

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Objek Penelitian**

Sumber data primer pada penelitian ini berlokasi di Indonesia. Sedangkan objek penelitian dalam penelitian ini ialah Filosofi Kopi.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan gabungan pada seluruh elemen diantaranya peristiwa, hal serta individu yang mempunyai karakteristik saman menjadi pusat perhatian peneliti dikarenakan dilihat sebagai suatu semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Sampel merupakan sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas beberapa subjek yang dipilih dari populasi (Sekaran & Bougie, 2013). Populasi pada penelitian ialah seluruh konsumen yang pernah melakukan aktivitas menonton film Filosofi Kopi atau pernah melakukan pembelian di Cafe Filosofi Kopi.

Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan teknik pengambilan sampel convenience sampling. Menurut Sugiyono (2014) non probability sampling adalah teknik sampling yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Convenience sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kemudahan responden yang ditemui, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, dan bila dipandang orang yang kemudahan ditemui itu sesuai sebagai sumber data. Dalam teknik ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menyebarkan kuesioner (Sugiyono, 2014).

Ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dihitung menggunakan pendapat Hair *et.al* (2010). Hair *et.al* (2010) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Jumlah indikator pertanyaan dari penelitian ini berjumlah 32, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

Jumlah sampel = 5 x indikator variabel = 5 x 32 indikator variabel = 160 sampel

Dari perhitungan diatas, ukuran sampel penelitian ini ditetapkan berjumlah 160 responden.

### **3.3 Definisi Operasional dan Instrumen Pengukuran**

Definisi operasional digunakan agar menyamakan asumsi-asumsi variabel yang akan dibahas. Menurut Sugiyono (2014) Variabel penelitian ialah sebuah atribut maupun sifat ataupun nilai atas orang, obyek, ataupun aktifitas yang memiliki varian khusus yang ditentukan peneliti agar diamati serta diambil kesimpulan. Variabel yang diteliti terdiri dari dua variabel bebas (independen) terdiri oleh Ekuitas merek dan Kepuasan konsumen, variabel antara (intervening) yaitu resonansi merek, dan variabel terikat (dependen) yaitu minat beli ulang.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disusun secara berurutan menurut indikator – indikator variabel penelitian.

#### **3.3.1 Ekuitas Merek (X)**

Menurut Knapp (2012), definisi Ekuitas merek menjadi totalitas dari persepsi merek, yang meliputi kualitas dari produk ataupun jasa, kinerja keuangan, loyalitas pelanggan, kepuasan, serta keseluruhan penghargaan terhadap merek. Ekuitas

merek dalam penelitian ini diartikan sebagai nilai pada nama merek yang dilabelkan pada produk industri kreatif. Indikator-indikator variabel ini adalah sebagai berikut (Huang *et al.*, 2014):

1. Saya tahu bahwa Filosofi Kopi Cafe memiliki banyak penggemar.
2. Produk Filosofi Kopi Cafe adalah arus utama di industrinya.
3. Saya percaya bahwa produk Filosofi Kopi Cafe memiliki kualitas yang cukup baik.
4. Ketika membahas Filosofi Kopi Cafe, saya sering mendengar Filosofi Kopi Cafe.
5. Saya dapat mendalami karakter produk Filosofi Kopi Cafe.
6. Saya percaya bahwa jika saya membeli barang yang cacat, itu akan memengaruhi kepercayaan diri saya pada produk Filosofi Kopi Cafe.
7. Menggunakan produk Filosofi Kopi Cafe dapat mencerminkan selera pribadi.
8. Menggunakan produk Filosofi Kopi Cafe adalah simbol status sosial.
9. Saya secara khusus akan pergi ke toko khusus atau counter untuk membeli.
10. Saya secara teratur mencatat produk Filosofi Kopi Cafe baru.
11. Menggunakan produk Filosofi Kopi Cafe berarti mengejar tren.

### **3.3.2 Kepuasan Konsumen (Z1)**

Kotler (2016) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat perasaan senang dan kecewa konsumen

terhadap suatu produk industri kreatif. Indikator-indikator variabel ini adalah sebagai berikut (Huang *et al.*, 2014):

1. Pengalaman menggunakan produk Filosofi Kopi Cafe sangat menyenangkan.
2. Keputusan untuk memilih produk Filosofi Kopi Cafe merupakan pilihan yang tepat.
3. Saya pikir produk Filosofi Kopi Cafe sesuai dengan harapan saya.
4. Saya akan senang membeli produk Filosofi Kopi Café.
5. Saya percaya bahwa harga produk Filosofi Kopi Café sesuai.
6. Saya suka teknik teknik pembuatan film Filosofi Kopi dan pembuatan kopi di Filosofi Kopi.
7. Saya pikir pertunjukan film Filosofi Kopi Cafe tersebut profesional.
8. Saya pikir produk Filosofi Kopi Cafe mudah di dapat.
9. Saya pikir akan lebih mudah untuk membeli dari toko produk Filosofi Kopi Cafe.

### **3.3.3 Resonansi Merek (Z2)**

Resonansi merek mengacu atas sifat hubungan yang tentu diperoleh pelanggan pada merek tersebut (Aziz & Yasin, 2010). Berdasarkan penelitian ini resonansi merek ialah hubungan yang positif antara konsumen dengan produk industri kreatif tertentu. Indikator-indikator variabel ini adalah sebagai berikut (Huang *et al.*, 2014):

1. Saya akan secara aktif mencari informasi tentang produk Filosofi Kopi Cafe.
2. Saya akan bergabung dengan komunitas yang dibentuk oleh sesama penggemar.
3. Saya akan melakukan sebanyak yang saya bisa untuk membeli produk Filosofi Kopi Cafe

4. Saya bersedia mencurahkan lebih banyak waktu dan uang untuk produk Filosofi Kopi Cafe
5. Saya secara aktif berbagi informasi tentang produk Filosofi Kopi Cafe dengan orang lain.
6. Ketika berbicara tentang produk, saya langsung memikirkan produk Filosofi Kopi Cafe
7. Filosofi Kopi Cafe memiliki citra positif bagi saya.

#### **3.3.4 Minat Beli Ulang (Y)**

Lee, Choi, & Kang (2009) mengungkapkan bahwa minat beli ulang ialah aktivitas yang dilakukan oleh konsumen dikarenakan mereka merasa puas ataupun terpuaskan. Menurut penelitian ini minat beli ulang adalah kegiatan pembelian berulang-ulang konsumen terhadap produk industri kreatif tertentu. Indikator-indikator variabel ini adalah sebagai berikut (Huang *et al.*, 2014):

1. Saya bermaksud membeli produk di Filosofi Kopi Cafe secara teratur.
2. Saya akan membeli setiap kali ada produk Filosofi Kopi Cafe yang baru
3. Saya berminat produk Filosofi Kopi Cafe di waktu dekat.
4. Saya akan membantu orang lain untuk membeli produk Filosofi Kopi Cafe.

#### **3.4 Jenis dan sumber data**

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data primer merupakan data yang secara langsung diperoleh dari objek yang diteliti. Menurut Sanusi, (2011), data primer merupakan data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner untuk proses

pengambilan data. Kuesioner ini berupa butir-butir pertanyaan atau pernyataan yang dikolaborasi dari masing-masing indikator pada setiap variabel.

### **3.5 Teknik pengumpulan data.**

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan pengumpulan data yang berupa pemberian daftar pertanyaan yang sudah disusun kepada responden. (Sanusi, 2011) Kuesioner ini disusun dengan menggunakan Google Form dan disebar dengan mengirimkan daftar pertanyaan tersebut menggunakan teknologi komputer. Kuesioner disebar melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Line dan beberapa komunitas yang peneliti ikuti. Kuesioner yang disusun oleh peneliti ini menggunakan skala likert untuk mengukur sikap responden. Menurut Sanusi (2011) skala likert merupakan skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan yang berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam hal ini, responden diminta untuk menyatakan setuju ataupun tidak setuju terhadap setiap pernyataan. Skala likert menggunakan lima titik dengan tabel netral pada posisi tengah.

Sangat setuju = skor 5

Setuju = skor 4

Ragu-ragu = skor 3

Tidak setuju = skor 2

Sangat tidak setuju = skor 1

### **3.6 Uji Kelayakan Instrumen**

### 3.6.1 Uji validitas

Untuk mengetahui validitas angket, peneliti akan menggunakan pengujian validitas konvergen. Validitas konvergen terpenuhi jika skor yang diperoleh menunjukkan korelasi yang tinggi. (Sekaran, 2006) Pendekatan yang digunakan untuk menguji validitas konvergen dengan program *SPSS for Windows 21* yaitu menggunakan analisis faktor. Analisis faktor merupakan teknik multivariat yang dapat menguji apakah indikator-indikator yang ada merupakan indikator kontruk dari variabel-variabel penelitian. Asumsi yang mendasari dapat digunakannya analisis faktor adalah data yang ada harus memiliki korelasi yang cukup tinggi. Alat pengujian yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat korelasi adalah dengan menggunakan *Kaiser-Meyer-Olkin Merasure of Sampling Adequacy (KMO MSA)*. Apabila hasil  $KMO > 0,5$  maka dapat dinyatakan valid, dan dapat dilakukan analisis faktor. (Ghozali, 2006). Pengujian pretest menggunakan 50 responden.

**Tabel 3.1**

**Hasil Uji Kaiser Meyer Olkin dan Barlett**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.693
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2240.822
	Df	496
	Sig.	0.000

Sumber : Data Diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai KMO variabel penelitian memiliki nilai sebesar 0,693 dan lebih besar daripada 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian untuk variabel-variabel tersebut dapat dilanjutkan dengan melakukan analisa faktor untuk memperlihatkan apakah indikator-indikator yang ada benar merupakan indikator yang menyusun variabel-variabel penelitian. Hasil analisis faktor dari variabel penelitian tersebut terjabarkan dalam tabel 3.2

**Tabel 3.2**  
**Matrik Componen yang telah dirotasi**

<b>Rotated Component Matrix<sup>a</sup></b>				
	Component			
	1	2	3	4
X1	-.204	.912	.143	-.042
X2	-.153	.828	.171	-.002
X3	-.051	.929	.129	-.025
X4	-.140	.925	.124	.051
X5	.698	.424	.263	.185
X6	.366	.835	.190	.156
X7	.596	.505	.358	.193
X8	.648	.350	.488	.141
X9	.666	.561	.305	.201
X10	.615	.453	.434	.087
X11	.302	.213	.804	.125



Z1.1	.543	-.061	.262	.677
Z1.2	.625	-.094	.316	.610
Z1.3	.470	-.063	.299	.718
Z1.4	.587	-.043	.185	.695
Z1.5	.305	.096	.123	.796
Z1.6	-.034	.251	-.124	.792
Z1.7	-.249	.225	.020	<b>.843</b>
Z1.8	.530	-.120	.259	<b>.638</b>
Z1.9	<b>.669</b>	-.010	.170	.561
Z2.1	.491	.311	<b>.601</b>	.234
Z2.2	.270	.317	.801	.111
Z2.3	.153	.386	.790	.118
Z2.4	.197	.252	.833	.092
Z2.5	.589	.445	.490	.149
Z2.6	.324	.808	.148	.170
Z2.7	-.041	.880	.188	.065
Y1	.691	-.136	.467	.101
Y2	.664	-.133	.510	.081
Y3	.776	-.153	-.015	.114
Y4	.811	-.107	.093	.180
Y5	.780	-.057	.420	.076

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 7 iterations.

Dari tabel 3.2 diketahui bahwa indikator-indikator dalam penelitian tersebut menyebar ke berbagai faktor. Hal ini berarti indikator-indikator tersebut bukanlah indikator konstruk dari masing-masing variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini tidak valid. Oleh karenanya, peneliti menghapus beberapa pertanyaan agar indikator-indikator tersebut terkelompok sesuai dengan variabelnya. Pertanyaan yang dihapus oleh peneliti adalah pertanyaan X1, X2, X3, X4, X11, Z1.5, Z1.6, Z1.7, Z2.5, Z2.6, dan Z2.7 dengan hasil KMO terdapat di tabel 3.3

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Kaiser Meyer Olkin dan Barlett**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.859
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1193.020
	Df	210
	Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai KMO variabel penelitian memiliki nilai sebesar 0,859 dan lebih besar daripada 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian untuk variabel-variabel tersebut dapat dilanjutkan dengan melakukan analisa faktor untuk memperlihatkan apakah indikator-indikator yang ada benar merupakan indikator yang menyusun variabel – variabel penelitian. Hasil analisis faktor dari variabel penelitian tersebut terjabarkan dalam tabel 3.4

**Tabel 3.4**  
**Matrik Komponen yang telah dirotasi**

<b>Rotated Component Matrix<sup>a</sup></b>				
	Component			
	1	2	3	4
X5	.340	<b>.811</b>	.228	.193
X6	.073	<b>.853</b>	.002	.237
X7	.345	<b>.754</b>	.140	.331
X8	.228	<b>.708</b>	.403	.374
X9	.298	<b>.835</b>	.256	.264
X10	.163	<b>.720</b>	.344	.383
Z1.1	<b>.852</b>	.230	.239	.165
Z1.2	<b>.841</b>	.221	.323	.239
Z1.3	<b>.865</b>	.138	.220	.238
Z1.4	<b>.763</b>	.260	.396	.077
Z1.8	<b>.854</b>	.163	.210	.187

Z1.9	<b>.740</b>	.373	.346	.051
Z2.1	.372	.523	.202	<b>.571</b>
Z2.2	.242	.377	.089	<b>.812</b>
Z2.3	.127	.313	.119	<b>.821</b>
Z2.4	<b>.125</b>	.295	.165	<b>.828</b>
Y1	.250	.181	<b>.813</b>	.335
Y2	.268	.156	<b>.753</b>	.406
Y3	.370	.128	<b>.758</b>	-.105
Y4	.439	.239	<b>.697</b>	-.007
Y5	.381	.355	<b>.602</b>	.304

Sumber : Data Diolah, 2019

Hasil dari tabel 3.4 menunjukkan bahwa setelah beberapa indikator, indikator X5, X6, X7, X8, X9, dan X10 mengelompok pada faktor 2, indikator item Z1.1, Z1.2, Z1.3, Z1.4, Z1.8, dan Z1.9 mengelompok pada faktor 1, indikator item Z2.1 s/d Z2.4 mengelompok pada faktor 4, dan indikator item Y1 sampai item Y5 mengelompok ke dalam faktor 3. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa konstruk variabel penelitian semuanya valid.

### 3.6.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan konsistensi hasil pengukuran jawaban dari responden. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menghitung nilai cronbach Alpha ( $\alpha$ ) dengan program SPSS for Windows 21 dengan kriteria pengambilan keputusan Jika nilai Alpha > 0,6 maka konstruk

penelitian reliabel, Sedangkan jika nilai Alpha < 0,6 maka konstruk penelitian tidaklah reliabel. (Ghozali, 2006)

**Tabel 3.5**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Ekuitas Merek	0,951	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,960	Reliabel
Resonansi Merek	0,916	Reliabel
Minat beli Ulang	0,905	Reliabel

Sumber : Data DIolah, 2019

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Alpha > 0,6 maka konstruk penelitian reliable.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

#### **3.7.1 Uji Deskriptif**

Definisi analisis deskriptif menurut Sugiyono (2014) merupakan sebuah rumusan masalah mengenai pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel ataupun lebih (variabel mandiri merupakan variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan bersamaan variabel dependen).

### **3.7.2 Uji Asumsi Klasik**

#### **1. Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Alat pengujian yang digunakan pada uji normalitas yaitu Kolmogorof-Smirnov (KS), dengan kriteria pengujian  $\alpha = 0,05$  apabila  $\text{sig} > \alpha$  maka residual terdistribusi secara normal, dan apabila  $\text{sig} < \alpha$  maka residual tidak terdistribusi secara normal.

#### **2. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat atau terjadi ketidaksamaan Varians dari satu residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2005). Untuk menguji ada atau tidaknya Heteroskedastisitas dapat menggunakan Uji Gletser. Apabila  $\text{Sig} > 0,05$  dalam penelitian maka tidak terdapat masalah Heteroskedastisitas.

#### **3. Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi dalam sebuah penelitian ditemukan adanya korelasi antara variabel independen (bebas). Model regresi yang baik dalam sebuah penelitian harusnya tidak terjadi korelasi didalam variabel bebas (Ghozali, 2005). Untuk menguji adanya Multikolinearitas yaitu dengan cara menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai tolerance serta variance inflation factor (VIF). Adanya Multikolinearitas dapat

dilihat dari *tolerance value* atau Nilai Variance Factor (VIF). Batas tolerance value adalah 0,1 dan batas VIF adalah 10. Apabila tolerance value < 0,1 atau VIF > 10 maka terjadi Multikolinearitas.

### 3.7.3 Uji Regresi

Metode regresi linier berganda dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap satu variabel dependen. Uji regresi terdiri dari 3 model penelitian. Model pada analisis regresi berganda ini ialah:

$$Z1 = b_1X + e$$

$$Z2 = b_2X + b_3Z1 + e$$

$$Y = b_4X + b_5Z1 + b_6Z2 + e$$

Dimana :

Y = Minat beli ulang

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$  = Koefisien regresi dari variabel

Z1 = Kepuasan Konsumen

Z2 = Resonansi merek

X = Ekuitas Merek

e = Error

#### 3.7.3.1 Pengujian Hipotesis dengan Uji F (Simultan)

Hipotesis adalah dugaan secara logis korelasi antara dua variabel ataupun lebih yang ditampilkan dalam pernyataan yang bisa diuji kebenarannya. Pengujian secara simultan, Uji F ini digunakan dalam menunjukkan semua variabel bebas (X) yang dimasukkan pada model apakah mempunyai pengaruh secara bersama-sama

terhadap variabel terikat (Y) (Ghozali, 2011), maka digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian kesesuaian model regresi berganda.

Langkah-langkahnya ialah:

- 1) Merumuskan hipotesis operasional.

Ho : Tidak terdapat pengaruh positif variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

Ha : terdapat pengaruh positif variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

- 2) Menentukan taraf signifikan ( $\alpha$ ) dan/atau derajat kebebasan (df) pengujian. pada penelitian ini menggunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%.

- 3) Menetapkan kriteria pengujian hipotesis:

Ho diterima apabila probabilitas *value*  $\geq 5\%$

Ho ditolak apabila probabilitas *value*  $\leq 5\%$

- 4) Melakukan perhitungan menggunakan program SPSS
- 5) Menarik kesimpulan atas butir (3) dan (4).

### 3.7.3.2 Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji T)

Membuktikan hipotesis bisa dengan uji t dalam mengetahui apakah variabel independen (X) secara individu (parsial) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2013).

Langkah-langkah Uji nya ialah:

- 1) Merumuskan hipotesis operasional.



Ho : Tidak terdapat pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

Ha : terdapat pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

- 2) Menentukan taraf signifikan ( $\alpha$ ) atau derajat kebebasan (df) pengujian. Pada penelitian menggunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%.
- 3) Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis:  
Ho diterima apabila probabilitas *value*  $\geq 5\%$   
Ho ditolak apabila probabilitas *value*  $\leq 5\%$
- 4) Melakukan perhitungan menggunakan program SPSS.
- 5) Menarik kesimpulan berdasarkan butir (3) dan (4).