



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Neuman (2014, p. 61) memaparkan bahwa paradigma ini melihat bahwa penelitian terkait ilmu sosial memiliki kemiripan dengan riset pengetahuan yang lain secara fundamental di mana sebuah realitas sosial diasumsikan memiliki fakta objektif yang dapat diukur. Lima syarat dari paradigma positivistik menurut Kriyantono (2010, p. 56), dapat diamati (*observable*), dapat diulang (*repeatable*), dapat diukur (*measureable*), dapat diuji (*testable*), dapat diprediksi (*predicable*). Pada umumnya penelitian yang menggunakan paradigma positivistik adalah penelitian kuantitatif.

Terdapat dua jenis penelitian yang biasa dilakukan yaitu, penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Ardianto (2010, p. 47) mengungkapkan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bernuansa angka dari teknik pengumpulan sebuah data di lapangan. Dengan menggunakan metode ini, peneliti harus menjaga jarak dari masalah atau fenomena yang sedang diteliti. Penulis diharapkan untuk tidak memberikan arahan dalam proses pengumpulan data di lapangan. Sedangkan, penelitian kualitatif menurut Ardianto (2010, p. 58) merupakan penelitian yang menjadi melibatkan peneliti sebagai *instrument* kunci sehingga peneliti

terlibat dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek dalam penelitian.

Sesuai dengan pemaparan di atas, penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena terkait dengan data dalam bentuk angka-angka yang diperoleh dari hasil pengumpulan data melalui penyebaran survei atau kuesioner. Data tersebut nantinya akan diolah menggunakan *software* sehingga hasil yang diperoleh murni tanpa campur tangan peneliti. Sebelum merancang dan membuat kuesioner, peneliti melakukan wawancara terhadap narasumber dari pihak Innisfree. Adapun data yang berusaha digali berkaitan dengan karakteristik member dari Innisfree. Dengan adanya data penunjang tersebut diharapkan kuesioner yang dibuat dapat sesuai dengan tujuan penelitian yang diinginkan.

Penelitian eksplanatif merupakan penelitian yang bertujuan menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat hipotesis penelitian yang sudah ada. Adapun tujuan dari penelitian eksplanatif (Kriyantono, 2006, p. 69) adalah menentukan sifat dari hubungan antar suatu variabel atau lebih dengan variabel terkait dengan satu atau lebih variabel bebas. Sifat penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif dengan dua variabel yakni efektivitas dari program *Customer Relationship Management* dari Innisfree Indonesia sebagai variabel X dan minat beli ulang konsumen sebagai variabel Y.

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian menggunakan survei. Penelitian dengan metode survei dapat digunakan untuk mengkaji populasi yang besar maupun yang kecil dengan melakukan seleksi maupun mengkaji sample yang dipilih dari populasi untuk menemukan insidensi, distribusi dan interelasi relatif dari variabel-variabel (Fred Kerlinger, 2004, p. 660). Ciri khas penggunaan metode ini adalah data dikumpulkan dari responden yang banyak jumlahnya dengan menggunakan kuesioner (Ardianto, 2010, p. 51). Tujuan dari metode ini (Kriyantono, 2006, p. 59) ialah memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili suatu populasi.

Dari beberapa pendapat tersebut, secara sederhana, penelitian dengan metode survei merupakan salah satu metode yang mengkaji populasi secara luas dengan menggunakan sampel populasi yang bertujuan untuk membuat deskripsi, generalisasi, atau prediksi mengenai opini, perilaku, dan karakteristik dalam sebuah populasi. Sebelumnya, daftar pertanyaan akan dibuat dalam bentuk kuesioner dan disebarkan kepada target sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Melalui kuesioner tersebut akan diperoleh data berupa jawaban dari responden dalam bentuk data angka yang kemudian akan diproses dan diolah menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Sehingga hasil yang diperoleh nantinya murni dari hasil jawaban responden tanpa adanya campur tangan peneliti.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2014, p.80), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian memperoleh kesimpulan. Populasi dapat dikatakan sebagai seluruh bagian dari objek penelitian atau yang akan diamati. Populasi sendiri dapat berupa benda, orang, objek maupun peristiwa tertentu.

Dalam penelitian kali ini, populasinya adalah seluruh *customer* dari Innisfree Indonesia yang menjadi anggota dari *My Innisfree Reward Membership Card* di wilayah Gading Serpong yang mencapai 1204 orang yang tercatat sebagai member Innisfree hingga akhir Maret 2018, bersumber dari data wawancara singkat dengan pihak manager operasional dan pengembangan pelayanan konsumen Innisfree Mr Lee Hyun Sin (Summarecon Mall Serpong).

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014, p. 81). Hasil yang diperoleh dari sampel nantinya akan ditarik menjadi kesimpulan yang diberlakukan bagi populasi karenanya, sampel yang diambil harus yang benar-benar merepresentasikan sebuah populasi.

Terdapat berbagai macam teknik sampling yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2010, p. 62-63). Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random* dan *area random*. Sedangkan, *Non-probability sampling* meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, *purposive sampling*, sampling jenuh, *snowball sampling*.

Untuk penelitian ini, peneliti akan menggunakan salah satu teknik dari *non-probability sampling*, yaitu *Purposive Sampling*. Sejalan dengan yang diungkapkan Sugiyono (2010, p. 68), *purposive sampling* merupakan cara menentukan sampel dengan menetapkan kriteria tertentu. *Purposive sampling* merupakan teknik yang menetapkan kriteria khusus terhadap sampel untuk menemukan permasalahan dengan memilih objek yang dapat memahami dan merepresentasikan permasalahan tersebut (Priyono, 2016, p. 118). Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- responden pernah membeli produk-produk Innisfree
- responden adalah anggota member dari Innisfree

Alasan peneliti menggunakan teknik ini karena telah ditetapkan kriteria khusus atau kriteria tertentu yang menjadi dasar dari pertimbangan keputusan pengambilan sampel sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk

memperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin dalam melakukan perhitungan jumlah responden. Adapun rumus sampel menurut Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

N= jumlah populasi

e = nilai *margin of error*

Sesuai penghitungan menggunakan rumus Slovin, penulis melakukan penghitungan untuk memperoleh angka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dari total jumlah populasi yang ada setelah dioperasionalisasikan menggunakan rumus Slovin diperoleh angka 300,249 dan dibulatkan menjadi 300. Jadi, jumlah data sampel yang harus dikumpulkan untuk penelitian ini sebanyak 300 responden.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Hatch dan Farhady dalam Sugiyono (2012, p. 38) memaparkan bahwa variabel merupakan atribut seseorang atau objek yang memiliki variasi antar satu dengan yang lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua buah variabel (Sugiyono, 2012, p. 39), antara lain:

1. Variabel Independen (X), variabel ini merupakan variabel bebas yang dapat berpengaruh terhadap variabel lainnya. Variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2010, p. 4). Dalam penelitian ini variabel independen (X) yang dimaksud adalah Efektivitas dari program *Customer Relationship Management* dari *Innisfree Indonesia*.
2. Variabel Dependen (Y), variabel ini merupakan variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010, p. 4). Variabel ini lebih dikenal dengan variabel sebab, dalam penelitian ini variabel dependen adalah minat beli ulang konsumen.

Operasionalisasi variabel penelitian adalah batasan atau spesifikasi dari variabel-variabel penelitian yang secara konkret berhubungan dengan realitas yang akan diukur dan diamati peneliti.



**Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel X**

<b>Variabel (X): Efektivitas Program <i>Customer Relationship Management</i></b> <b>Pappers dan Rogers (2004, p.67)</b>			Skala
No.	Dimensi	Indikator	
1.	<i>Identify</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengisi data pribadi konsumen.</li> <li>• Data intensitas kunjungan.</li> <li>• Preferensi produk yang diminati.</li> <li>• Intensitas melakukan pembelian produk.</li> <li>• Review/kritik/saran terkait produk.</li> </ul>	Likert
2.	<i>Differentiate</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi tingkatan member.</li> <li>• Prosedur layanan yang diterima.</li> </ul>	Likert
3.	<i>Interact</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dihubungi oleh <i>customer service</i>/ menawarkan produk/promosi melalui telepon.</li> <li>• Dihubungi oleh <i>customer service</i>/menawarkan produk/promosi melalui email.</li> <li>• Responden memperoleh informasi secara rutin.</li> <li>• Informasi terkait mekanisme poin.</li> <li>• <i>Self-service registration</i>.</li> <li>• Akses katalog atau program khusus.</li> <li>• Cek poin, tambah poin dan tukar poin.</li> <li>• Interaksi dengan <i>customer service</i>.</li> <li>• Interaksi dengan <i>customer service</i> melalui web/ email.</li> </ul>	Likert

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pusat bantuan <i>customer</i>.</li> <li>• Respon yang tanggap.</li> </ul>	
4.	<i>Customize</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prosedur pelayanan sudah sesuai harapan.</li> <li>• Ucapan selamat ulang tahun.</li> <li>• Reward yang sesuai.</li> <li>• Perlakuan <i>special</i>.</li> <li>• Layanan web penambahan /redeem poin.</li> <li>• Layanan penukaran <i>reward</i>.</li> <li>• Konsisten memberi <i>reward</i>.</li> </ul>	Likert

**Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Variabel Y**

<b>Variabel (Y): Minat Beli Ulang</b> <b>Ferdinand (2002, p.25-26)</b>			Skala
No.	Dimensi	Indikator	
1.	Minat Transaksional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komitmen pembelian berkala.</li> <li>• Komitmen untuk setia menggunakan produk Innisfree.</li> <li>• <i>Upgrade</i> level member.</li> <li>• Biaya sebanding dengan kualitas.</li> <li>• My Innisfree Reward merupakan penghargaan yang tepat.</li> <li>• My Innisfree Reward merupakan salah satu alasan responden melakukan pembelian berulang.</li> </ul>	Likert

2.	Minat Referensial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekomendasi.</li> <li>• Pembicaraan positif.</li> <li>• <i>Product review</i>.</li> <li>• Persuasi.</li> </ul>	Likert
3.	Minat Preferensial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepercayaan terhadap kualitas produk Innisfree.</li> <li>• Komitmen untuk membeli produk Innisfree.</li> <li>• Tidak mudah terpengaruh oleh aktivitas promosi dari <i>brand-brand</i> pesaing.</li> <li>• Memiliki kedekatan secara emosional.</li> <li>• Mengingat Innisfree.</li> </ul>	Likert
4.	Minat Eksploratif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Update</i> melalui web.</li> <li>• <i>Update</i> melalui Instagram.</li> <li>• Sering datang ke <i>store</i>.</li> <li>• Berpartisipasi dalam kegiatan promosi.</li> </ul>	Likert

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk menghimpun, menemukan, menggali data dan informasi demi keberlangsungan sebuah penelitian. Berikut dua cara untuk menghimpun data penelitian:

#### 1. Data Primer

Menurut Ruslan (2010, p. 29), data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dan sumbernya langsung dari objek yang diteliti. Adapun pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner.

Kuesioner menurut Sugiyono (2013, p. 230), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat

pertanyaan atau secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket dan kuesioner ini biasa berisi daftar pertanyaan yang disertai dengan alternatif jawaban yang bertujuan membantu peneliti untuk menghimpun data dari sampel atau responden yang mengisi angket atau kuesioner tersebut. Pertanyaan tersebut akan disebar dan didistribusikan melalui kuesioner online yang dibuat menggunakan Typeform untuk mempermudah proses penyebarannya.

Ardianto (2012, p. 162), angket yang akan digunakan dalam penelitian bersifat tertutup yang telah dirancang untuk merekam data responden serta *alternative* jawaban yang seharusnya dijawab telah tertera.

Hasil data yang diperoleh dari kuesioner akan diolah dengan kode-kode tertentu, dalam hal penggunaan skala, penelitian ini menggunakan skala Likert. Pengukuran variabel dengan skala Likert sering digunakan untuk mengetahui pendapat responden mengenai suatu hal (Ghozali, 2013, p. 47). Hal ini ditunjang oleh Ardianto (2012, p. 93) yang menjelaskan bahwa skala Likert seringkali digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang. Skala Likert memiliki gradasi sebagai berikut:

- Nilai 1 = Sangat Tidak Setuju
- Nilai 2 = Tidak Setuju
- Nilai 3 = Setuju
- Nilai 4 = Sangat Setuju

## 2. Data Sekunder

Menurut Ruslan (2010, p. 30), data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pencarian informasi dari sumber yang resmi dan sudah ada. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dengan mengumpulkan data melalui jurnal ilmiah, wawancara, buku referensi serta pencarian secara *online*.

### 3.6 Teknik Pengukuran Data

Data yang telah diperoleh melalui kuesioner yang telah dibagikan akan melalui proses pengujian dan pengukuran data:

#### 3.6.1 Uji Validitas

Kriyantono (2012, p. 70) memaparkan beberapa kriteria validitas untuk penelitian kuantitatif, sebagai berikut:

##### 1. Validitas faktor internal:

- a. Kesesuaian antara alat ukur dengan apa yang diukur
- b. Teori dan konsep yang dipilih
- c. Reliabilitas atau pengukuran konsep pada definisi operasional.

##### 2. Validitas faktor:

- a. Seberapa representatif pemilihan sampel yang digunakan, karena riset kuantitatif bertujuan untuk melakukan generalisasi terhadap hasil riset yang dilakukan.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tujuan dari uji validitas data adalah untuk melihat apakah variabel atau pernyataan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur atau validitas menyangkut kemampuan suatu pernyataan atau variabel dalam mengukur apa yang harus diukur.

Arikunto (2010, p. 211) menyatakan bahwa validitas merupakan ukuran yang menampilkan tingkat valid tidaknya sebuah instrumen. Penelitian ini juga melakukan uji validitas terhadap instrumen kuesioner yang digunakan. Penulis membuat daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner dan disebarakan kepada responden agar uji validitas dapat dilakukan. Sebanyak 40 jawaban responden berhasil dikumpulkan dan diolah dengan menggunakan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5%.

Selain itu, hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini merupakan hipotesis asosiatif (hubungan) sehingga harus menggunakan Pearson Product Moment sebagai alat hitung untuk data statistik parametris (Sugiyono, 2010, p. 26).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Tabel 3.3 Skala Pengukuran Berdasarkan Hipotesisnya

MACAM DATA	BENTUK HIPOTESIS					
	Deskriptif (Satu Variabel)	Komparatif (dua kelompok)		Komparatif (lebih dari dua kelompok)		Asosiatif (Hubungan)
		Related	Independen	Related	Independen	
Nominal	Binomial X <sup>2</sup> One Sample	Mc Nemar	Fisher Exact Probability X <sup>2</sup> Two sample	X <sup>2</sup> for k sample Cochran Q	X <sup>2</sup> for k sample	Contingency Coefficient C
Ordinal	Run Test	Sign test Wilcoxon matched pairs	Median Test Mann-Whitney U test Kolmogorov-Smirnov Wald-Wolfowitz	Friedman Two-Way Anova	Median Extension Kruskal-Wallis One Way Anova	Spearman Rank Correlation Kendall Tau
Interval Rasio	t-test*	Paired sample t-test *	Independent sample t-test*	One-Way Anova* Two-Way Anova*	One Way Anova* Two Way Anova*	Pearson Product Moment* Partial Correlation* Multiple Correlation*

Sumber: Sugiyono (2010, p. 27)

Dalam uji validitas ini, instrumen pada kuesioner dinyatakan valid jika **r hitung > r tabel** dengan rumus **df = n-2**, maka **df = 40 – 2 = 38**. Melalui perhitungan tersebut diperoleh **r tabel dari 38 dengan toleransi kesalahan sebesar 5% adalah 0.312**. Artinya, setiap *instrument* pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r hitung yang diperoleh **lebih besar dari 0.312**. (Detail r tabel dapat dilihat pada lampiran).

Berikut adalah nilai r hitung yang diperoleh dari hasil pengolahan data yang dilakukan terhadap kedua variabel penelitian.

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	Pearson Correlation	KETERANGAN
X1	.702**	VALID
X2	.735**	
X3	.656**	
X4	.698**	
X5	.708**	
X6	.879**	

X7	.770**	VALID
X8	.571**	
X9	.535**	
X10	.718**	
X11	.758**	
X12	.708**	
X13	.873**	
X14	.772**	
X15	.711**	
X16	.840**	
X17	.586**	
X18	.467**	
X19	.550**	
X20	.493**	
X21	.543**	
X22	.692**	
X23	.762**	
X24	.771**	
X25	.671**	
X26	.722**	
X27	.775**	
X28	.807**	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS ver.24 oleh Penulis

Tabel 3.4 menjelaskan hasil uji validitas dari seluruh data responden yang diperoleh bahwa seluruh instrumen pertanyaan dari variabel X memenuhi kriteria uji validitas yaitu  $r$  hitung yang diperoleh lebih besar dari 0.312. Sehingga, total terdapat 28 *instrumen* pertanyaan pada variabel X yang layak untuk digunakan dan disebarkan kepada responden yang telah ditentukan.

**Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Y**

Pernyataan	Pearson Correlation	KETERANGAN
Y1	.734**	VALID
Y2	.692**	
Y3	.829**	
Y4	.814**	



Y5	.526**	VALID
Y6	.720**	
Y7	.633**	
Y8	.551**	
Y9	.823**	
Y10	.640**	
Y11	.716**	
Y12	.684**	
Y13	.787**	
Y14	.705**	
Y15	.825**	
Y16	.807**	
Y17	.787**	
Y18	.720**	
Y19	.655**	
Y20	.538**	
Y21	.623**	
Y22	.530**	

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS ver.24 oleh Penulis

Tabel 3.5 menjelaskan hasil uji validitas dari seluruh data responden yang diperoleh bahwa seluruh instrumen pertanyaan dari variabel Y memenuhi kriteria uji validitas yaitu  $r$  hitung yang diperoleh lebih besar dari 0.312. Sehingga, total terdapat 22 *instrumen* pertanyaan pada variabel Y yang layak untuk digunakan dan disebarkan kepada responden yang telah ditentukan.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2004, p. 25), bahwa reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang artinya keterpercayaan, keterandalan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek

yang diukur tidak berubah. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran.

Penulis menggunakan pengujian reliabilitas dengan metode *Alpha-Cronbach*. Pengujian ini sendiri dilakukan dengan membandingkan nilai *Alpha* dengan r tabel. Instrumen penelitian memiliki nilai reliabilitas yang tinggi jika nilai *Alpha* lebih besar dari r tabel.

**Tabel 3.6 Tingkat Reliabilitas berdasarkan nilai *Alpha***

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Kurang Reliabel
0.20 – 0.40	Agak Reliabel
0.40 – 0.60	Cukup Reliabel
0.60 – 0.80	Reliabel
0.80 – 1.00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011, p. 32)

**Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel X (*pre-test*)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.967	28

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Penulis

Data pada tabel 3.7 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh untuk variabel X sebesar 0.967 yang masuk dalam kategori sangat reliabel sesuai dengan tabel Tingkat Reliabilitas (tabel 3.5).

**Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Variabel Y (*pre-test*)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.948	22

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Penulis

Data pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh untuk variabel Y sebesar 0.948 yang masuk dalam kategori sangat reliabel sesuai dengan tabel Tingkat Reliabilitas (tabel 3.5).

**Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y (*pre-test*)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.973	50

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Penulis

Data pada tabel 3.9 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh untuk variabel X dan Y sebesar 0.973 yang masuk dalam kategori sangat reliabel sesuai dengan tabel Tingkat Reliabilitas (tabel 3.5).

### **3.7 Teknik Analisi Data**

#### **3.7.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan suatu cara untuk menguji residual dalam sebuah model regresi untuk mengetahui adanya distribusi yang normal atau tidak (Ghozali, 2013, p. 160). Normalitas dari sebuah data dapat dilihat dari titik persebaran data pada sumbu diagonal melalui grafik histogram.

Uji Normalitas dengan bantuan SPSS dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu analisis grafik dan uji statistik. Cara analisis grafik mendeskripsikan normalitas berdasarkan grafik yang mendekati distribusi normal yang menyinggung atau mengikuti diagonal. Sedangkan, analisis statistik dilakukan dengan melihat nilai skewness dan kurtosis dari residual. Menurut Ghozali (2013, p.32) uji normalitas juga dapat dilakukan dengan uji Kolmogrov-Smirnov. Data yang diuji dengan uji Kolmogrov-Smirnov dinilai memiliki distribusi normal apabila signifikansinya  $> 0,05$ . Penulis akan melakukan uji normalitas terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini.

#### **3.7.2 Uji Korelasi**

Sudjarwo dan Basrowi (2009, p. 284) memaparkan bahwa analisis korelasi berguna dalam mengetahui derajat hubungan linear antar variabel satu dengan variabel lainnya. Hubungan variabel yang dimaksudkan dapat berupa hubungan yang kebetulan terbentuk atau hubungan sebab akibat. Dua variabel dikatakan berkorelasi apabila perubahan pada satu variabel

diikuti dengan perubahan dari variabel lainnya, baik searah maupun berlawanan arah.

Terdapat tiga jenis uji korelasi menurut Sarwono (2006, p. 45) yaitu, *Pearson Correlation*, *Kendall's tau-b*, dan *Spearman Correlation*. *Pearson Correlation* biasanya digunakan pada data yang menggunakan skala rasio atau memiliki interval. Sedangkan *Kendall's tau-b* dan *Spearman Correlation* biasa digunakan pada data dengan skala ordinal. Berikut tabel tingkatan koefisien korelasi menurut Sarwono:

**Tabel 3.10 Hubungan dan Tingkatan Korelasi**

Koefisien Korelasi	Tingkat Korelasi
0	Tidak ada korelasi
>0 – 0,25	Korelasi sangat lemah
>0,25 – 0,5	Korelasi cukup
>0,5 – 0,75	Korelasi kuat
>0,75 – 0,99	Korelasi sangat kuat
1	Korelasi sempurna

Sumber: Sarwono, 2006

Penelitian ini akan menggunakan metode *Pearson Correlation* sehingga nilai korelasi (r) berkisar antar 1 hingga -1. Hubungan antar variabel akan semakin kuat apabila nilai mendekati 1 atau -1 dan akan semakin lemah apabila mendekati 0.

### 3.7.3 Uji Regresi

Menurut Sugiyono (2010, p.260), analisis regresi digunakan untuk memprediksi dan mencoba membuat estimasi mengenai seberapa jauh perubahan nilai yang dapat terjadi pada variabel dependen apabila dilakukan perubahan atau manipulasi terhadap nilai variabel independen. Regresi sederhana didasarkan pada adanya hubungan fungsional atau kausal dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2010, p. 261). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana (*simple regression*) karena hanya melakukan pengujian terhadap dua variabel. Tujuannya untuk mencari tahu hubungan antar variabel, seberapa kuat pengaruh variabel independen (CRM) terhadap variabel dependen (minat beli ulang).

Tahap pertama dapat dilakukan dengan menganalisis faktor terhadap indikator yang terpilih menjadi bentuk faktor skor. Tahap kedua yang harus dilakukan adalah melakukan estimasi faktor skor yang diperoleh dengan analisis regresi linier sederhana menggunakan bantuan SPSS. Hasilnya berupa uji F dan tingkat signifikansi yang terdapat pada tabel ANOVA. Tahap terakhir dari *simple regression* adalah mengukur kekuatan dari variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

Berikut merupakan rumus dari regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = subjek variabel dependen

a = nilai konstanta atau harga Y apabila X=0

b = koefisien regresi. Menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen berdasarkan pada perubahan independen. Garis menanjak berarti positif (+) sedangkan garis yang menurun berarti negatif(-).

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA