

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif bersifat kausalitas. Menurut Amruddin (2022) penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur, biasanya dengan instrumen-instrumen penelitian, sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik. Analisis data bersifat kuantitatif/statistik memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kausalitas merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh-mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. penelitian ini akan melihat pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah data primer. Menurut Amruddin (2022) data primer adalah data yang berasal langsung dari objek penelitian atau responden, baik individu maupun kelompok. Data primer diperoleh dari jawaban pengisian kuesioner responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi mobile Fore Coffee.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*). Studi lapangan (*field research*). adalah teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. lapangan penelitian untuk

memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan melalui dari *formulir google* kepada responden, yaitu pengguna aplikasi mobile Fore Coffee. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu.

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran Interval**

Poin	Keterangan	Kode
1	Sangat tidak setuju	STS
2	Tidak setuju	TS
3	Cukup Setuju	CS
4	Setuju	S
5	Sangat setuju	SS

### 3.4 Populasi Dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Amruddin (2022) menyatakan bahwa populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Populasi tersebut akan menjadi sumber data penelitian. Populasi penelitian dapat dibedakan menjadi populasi dengan jumlah anggota yang sudah diketahui (finit) maupun yang jumlah anggota belum diketahui (infini). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi mobile Fore Coffee di Bandar Lampung.

#### 3.4.2 Sampel

Amruddin (2022) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih menjadi sasaran penelitian. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan

oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Berusia minimal 17 tahun
2. Sudah pernah menggunakan aplikasi mobile Fore Coffee untuk pemesanan minimal 1 kali

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga dalam penentuan sampel menggunakan rumus Hair et al, yang menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah pernyataan terakti variabel dikalikan 5-10. Jumlah pernyataan yang diteliti pada penelitian ini berjumlah 14 indikator, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah Pernyataan} \times (5-10) \\ &= 14 \times 10 \\ &= 140 \end{aligned}$$

Mengacu pada perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 140 responden

### **3.5 Variabel Penelitian**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian Independen**

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen adalah persepsi manfaat dan persepsi kemudahan

#### **3.5.2 Variabel Penelitian Dependen**

Amruddin (2022) menyatakan bahwa variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah minat beli ulang

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Persepsi Manfaat (X1)	Menurut Davis dalam Tony Sitinjak (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat didefinisikan sebagai sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerjanya.	Tingkat manfaat aplikasi mobile Fore Coffee di benak konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempercepat Kinerja</li> <li>2. Meningkatkan Kinerja</li> <li>3. Meningkatkan Produktivitas</li> <li>4. Efektifitas</li> <li>5. Mempermudah Pekerjaan</li> <li>6. Bermanfaat</li> </ol> <p>Sumber: Tony Sitinjak (2019)</p>	Interval
Persepsi Kemudahan (X2)	Menurut Davis dalam Kurniawan (2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana percaya bahwa orang yang menggunakan sistem khusus akan bebas dari usaha.	Tingkat kemudahan aplikasi mobile Fore Coffee di benak konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah Untuk Dipelajari</li> <li>2. Mudah Digunakan</li> <li>3. Jelas Dan Mudah Dimengerti</li> <li>4. Menjadi Terampil</li> </ol> <p>Sumber: Sun dan Zhang dalam Kurniawan (2020)</p>	Interval
Minat beli ulang (Y)	Zahroq, dan Asiyah (2022) menyatakan bahwa minat beli ulang yaitu kehendak untuk melakukan pembelian ulang akan suatu barang yang telah dikonsumsi sebelumnya	Proses pembelian ulang konsumen atas produk di aplikasi mobile Fore Coffee	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional</li> <li>2. Minat referensial</li> <li>3. Minat preferensial</li> <li>4. Minat eksploratif</li> </ol> <p>Sumber: Masarianti, dan Darwini (2019)</p>	Interval

Sumber : Data Diolah, 2023

### 3.7 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Digdowniseiso (2017) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji kelayakan instrumen. Fungsi dari uji validitas adalah untuk menguji

sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen (kuesioner), sebagai alat ukur variabel penelitian. Dalam pengujian validitas *product moment pearson correlation* instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21.

1. Prosedur pengujian

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan

Ho : Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka Instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka Instrumen dinyatakan tidak valid

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Digdowiseiso (2017) menyatakan bahwa reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai  $r$  alpha indeks korelasi.

**Tabel 3.3**

#### Interpretasi Nilai $r$

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

### 3.8 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Digdowiseiso (2017) menyatakan bahwa uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini

digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga sampel bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian:

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila  $\text{Sig} < 0.05$  maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila  $\text{Sig} > 0.05$  maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

### 3.8.2 Uji Linieritas Sampel

Digdowniseiso (2017) menyatakan bahwa uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Model regresi berbentuk linear.

Ha : Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas ( $\text{Sig}$ )  $> 0,05$  maka Ho diterima.

Jika probabilitas ( $\text{Sig}$ )  $< 0,05$  maka Ho ditolak

### 3.8.3 Uji Multikolinieritas

Digdowniseiso (2017) menyatakan bahwa Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat di antara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan regresi linear.

Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Batas dari *tolerance value*  $> 0,1$  atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  maka tidak ada gejala multikolinieritas

### 3.9 Metode Analisis Data

#### 3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Menurut Digdowiseiso (2017) menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap variabel dependen, yaitu minat beli ulang. Dalam penelitian ini, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_t$$

Keterangan :

- |                                 |                             |
|---------------------------------|-----------------------------|
| Y                               | : Minat beli ulang          |
| A                               | : Konstanta                 |
| b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> | : Koefisien Regresi Parsial |
| X <sub>1</sub>                  | : Persepsi Manfaat          |
| X <sub>2</sub>                  | : Persepsi Kemudahan        |

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

##### 1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Ulang

Ho: persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee

Ha: persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee

##### 2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli Ulang

Ho: persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee

Ha: persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas ( $\text{sig}$ ) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka Ho ditolak
2. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

### 3.10.2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

#### **Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli Ulang**

Ho: persepsi manfaat dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee

Ha: persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada aplikasi mobile Fore Coffee

Kriteria pengujian:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai  $\alpha$  (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig  $< 0,05$  maka Ho ditolak
2. Jika nilai sig  $> 0,05$  maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis