5	.800	,268	Valid
P6	.828	,268	Valid
P7	.766	,268	Valid
P8	.797	,268	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 3.4 diketahui bahwa nilai R tabel  $df_1 = 0,05$ ,  $df_2 = n - k = 60 - 4 = 56$ , sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 56 yaitu 0,268 diperoleh hasil pengujian variabel marketing mix memiliki nilai yang lebih besar dari 0,268 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.

c. Variabel gaya hidup

**Tabel 3.5**  
**Uji Validitas Gaya hidup**

<b>Butir Pertanyaan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
P1	.692	,268	Valid
P2	.750	,268	Valid
P3	.689	,268	Valid
P4	.737	,268	Valid
P5	.692	,268	Valid
P6	.750	,268	Valid
P7	.689	,268	Valid
P8	.737	,268	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 3.5 diketahui bahwa nilai R tabel  $df_1 = 0,05$ ,  $df_2 = n - k = 60 - 4 = 56$ , sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 56 yaitu 0,268 diperoleh hasil pengujian variabel gaya hidup memiliki nilai yang lebih besar dari 0,268 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian.



#### d. Variabel Minat beli ulang

**Tabel 3.6**  
**Uji Validitas Minat beli ulang**

<b>Butir Pertanyaan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
P1	.706	,268	Valid
P2	.746	,268	Valid
P3	.665	,268	Valid
P4	.701	,268	Valid
P5	.692	,268	Valid
P6	.750	,268	Valid
P7	.689	,268	Valid
P8	.737	,268	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Berdasarkan Tabel 3.6 diketahui bahwa nilai R tabel  $df_1 = 0,05$ ,  $df_2 = n - k = 60 - 4 = 56$ , sehingga r tabel dapat dilihat pada kolom 0,05 pada baris ke 56 yaitu 0,268 diperoleh hasil pengujian variabel minat beli ulang memiliki nilai yang lebih besar dari 0,268 ini berarti bahwa seluruh pertanyaan adalah valid dan tepat digunakan dalam penelitian

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah *indek* yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Situmorang dan Lutfi, 2018). Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi didalam mengukur gejala yang sama. Pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya

dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika  $r \alpha$  (alpha) positif atau  $\geq$  dari r tabel maka pernyataan *reliabel*.
- b. Jika  $r \alpha$  (alpha) negatif atau  $\leq$  dari r tabel maka pernyataan tidak *reliabel*.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas (*Reliability Statistics*)**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Ket
1	Kepuasan ( $X_1$ )	0,835	0,60	Reliabel
2	Marketing mix ( $X_2$ )	0,752	0,60	Reliabel
3	Gaya hidup ( $X_3$ )	0,767	0,60	Reliabel
4	Minat beli ulang (y)	0,737	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS (2023)

Tabel 3.8 menunjukkan bahwa 32 pertanyaan memiliki koefisien diatas 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan layak disebarkan kepada responden untuk digunakan sebagai intrumen dalam penelitian ini

### **G. Metode Analisis Data**

Merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada hingga memberikan gambaran yang jelas melalui pengumpulan, penyusunan, dan menganalisis data hingga dapat diketahui gambaran umum perusahaan yang diteliti.

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antara beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. Analisis linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

$Y$  = Minat beli ulang konsumen

$X_1$  = Kepuasan

$X_2$  = Marketing mix

$X_3$  = Gaya hidup

$\alpha$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = koefisien arah regresi

$e$  = standar Error

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji T

Uji T yaitu untuk menguji apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai variabel terikat. Dengan rumus hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$ , artinya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria Pengambilan Keputusan :

$H_0$  di terima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  di terima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

### **b. Uji F**

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel Independent berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependent. Dengan rumus hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara bersama-sama tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , artinya variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria Pengambilan Keputusan :

$H_0$  di terima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  di terima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ .

### **c. Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Determinan digunakan untuk melihat kontribusi variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ ) terhadap variabel terikat (Y). Itikolnieritas terjadi apabila  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu model regresi empiris sangat tinggi.