

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi atau petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional juga dapat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah satu variabel dependen (variabel terikat) dan dua variabel independen (variabel bebas). Variabel terikat pada penelitian ini adalah Minat Beli Ulang. Sedangkan variabel bebas yaitu Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Layanan.

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen atau variabel terikat. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Soegiyono, 2011:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Minat Beli Ulang

Minat beli ulang merupakan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian lagi setelah menerima reaksi yang menyenangkan terhadap perilaku sebelumnya. Niat pembelian kembali yang kuat didorong oleh tingkat kepuasan konsumen yang tinggi (Kotler et al., 2022:181).

(Kotler et al., 2022:192) menyatakan bahwa minat beli ulang dapat diidentifikasi melalui indikator – indikator sebagai berikut:

a. Minat transaksional,

Merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

b. Minat refrensial

Merupakan kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

c. Minat preferensial

Merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

d. Minat eksploratif

Merupakan minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat – sifat positif dari produk tersebut

2. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab akibat perubahan dan timbulnya variabel dependen (terikat) (Soegiyono, 2011:39). Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Layanan

a. Pengalaman Pelanggan

Pengalaman Pelanggan merupakan respon internal dan subyektif yang dimiliki konsumen terhadap kontak langsung maupun tidak langsung dengan sebuah perusahaan. Kontak langsung umumnya terjadi pada saat pembelian, penggunaan, dan pelayanan. Kontak tidak langsung meliputi pertemuan yang tidak direncanakan dengan representasi dari produk, layanan, atau *brand* perusahaan yang berbentuk rekomendasi atau kritik, iklan, laporan berita, *review*, dan sebagainya (Schmitt, 2003). Pengalaman pelanggan merupakan suatu peristiwa atau kejadian pribadi yang terjadi sebagai respon atas berbagai stimulus yang penjual atau produk berikan (Schmitt, 2003).

(Schmitt, 2003) menyatakan bahwa pengalaman pelanggan dapat diukur dengan lima indikator, diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Sense experience* merupakan panca indera manusia yang digunakan sebagai alat guna melihat, mendengar, mencium, dan merasakan terhadap suatu produk atau jasa.

- 2) *Feel experience* merupakan perasaan emosi yang timbul dari perasaan yang positif dan menyenangkan terjadi saat pelanggan mengkonsumsi produk atau jasa.
- 3) *Think experience* merupakan timbulnya pikiran kreatif di benak pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dimana pelanggan ikut serta memecahkan masalah atau mengaitkan pemikiran kreatifnya pada produk atau jasa tersebut.
- 4) *Act experience* merupakan timbulnya pengalaman pelanggan secara fisik yang berkenaan dengan perilaku dan gaya hidup jangka panjang, pengalaman yang terjadi sebagai bentuk interaksi dengan orang lain
- 5) *Relate experience* merupakan usaha agar dapat terhubung dengan orang lain, mengaitkan diri dengan produk atau jasa. Pengalaman ini terus sampai pada pengenalan suatu kelompok yang membentuk organisasi sosial.

b. Kualitas Layanan

Kapasitas bisnis untuk memberikan layanan yang unggul dibandingkan dengan pesaingnya disebut sebagai kualitas layanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang penting yang harus diperhatikan oleh para manajer perusahaan. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2008:59).

(Tjiptono, 2008:62) menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dapat diukur dan dievaluasi dengan mengadakan penelitian melalui dimensi – dimensi kualitas layanan, kelima indikator ini disebut SERVQUAL sebagai berikut:

1) Bukti langsung (*Tangibles*)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi. *Tangibles* banyak digunakan oleh perusahaan – perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam rangka untuk meningkatkan imagenya, memberikan kualitas kepada para pelanggannya.

2) Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Dalam pengertian lebih luas *reliability* dapat diartikan bahwa perusahaan menyampaikan jasa, prosedur pelayanan, pemecahan masalah dan penetapan harga

3) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Dimensi ini menekankan pada perhatian penuh dan kecepatan dalam melakukan hubungan dengan para pelanggan baik itu perminta, pertanyaan, keluhan, dan masalah – masalah.

4) Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan. Merupakan dimensi terpenting dari suatu layanan dimana para pelanggan harus bebas dari bahaya dan risiko yang tinggi atau bebas dari keraguan dan tidak pastian.

5) Empati (*Emphaty*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal terpenting dari empati adalah cara penyampaian yang baik secara personal maupun biasa. Para pelanggan dianggap sebagai orang yang penting dan khusus.

B. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian merupakan suatu batasan penelitian yang menggambarkan batas penelitian, mempersempit permasalahan, dan membatasi area penelitian (Soegiyono, 2011:75). Agar penelitian ini dapat terarah dengan tepat dan mengatasi terjadinya penyimpangan-pengimpangan pada penyusunan tugas akhir ini, maka harus ada batasan yang jelas dalam ruang lingkup penelitian pada bidang pemasaran yaitu

mengenai pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk *Korean Food* MTV Kota Pasuruan.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan baik online maupun offline pada MTV *Korean Mart* di Jl. Panglima Sudirman No. 95, Purworejo, Kota Pasuruan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

(Soegiyono, 2011:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atau kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi bukan hanya orang atau manusia melainkan juga objek dan benda-benda lain. Populasi juga meliputi seluruh karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut, menentukan populasi sebelum melakukan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang telah melakukan pembelian pada produk *Korean Food* di MTV Kota Pasuruan dalam kurun waktu enam bulan terakhir sejak berdirinya MTV *K-Mart*.

2. Sampel

(Soegiyono, 2011:81) Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dimana teknik dalam pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan yang sudah ditentukan kepada responden. Adapun kriteria dalam pengambilan sampel yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali pembelian pada produk *Korean Food MTV K-Mart* Kota Pasuruan dan konsumen yang berusia mulai dari 12 – 60 tahun.

Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti, maka untuk mempermudah penentuan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Hair. (Joseph F, Hair JR., 2016) menyatakan bahwa, penentuan jumlah sampel yang *representative* yaitu tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dalam penelitian ini terdapat 14 indikator dan pengalinya diambil angka 5, dapat disimpulkan bahwa sampel yang digunakan yaitu 70 responden. Pengambilan sampel dilakukan dalam kurun waktu satu bulan.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya dalam bentuk angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu, variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). (Soegiyono, 2011:82) menyatakan bahwa, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk memeriksa populasi sampel tertentu dan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditemukan.

2. Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Sumber data terdiri dari sumber data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung diberikan data kepada pengumpul data (Soegiyono, 2011:225). Sumber data penelitian diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, observasi maupun penyebaran kuesioner kepada konsumen *Korean Food* MTV minimal satu kali pembelian. Sumber data primer dari penelitian ini berupa kuesioner

tentang tanggapan mengenai Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang di *Korean Food* MTV Kota Pasuruan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Soegiyono, 2011:225). Sumber data penelitian diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung. Data sekunder adalah sumber data pendukung yang mempunyai relevansi dengan objek penelitian yang diperoleh melalui buku, artikel/jurnal, dan dokumentasi. Sumber data sekunder dari penelitian ini adalah jurnal mengenai Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. (Soegiyono, 2011:137) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Cara pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik

observasi. (Soegiyono, 2011:145) menyatakan bahwa, observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi sebenarnya para konsumen di *Korean Food* MTV.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara menjadi salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari responden yang terkait. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka *face to face* antara pewawancara dengan narasumber, dimana peneliti bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. (Soegiyono, 2011:138) berpendapat bahwa, jenis wawancara ini sudah termasuk dalam katagori *in depth interview*, dimana wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Responden dalam wawancara ini yaitu konsumen *Korean Food* yang telah melakukan pembelian pada produk *Korean Food* di MTV.

3. Kuesioner

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yaitu daftar pernyataan yang disusun secara tertulis yang bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban para responden. (Soegiyono, 2011:142) menyatakan, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini menggunakan skor skala likert dan disebarakan melalui online ataupun offline dengan media *google form* maupun kertas formulir.

Tabel 1
Skor Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: (Soegiyono, 2011:93)

G. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah suatu proses untuk mendapatkan data dari setiap variabel penelitian yang siap dianalisis. Pengolahan data meliputi kegiatan pengeditan data, tranformasi data (*coding*), serta penyajian data sehingga diperoleh data yang lengkap dari masing-masing objek untuk etiap variabel yang diteliti.

1. Editing

Editing adalah pemeriksaan atau koreksi data yang telah dikumpulkan. Pengeditan dilakukan karena kemungkinan data yang masuk (*raw data*) tidak memenuhi syarat atau tidak sesuai dengan kebutuhan. Pengeditan data dilakukan untuk melengkapi kekurangan atau menghilangkan kesalahan yang terdapat pada data mentah. Kekurangan dapat dilengkapi dengan mengulangi pengumpulan data atau dengan cara penyisipan (*interpolasi*) data. Kesalahan data dapat dihilangkan dengan membuang data yang tidak memenuhi syarat untuk dianalisis.

2. Coding (Penkodean)

Coding atau pengkodean adalah pemberian kode-kode tertentu pada tiap-tiap data termasuk memberikan kategori untuk jenis data yang sama. Kode adalah simbol tertentu dalam bentuk huruf atau angka untuk memberikan identitas data. Kode yang diberikan dapat memiliki makna sebagai data kuantitatif (berbentuk skor). Transformasi data menjadi data kuantitatif dapat dilakukan dengan memberikan skor terhadap setiap jenis data dengan mengikuti kaidah-kaidah dalam skala pengukuran.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah proses menempatkan data dalam bentuk tabel dengan cara membuat tabel yang berisikan data sesuai dengan kebutuhan analisis. Tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas semua data

yang akan dianalisis. Pemisahan tabel akan menyulitkan peneliti dalam proses analisis data. Misalnya, seorang peneliti melakukan pengukuran terhadap empat variabel yaitu: (1) Jenis kelamin, (2) Tingkat pendidikan, (3) Pengalaman kerja, (4) Kompetensi profesional, serta (5) Kinerja guru.

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Soegiyono, 2011:222). Instrumen penelitian adalah alat pengumpul data dalam penelitian atau alat penelitian. Instrumen penelitian dibuat berdasarkan landasan teori. Pada penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dengan pengukuran skala *likert*. (Soegiyono, 2011:93) menjelaskan bahwa, cara menyusun instrumen penelitian yaitu dengan menetapkan variabel-variabel penelitian untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasional, dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Butir-butir pertanyaan atau pernyataan tersebut yang nantinya akan dijadikan kuesioner.

1. Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan untuk menguji alat ukur yang digunakan apakah valid dan reliabel (Soegiyono, 2011:121). Karena dengan

menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Oleh karena itu, dalam penelitian ini uji instrumen perlu dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas isi dari kuesioner tersebut.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid dan reliabilitas suatu penelitian. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Soegiyono, 2011:122). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *defree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Kriteria adalah apabila skor r hitung $>$ r tabel maka indikator dianggap valid dan apabila skor r hitung $<$ r tabel maka indikator dianggap tidak valid, serta menggunakan pengujian validitas dengan tingkat signifikansi 5%.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner penelitian yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas juga digunakan untuk menguji konsistensi data yang dimiliki dalam jangka waktu tertentu, yakni untuk mengetahui sejauh apa

pengukuran digunakan dapat diandalkan atau dipercaya. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja) yaitu pengukurannya dilakukan hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Soegiyono, 2011:122). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Cornbach Alpha* (α) yaitu suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cornbach Alpha* . 0,60,

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

(Soegiyono, 2011:147) menjelaskan bahwa teknik analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan teknik statistik deskriptif. Uji deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi tentang ciri atau karakteristik variabel-variabel penelitian yang utama. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Soegiyono, 2011:147).

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:161). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) test yang terdapat di program SPSS. Teknik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan (Sig) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikan (Sig) > 0,05 maka data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi antar variabel (Ghozali, 2016:107). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam regresi adalah dengan cara melihat besaran dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan juga nilai *Tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen diregres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas sebagai berikut:

- 1) Nilai *Tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF $< 10,00$
(Ghozali, 2018:108)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidak samaan variance dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika variance dari suatu pengamatan kepengamatan lain sama maka disebut homoskedastisitas dan jika variance berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:137). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2016:111). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin- Watson (DW-Test)

e. Uji Linearitas

(Ghozali, 2016:135) menyatakan bahwa uji linearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah informasi model yang digunakan sudah benar atau belum. Apakah fungsi yang digunakan dalam studi empiris harus linear, kuadrat, atau kubik. Pada penelitian ini peneliti menggunakan program SPSS dengan melihat tabel ANOVA atau sering disebut dengan uji linearitas. Berikut adalah prosedur pengujian

Pernyataan hipotesis

H_0 = model regresi linear

H_1 = model regresi tidak linear

Dengan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai probabilitas signifikan (Sig) $> 0,05$, maka H_0 diterima

Jika nilai probabilitas signifikan (Sig) $< 0,05$, maka H_1 ditolak

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu pengaruh variabel dependen. Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:95).

Berikut adalah persamaan regresi linear berganda yang digunakan oleh peneliti adalah, sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang

$\beta_1 X_1$ = Pengalaman Pelanggan

$\beta_2 X_2$ = Kualitas Layanan

α = Konstanta

e = Nilai error

4. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui jawaban dari rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang telah diungkapkan, maka dibutuhkan pengujian hipotesis yang sesuai terkait hipotesis yang telah dirumuskan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan hipotesis secara parsial (Uji t).

a. Uji F.

Uji F merupakan uji untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian statistik Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikan yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut (Ghozali, 2016:102).

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Artinya semua variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Artinya semua variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji t.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yang di uji pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kemlesetan 5%. Jika nilai *probability* t

lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:98).

Kriteria pengambilan keputusan hasil t- hitung dibandingkan dengan t- tabel, dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig. < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

- 2) Jika nilai sig. > 0,05 atau t hitung < t tabel, maka hipotesis ditolak

Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:97). Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil memperlihatkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksikan variasi variabel dependen.