

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas *Customer Satisfaction* (X1) dan *Customer Experience* (X2) terhadap variabel Y (variabel terikat) yaitu Minat Beli Ulang, baik secara parsial maupun simultan (Sugiyono, 2021).

Penelitian asosiatif ini menggunakan metode penelitian *explanatory survey* karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis, yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Menurut Sugiyono (2021), metode penelitian *explanatory survey* adalah metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Penelitian ini ingin menguji Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Aplikasi Blibli.com.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Fokus objek penelitian ini adalah pengaruh *Customer Satisfaction* sebagai variabel independen pertama (X1) dengan indikator kualitas pelayanan, kualitas harga, serta kualitas ekspektasi dan hasil. Kemudian *Customer Experience* sebagai variabel independen kedua (X2) dengan indikator aksesibilitas, kualitas proses pembelian, kualitas proses pembayaran, pelayanan pelanggan, dan ulasan konsumen, terhadap Minat Beli Ulang sebagai variabel dependen (Y) dengan indikator minat membeli ulang produk tertentu, dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

Unit analisis adalah mengenai subjek penelitian yaitu individu (perorangan), kelompok (gabungan perorangan), organisasi, atau daerah/wilayah. Unit analisis dapat berupa 1 (satu) unit, beberapa unit, atau seluruh unit yang ada (populasi) (Chaidir et al., 2021). Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisisnya berupa individual, yaitu penelitian mengenai individu/orang dalam suatu kelompok/organisasi, sehingga data yang didapat berasal dari respon setiap individu dalam suatu kelompok/organisasi. Unit analisis dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa/i Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Tahun 2020 pengguna aplikasi Blibli.com yang pernah melakukan pembelian sebelumnya.

Lokasi penelitian untuk memperoleh data dari responden berlokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan tepatnya di Jl. Pakuan, RT.02/RW.06, Tegallega, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16129.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1. Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Data kuantitatif adalah data mengenai jumlah, tingkatan, perbandingan, volume, yang berupa angka-angka (Kuncoro, 2013).

3.3.2. Sumber Data Penelitian

Untuk sumber data penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal (Kuncoro, 2013). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan kepada pengguna aplikasi Blibli.com yang pernah melakukan pembelian yang dibagikan secara *online* kepada responden yaitu Mahasiswa/i Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Angkatan Tahun 2020 menggunakan *google form*.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan oleh Lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2013). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa teori pendukung. Data ini diperoleh dari beberapa sumber seperti buku literatur, jurnal, dan internet.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2021) variabel penelitian yaitu suatu atribut atau sifat atau nilai dari individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya setelah memperoleh informasi dari hal tersebut. Variabel penelitian terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau terbentuknya variabel dependen. Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, atau *antecedent* (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Customer Satisfaction* dan *Customer Experience*.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen sering kali disebut sebagai variabel *output*, kriteria, atau konsekuensi (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Minat Beli Ulang (*Repurchase Intention*).

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Untuk mengetahui lebih jelas, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 mengenai operasionalisasi variabel untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
<i>Customer Satisfaction</i> (X1)	Kualitas Pelayanan	Pembeli merasa puas dengan keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh aplikasi Blibli.com.	Ordinal
		Pembeli merasa puas dengan fitur kategori produk pada aplikasi Blibli.com.	Ordinal
		Pembeli Blibli.com merasa puas dengan berbagai macam promo yang ditawarkan oleh aplikasi Blibli.com.	Ordinal
	Kualitas Harga	Harga produk yang ada di aplikasi Blibli.com lebih terjangkau dibanding dengan harga di <i>e-commerce</i> lain.	Ordinal
		Harga produk yang ada di aplikasi Blibli.com bervariasi untuk jenis barang yang sama sesuai dengan penawaran yang diberikan tiap penjualnya.	Ordinal
	Kualitas Ekspektasi dan Hasil	Harga produk yang ditawarkan Blibli.com sesuai dengan ekspektasi pembeli.	Ordinal

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
		Kinerja aplikasi Blibli.com sesuai dengan ekspektasi pembeli.	Ordinal
<i>Customer Experience (X2)</i>	Aksesibilitas	Berbelanja di Blibli.com dapat mudah dilakukan melalui akses <i>website</i> .	Ordinal
		Alur proses transaksi (pencarian, kategori produk, promo/iklan, <i>check out</i> barang, <i>customer service</i>) pada aplikasi Blibli.com mudah untuk diakses oleh penggunanya.	Ordinal
	Kualitas Proses Pembelian	Fitur pencarian di aplikasi Blibli.com memudahkan pembeli menemukan produk yang ingin dicari.	Ordinal
		Blibli memiliki variasi metode pengiriman tergantung dengan kecepatan waktu pengiriman barang yang dibutuhkan pembeli.	Ordinal
	Kualitas Proses Pembayaran	Blibli.com memiliki variasi metode pembayaran yang beragam sesuai dengan kebutuhan penggunanya.	Ordinal
		Metode pembayaran secara non-tunai melalui <i>e-wallet</i> BlibliPay mudah untuk digunakan.	Ordinal
		Metode pembayaran secara non-tunai melalui transfer <i>virtual account</i> mudah untuk digunakan.	Ordinal
		Metode pembayaran secara non-tunai melalui kartu kredit/debit mudah untuk digunakan.	Ordinal
		Metode pembayaran secara non-tunai melalui	Ordinal

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
		cicilan tanpa kartu kredit (Kredivo, BRI Ceria, Home Credit) mudah untuk digunakan.	
		Metode pembayaran secara non-tunai melalui uang elektronik (OVO, GoPay, DANA, LinkAja, Layanan Syariah LinkAja, Sakuku, QRIS) mudah untuk digunakan.	Ordinal
		Metode pembayaran secara tunai melalui bayar di gerai (Alfa Group, Indomaret/i.saku) mudah untuk digunakan.	Ordinal
		Seluruh metode pembayaran yang disediakan oleh Blibli.com aman untuk digunakan.	Ordinal
	Pelayanan Pelanggan	<i>Customer service</i> Blibli.com tersedia 24/7 (24 jam seminggu) untuk dihubungi.	Ordinal
		<i>Customer service</i> Blibli.com cepat tanggap dalam mengatasi keluhan yang diajukan oleh pelanggan.	Ordinal
		<i>Customer service</i> Blibli.com dapat menyelesaikan keluhan pelanggan hingga tuntas.	Ordinal
	Ulasan Konsumen	Aplikasi Blibli.com memiliki fitur <i>customer review</i> dari pembeli lain yang pernah berbelanja produk di Blibli.com.	Ordinal
		Fitur <i>customer review</i> pada aplikasi Blibli.com dapat membantu pembeli untuk memutuskan produk yang akan dibeli.	Ordinal
Minat Beli Ulang (Y)	Minat Membeli Ulang Produk	Pembeli akan berbelanja kembali di toko yang	Ordinal

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
	Tertentu	sama dengan sebelumnya menggunakan aplikasi Blibli.com.	
		Pembeli akan berbelanja kembali menggunakan aplikasi Blibli.com meskipun berbelanja di toko yang berbeda.	Ordinal
	Merekomendasikan Produk Kepada Orang Lain	Pembeli merekomendasikan aplikasi Blibli.com kepada keluarganya untuk membeli barang yang mereka butuhkan.	Ordinal
		Pembeli merekomendasikan aplikasi Blibli.com kepada mahasiswa di lingkungan kampus untuk membeli barang yang dibutuhkan.	Ordinal

Sumber: Data diolah, 2024

3.5. Metode Penarikan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Berdasarkan definisi tersebut peneliti menyimpulkan bahwa populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Blibli.com dan pernah melakukan pembelian. Apabila jumlah populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, maka peneliti dapat menentukan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2021), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili populasi (*representative*). Bila sampel tidak mewakili populasi (*representative*) maka dapat membuat kesimpulan yang salah mengenai sesuatu.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode sampel non-probabilitas (*non probability sampling*). Sampel non-probabilitas (*non-probability sampling*) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2021).

Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Quota Sampling* yang mana *quota sampling* merupakan teknik menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2021). Adapun ruang lingkup Batasan dari sampel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mahasiswa/i Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Angkatan Tahun 2020.
2. Pengguna aplikasi Blibli.com dan pernah melakukan pembelian pada aplikasi tersebut.

Penelitian ini memiliki jumlah dan besar sampel yang tidak diketahui secara pasti dan berubah-ubah maka, penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Menurut Riyanto & Hatmawan (2020), rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti. Rumus tersebut adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 \times P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
 z = Skor z pada kepercayaan 90% = 1,645
 P = Maksimal estimasi = 50% = 0.5
 d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,645^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2} \\ n &= \frac{0,677}{0,01} \\ n &= 67,7 = 68 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan di atas, jumlah sampel yang dipergunakan yaitu sebanyak 67,7 atau 68 orang. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 68 responden.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan atau memperoleh data agar data yang diperoleh valid, reliabel, dan obyektif (Sugiyono, 2021). Metode pengumpulan data harus dilakukan dengan baik dan benar sehingga dapat diperoleh data yang akurat sesuai dengan kebutuhan

penelitian. Metode pengumpulan yang dilakukan untuk mengumpulkan data primer dan sekunder dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

- a. Metode sampel pra survei, yaitu mengambil sebagian dari total populasi sampel sebesar 30 responden untuk uji coba kuesioner. Hal ini sesuai dengan yang telah dikemukakan oleh Singarimbun dan Effendi (2011) bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah minimal 30 responden. Dengan jumlah minimal 30 orang maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurva normal. Kemudian peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan dari responden yang menjadi sampel penelitian dengan menggunakan kuesioner berupa *google form*.
- b. Survei, teknik yang dilakukan dalam metode survei penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini, kuesioner berupa daftar pernyataan untuk mendapatkan data/informasi berkenaan dengan masalah yang diteliti yang dibagikan secara *online* kepada responden yaitu Mahasiswa/i Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan Angkatan Tahun 2020 menggunakan *google form*.

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur hasil kuesioner yang telah dibagikan secara *online* kepada para responden adalah menggunakan alat ukur skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala ini, jawaban tiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2021).

Berikut skala dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* empat untuk menghindari responden menjawab jawaban netral, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala *Likert*

Kriteria Jawaban	Kode	Skor atau Nilai
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, 2021

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah ada, seperti buku-buku, jurnal, literatur, dan juga *website* yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Adapun metode analisis data yang digunakan, yaitu:

1. Pengujian Instrumen Data

a. Uji Validitas

Validitas instrumen penelitian merupakan hal yang utama dalam meningkatkan efektivitas proses pengumpulan data. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dan menampilkan apa yang harus ditampilkan (Sugiyono 2021). Untuk mencari nilai validitas di sebuah item mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Menurut Kuncoro (2013), dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung positif serta r hitung $> r$ tabel, maka butir atau variabel tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung positif serta r hitung $< r$ tabel, maka butir atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.
- 3) Jika r hitung $> r$ tabel tetapi bertanda negatif, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari variabel *Customer Satisfaction* (X1), *Customer Experience* (X2), dan Minat Beli Ulang (Y) pada mahasiswa/i aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Angkatan Tahun 2020 dengan total $N = 30$, $df (n-2) = df (30 - 2 = 28)$, r -tabel = 0,361, dan tingkat signifikan 0,05% dengan penilaian r -hitung $> r$ -tabel.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Customer Satisfaction (X1)

No. Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,806	0,361	Valid
2	0,854	0,361	Valid
3	0,812	0,361	Valid
4	0,737	0,361	Valid
5	0,728	0,361	Valid
6	0,846	0,361	Valid
7	0,818	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 7 (tujuh) *item* pernyataan dari variabel *Customer Satisfaction* dinyatakan valid karena nilai

R Hitung dari setiap item pernyataan tersebut lebih besar dari nilai pada R Tabel.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Customer Experience (X2)

No. Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,673	0,361	Valid
2	0,849	0,361	Valid
3	0,821	0,361	Valid
4	0,845	0,361	Valid
5	0,590	0,361	Valid
6	0,808	0,361	Valid
7	0,777	0,361	Valid
8	0,839	0,361	Valid
9	0,764	0,361	Valid
10	0,727	0,361	Valid
11	0,822	0,361	Valid
12	0,888	0,361	Valid
13	0,712	0,361	Valid
14	0,787	0,361	Valid
15	0,844	0,361	Valid
16	0,805	0,361	Valid
17	0,512	0,361	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 17 (tujuh belas) *item* pernyataan dari variabel *Customer Experience* dinyatakan valid karena nilai R Hitung dari setiap item pernyataan tersebut lebih besar dari nilai R Tabel.

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang (Y)

No. Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,792	0,361	Valid
2	0,860	0,361	Valid
3	0,856	0,361	Valid
4	0,845	0,361	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 4 (empat) *item* pernyataan dari variabel Minat Beli Ulang dinyatakan valid karena nilai R Hitung dari setiap item pernyataan tersebut lebih besar dari nilai R Tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menyatakan bahwa apabila instrumen yang digunakan secara berulang (dalam waktu yang berbeda) untuk mengukur objek yang sama. Selanjutnya reliabilitas adalah derajat konsistensi/keajegan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2021). Suatu variabel kuesioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,600 (Kuncoro, 2013). Pengujian reliabilitas kuesioner pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (α) dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{\mu} = \left[\frac{K}{(K - 1)} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\Sigma \sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{μ}	=	Koefisien reliabilitas instrumen
K	=	Jumlah butir instrumen
$\Sigma \sigma_b^2$	=	Varians butir
$\Sigma \sigma_t^2$	=	Varians total

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dari variabel *Customer Satisfaction* (X1), *Customer Experience* (X2), dan Minat Beli Ulang (Y):

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Customer Satisfaction

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,903	7

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* dari variabel *Customer Satisfaction* sebesar 0,903. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga ketujuh *item* pada instrumen yang digunakan dianggap reliabel.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Customer Experience

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,955	17

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* dari variabel *Customer Experience* sebesar 0,955. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga ketujuh belas *item* pada instrumen yang digunakan dianggap reliabel.

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Ulang

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,858	4

Sumber: Data primer diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* dari variabel Minat Beli Ulang sebesar 0,858. Nilai tersebut lebih besar dari 0,60 sehingga keempat *item* pada instrumen yang digunakan dianggap reliabel.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2021). Analisis deskriptif dalam penelitian ini berkaitan dengan karakteristik responden yaitu jenis kelamin, usia, frekuensi penggunaan *e-commerce* Blibli.com, pekerjaan, dan pernyataan penilaian responden terhadap setiap indikator dalam penelitian.

Tanggapan responden dihitung menggunakan rumus total tanggapan responden sebagai berikut:

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

Setelah mengetahui jumlah tanggapan dari seluruh responden, Langkah berikutnya adalah menghitung nilai rata-rata dari indeks yang bebas dan tidak bebas untuk menilai kondisi variabel tersebut.

Tabel 3.9 Kriteria Interpretasi Hasil

Kategori	Skala
76 – 100%	Sangat Setuju/Sangat Baik
51 – 75%	Setuju/Baik
26 – 50%	Tidak Setuju/Tidak Baik
0 – 25%	Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Baik

Sumber: Sugiyono, 2021

3. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak. Artinya sebaran data di dalam populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Artinya data tersebut dapat mewakili populasi yang digunakan dalam penelitian (Kasmir, 2022). Dalam praktiknya pengujian normalitas dapat digunakan untuk sampel sebanyak 30 ($n > 30$) maka diasumsikan sudah cukup baik atau berdistribusi normal. Namun untuk memberikan kepastian perlu dilakukan pengujian normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov, Chi-Square, Liliefors, atau alat uji lainnya.

Salah satu uji normalitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov Smirnov (K-S) dengan ukuran sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah uji untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel yang diuji apakah terdapat hubungan yang kuat atau tidak (Kasmir, 2022). Pendeteksian multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factors* (VIF).

Menurut Kasmir (2022), penilaian terhadap apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF $< 10,0$ artinya tidak terjadi multikolinearitas dalam uji model regresi.
- 2) Jika nilai VIF $> 10,0$ artinya terjadi multikolinearitas dalam uji model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji untuk menilai ketidaksamaan variabel residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya (Kasmir, 2022). Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolute residual dengan variabel-variabel independen dalam model (Prawoto 2019). Uji statistik yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah uji *glejser*, uji *park*, atau uji *white*.

Menurut Kasmir (2022), penilaian terhadap pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan standar berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t Parsial

Uji t adalah uji yang dilakukan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) (Kasmir, 2022). Uji t juga digunakan untuk melihat signifikansi suatu variabel yang diuji. Artinya dalam uji t ini dapat melihat apakah hasil pengujian antara variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak. Menurut Kasmir (2022), untuk menentukan nilai uji t dengan ketentuan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka secara parsial variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.
- 3) Jika nilai sig. $\geq 0,05$ berarti variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.
- 4) Jika nilai sig. $\leq 0,05$ berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F Simultan

Uji F merupakan uji secara bersama-sama atau serempak dari seluruh variabel bebas yang ada dengan variabel terikat (Kasmir, 2022). Menurut Kasmir (2022) untuk menentukan nilai uji F digunakan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ berarti tidak berpengaruh secara bersama-sama (simultan).
- 2) Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ berarti berpengaruh secara bersama-sama (simultan).

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal ini yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien Determinasi ($Adjusted R^2$) nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Adapun rumus untuk menghitung koefisien determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Koefisien Korelasi

d. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik statistika untuk membuat model dan menyelidiki pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen) (Prawoto, 2019). Untuk kebutuhan pada penelitian ini, maka rumus tersebut dapat dimodifikasi menjadi:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

$\hat{Y}$ = Minat Beli Ulang

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel bebas

X_1 = *Customer Satisfaction*

X_2 = *Customer Experience*