BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif ini bertujuan untuk mengungkap dan mempelajari potensi pengaruh antara dua faktor atau lebih dengan menggunakan metodologi statistic(Sugiyono, 2015). Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan memahami potensi pengaruh yang mungkin terjadi antara variabel independen dan variabel dependen.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Depot Bakso Larasati di Jl P.Hidayatullah seberang Warung Idah Jaya/ Cafe Arwana Banjarmasin (Benua Anyar), khususnya konsumen Depot Bakso Larasati. Penelitian ini dilakukan karena penulis ingin mengetahui pengaruh antara perspektif analisis pembelian ulang melalui pengalaman konsumen dan persepsi nilai pada konsumen Depot Bakso Larasati.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi terdiri dari kumpulan lengkap subjek yang diteliti. Sugiyono mengklaim bahwa populasi merupakan area penelitian yang mencakup pihak dan objek dengan jumlah dan karakteristik yang

dipilih oleh peneliti untuk penyelidikan dan temuan yang dihasilkan(Sugiyono, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung ke Depot Bakso Larasati.

Populasi ini dipilih karena fokus penelitian adalah menganalisis pengaruh pengalaman konsumen dan evaluasi konsumen terhadap manfaat produk dalam melakukan pembelian ulang di Depot Bakso Larasati dalam konteks geografis yang spesifik.

2. Sampel

Sampel terdiri dari sebagian kecil seluruh topik yang sedang dipelajari. Sampel pendapat Sugiyono, adalah bagian dari ukuran dan atribut populasi. Akibatnya, sampel populasi harus akurat dan representatif(Sugiyono, 2015). Kriteria sampel yang digunakan meliputi konsumen Bakso Larasati yang bersedia memberikan ulasan terkait pelayanan, cita rasa, suasan dan kualitas Depot Bakso Larasati.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Peneliti menerapkan Teknik *non probability* pada penelitian ini. Metode pengambilan sampel ini tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama kepada setiap komponen maupun individu dalam populasi untuk dipilih sebagai sampel(Sugiyono, 2015).

Accidental sampling sebagai metode yang diterapakan. Definisi *accidental sampling* adalah pengambilan sampel secara kebetulan. Memilih sampel responden secara acak yang tidak sengaja ditemui peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika mereka cocok sebagai sumber

data(Sugiyono, 2017). Selanjutnya memberikan kuesioner kepada konsumen Depot Bakso Larasati yang ditemui.

Dalam menentukan ukuran sampel digunakan Rumus Lemeshow untuk menghitung ukuran sampel dalam populasi yang tidak diketahui:

Rumus:

$$n = \frac{z^2 x\ P\ (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

Z = skor Z kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow, diperoleh hasil sampel yaitu:

$$n = \frac{z^2 x\ P\ (1 - P)}{d^2} = \frac{1{,}96^2 x\ 0{,}5\ (1 - 0{,}5)}{0{,}10^2} = 96{,}00$$

Oleh karena itu, 96 kuesioner akan dibagikan untuk mencapai ukuran sampel 96,00 responden yang dibutuhkan oleh metode Lemeshow kepada konsumen Depot Bakso Larasati.

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data merupakan informasi maupun bukti yang akurat dan terpercaya yang digunakan untuk mendukung kesimpulan. Data tersebut meliputi:

a. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi bersifat murni dan belum pernah dianalisis oleh pihak. Pengumpulan informasi ini biasanya dilakukan melalui kuesioner atau wawancara. Karena data primer berasal langsung dari responden, penting untuk menguji validitas dan reliabilitasnya. Uji ini menjamin setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu merepresentasikan variabel yang hendak diukur dan observasi, penelitian ini bertujuan mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen Depot Bakso Larasati.

b. Data Sekunder

Sebagai data pelengkap, data sekunder di dapat dari beragam sumber informasi, jurnal, buku, artikel, dan website yang relevan dengan topik penelitian mengenai, informasi pengalaman konsumen dan persepsi nilai konsumen Depot Bakso Larasati. Data sekunder ini berfungsi untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis dari hasil penelitian.

2. Sumber Data

Data yang dihimpun dari responden menjadi dasar penelitian ini, merupakan sumber datanya. Penelitian ini melibatkan pelanggan Depot Bakso Larasati yang telah melakukan pembelian sebagai responden. Data yang di terima langsung oleh pengumpul data dikenal sebagai sumber data primer. Menggunakan pengukuran skala *likert*,

alat ukur ditentukan melalui akumulasi sikap responden terhadap pernyataan yang terkait dengan indikator variabel yang dianalisis, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data primer pada penelitian ini. Skala *likert* yang diterapkan pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.1

Skala Pengukuran

Pengukuran		
STS	Sangat Tidak Setuju	1
ST	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Sumber: Data diolah, 2025

F. Variabel dan Indikator

Variabel dependen dipengaruhi variabel lain, sedangkan variabel independen tidak bergantung pada variabel lain. Rancangan penelitian ini menerapkan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Pembelian ulang (Y) adalah variabel dependen, sedangkan pengalaman pelanggan (X1) dan persepsi nilai (X2) sebagai variabel independen.

Indikator adalah ukuran atau alat yang digunakan untuk mengoperasionalisasikan variabel agar dapat diukur secara tepat. Indikator memberikan pedoman yang jelas mengenai bagaimana suatu variabel akan diukur sehingga hasil penelitian dapat diperoleh secara konsisten dan hasilnya dapat diuji kembali. Indikator-indikator yang diterapkan pada tiap variabel yaitu:

Tabel 3.2

Instrumen Penelitian

No	Variabel	Pengertian	Indikator
1.	Pengalaman Konsumen (X1)	Tanggapan terhadap seluruh rangkaian interaksi di Depot Bakso Larasati yang dipengaruhi oleh stimulasi pancaindra, emosi, dan pikiran selama sebelum, saat, dan setelah menikmati produk, serta berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang.	Menurut Schmitt indikator dari pengalaman konsumen adalah: 1. *Sense experience* 2. *Feel experience* 3. *Think experience* 4. *Act experience* 5. *Relate experience* (Schmitt, 1999)
2.	Persepsi Nilai (X2)	Penilaian konsumen terhadap seberapa layak produk yang diterima, dilihat dari kualitas, harga, suasana, pelayanan, dan pengaruh sosial, kemudian dapat memengaruhi kepuasan dan keputusan untuk membeli kembali.	Menurut Sweeney dan Soutar indikator dari persepsi nilai adalah: 1. *Quality/ performance value* 2. *Value of money* 3. *Emotional value* 4. *Social value* (Sweeney & Soutar, 2001)
3.	Pembelian Ulang (Y)	Niat untuk kembali membeli produk di Depot Bakso Larasati sebagai respons atas kepuasan	Menurut (Ferdinand, 2006), indikator dari pembelian ulang adalah: 1. Minat transaksi

		dari layanan, pengalaman positif, dan persepsi nilai, yang tercermin dalam loyalitas seperti kunjungan ulang, rekomendasi, dan preferensi meski ada pilihan lain.	2. Minat referensial 3. Minat prefensial. (Nugroho et al., 2023)

Sumber: Data diolah, 2025

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dipakai dengan penyebaran kuesioner kepada responden sebagai sarana memperoleh data penelitian. Angket tersebut berisi informasi mengenai kondisi yang dialami oleh responden dan setiap pilihan jawaban yang tercantum dalam angket tersebut harus dijawab oleh responden yang bersangkutan. Teknik ini menyebar pertanyaan secara langsung kepada responden yang diperlukan dalam penelitian(Purnomo & Zahra Maulida, 2023).

Jenis angket yang diterapakan berupa angket dengan model pertanyaan tertutup, di mana pertanyaan dan pilihan jawaban telah disediakan untuk dipilih oleh responden. Dengan demikian, responden hanya perlu menandai jawaban yang dianggap paling sesuai.

H. Teknik analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017) uji ini menampilkan tingkat

akurasi antara pengumpulan data peneliti dan data aktual yang ditemukan dalam objek dan digunakan untuk menilai validitas data yang dikumpulkan setelah penelitian. Dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n -2 pada taraf signifikansi 5% sehingga didapatkan angka 0.2006. Adapun dasar pengambilan keputusan yang digunakan yakni pertanyaan atau indikator dinyatakan valid, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif, begitu juga sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kuesioner yang digunakan sebagai indikator variabel maupun konstruk. Kuesioner dinilai reliabel jika respon yang diberikan responden bersifat konsisten serta tetap stabil ketika diukur pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara kolektif untuk seluruh item yang terdapat dalam kuesioner. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60 (6%), maka dapat dianggap sebagai reliabel, sementara apabila nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60 (6%), maka dianggap tidak reliabel (Juliandi dan Irfan, 2013, hlm.155).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Merupakan langkah uji apakah perolehan data pada suatu penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini digunakan

untuk memeriksa apakah sisa atau error dalam model regresi memiliki karakteristik distribusi normal. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji *non parametic kolmogorov-smimov* (K-S), dengan keputusan diambil jika signifikansi > 0,05, maka data berdistribusi normal, dan jika signifikansi < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal. Uji Normalitas ini dilakukan untuk mengidentifikasi variabel independen, variabel dependen, atau keduanya dalam memastikan keselarasan dengan sebaran normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dimaksudkan untuk menganalisis model regresi guna mengidentifikasi potensi ketidakseragaman penyebaran residual antar observasi. Secara konseptual, prosedur tersebut melibatkan pemeriksaan grafik plot yang memperlihatkan korelasi antara proyeksi nilai predeksi variabel dependen dan besaran residual.

Kriteria model statistik yang baik adalah dengan melalui ketiadaan homokedastisitas(Juliandi, 2013, hlm.171). Pedoman metodologis untuk mengidentifikasi fenomena heteroskedastisitas dalam gambar mengindikasikan bahwa apabila titik tersebar secara tidak sistematis dan tersebar di atas dan di bawah titik nol pada sumbu vertikal, maka dapat disimpulkan tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Nilai yang digunakan untuk mengidentifikasi apakah ada multikolinearitas atau tidak adalah nilai VIF > 10,00 atau nilai *tolerance* < 0,100.

d. Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data time series (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data cross section seperti pada kuesioner.

3. Regresi Linear berganda

Analisis regresi membahas keterkaitan variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas, dengan maksud untuk melakukan estimasi dan meramalkan rerata populasi atau nilai variabel independen yang telah diidentifikasi(Juliandi, 2013, hlm.136).

$Y = a + b1X1 + b2X2$

Dengan Keterangan:

Y = Pembelian Ulang a = Nilai Konstanta

$X1$ = Pengalaman Konsumen $X2$ = Persepsi Nilai

1. Uji Hipotesis

a) Uji Simultan (Uji F)

Untuk memastikan apakah koefisien faktor independen memiliki dampak bersamaan yang signifikan

terhadap variabel dependen digunakan uji F, yang memiliki tingkat pengujian 5%, Persyaratan yang diperlukan untuk tes ini adalah:

1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ha diterima dan H0 ditolak, ini berarti terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.
2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ha ditolak dan H0 diterima, ini berarti tidak terdapat pengaruh simultan oleh variabel X dan Y.

b) Uji Parsial (Uji T)

Uji T ini digunakan untuk mengukur kontribusi setiap variabel independen secara terpisah terhadap variasi variabel dependen. Dengan taraf uji 5%, kriteria yang diterapkan adalah:

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ha diterima dan H0 ditolak, ini berarti terdapat pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.
2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ha ditolak dan H0 diterima, ini berarti tidak terdapat pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

2. Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) ada dasarnya, nilai koefisien determinasi mencerminkan sejauh mana model menjelaskan variasi pada variabel dependen, berkisar antara nol hingga satu.

Skor R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen sangat sedikit berkontribusi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Semakin dekat nilai koefisien determinasi ke angka satu, semakin besar kontribusi variabel independen dalam memprediksi variasi variabel dependen. Nilai R^2 bisa berada dalam rentang dari nol hingga satu. Peningkatan nilai R^2 menunjukkan kualitas model yang lebih baik. Sebaliknya, nilai R^2 yang rendah, mengartikan variabel independen kurang efektif dalam memberikan penjelasan terhadap variabel dependen.

I. Tahap Penelitian

Adapun tahapan yang menjadi fokus peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir hingga sampai siap di munaqasyahkan sebagai berikut:

1. Tahap Identifikasi Masalah: Di fase ini peneliti melakukan pemetaan terhadap masalah dengan observasi langsung di lapangan. Informasi yang dikumpulkan mencakup pengalaman konsumen dan persepsi nilai pada konsumen Depot bakso larasati.
2. Tahap Pengumpulan Data: Di fase ini penulis awalnya konsul dengan dosen pengampu, setelah penetapan perubahan judul. Kemudian melakukan penelitian lapangan dengan menyebar angket kepada konsumen Depot Bakso Larasati.
3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data: Sesudah data berhasil dihimpun, peneliti mengolahnya dengan perangkat lunak statistik. Uji regresi linier berganda serta uji validitas, reliabilitas, normalitas,

multikolinearitas, dan heteroskedastisitas digunakan dalam analisis. bertujuan untuk menguji hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian.

4. Tahapan Penulisan Laporan Akhir: Mengikuti struktur penulisan yang sistematis, penulis mengumpulkan semua temuan laporan penelitian menggunakan data yang telah dikumpulkan sebelumnya kemudian dikonsultasikan kepada dosen mengenai draf laporan tersebut, kalau sudah selesai semuanya maka siap untuk dikumpulkan(Sumadi et al., 2022)