

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis mempergunakan pendekatan penelitian secara kuantitatif. Penelitian kuantitatif memberikan hasil suatu temuan yang bisa diselesaikan menggunakan prosedur atau pengujian statistik atau dengan menggunakan prosedur selain dari suatu pengukuran data. Pendekatan penelitian yang dilakukan penulis berfokus ke fenomena yang memiliki ciri – ciri tertentu pada keberlangsungan hidup manusia atau menurut pemahaman penulis, ciri tersebut disebut variabel. Hubungan yang tercipta antara variabel pada penelitian kuantitatif dapat dianalisis dengan objektivitas yang ada pada teori (Nugroho & Haritanto, 2022).

Penelitian kuantitatif lebih metodelis, teratur, terorganisasi, dan lebih jelas dari awal penelitian hingga akhir penelitian dan tidak berimbas oleh kondisi di lapangan. Penelitian kuantitatif lebih terstruktur dalam bentuk narasi kreatif dan mendalam, penelitian ini menunjukkan karakteristik natural atau apa adanya dengan menjunjung tinggi keotentikan data. Fokus dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu mengukur dan menganalisa suatu korelasi dari sebab akibat yang tercipta dari variabel penelitian, dan bukan pada prosesnya, penelitian ini berada dan mempertimbangkan dalam kerangka nilai bebas (Priadana & Sunarsi, Metode Penelitian Kuantitatif, 2021). Metode yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini disebut metode kuantitatif dikarenakan data penelitian

yang telah penulis peroleh dianalisis menggunakan perhitungan statistik berupa angka (Siyoto & Sodik, 2015).

Penelitian yang dilakukan penulis bertujuan untuk memakai suatu model matematika, teori dan hipotesis terkait fenomena alam. Dikarenakan penulis ingin menganalisis hubungan sebab-akibat pada *customer experience* terhadap minat beli ulang, serta untuk mengetahui besaran pengaruh dari *customer experience* tersebut, maka penulis memutuskan untuk memilih pendekatan penelitian secara kuantitatif pada penelitian kali ini.

B. Obyek Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis memiliki obyek pada PT. Aleta Shafa Wisata Tour and Travel yang berlokasi di Kabupaten Sidoarjo. Perusahaan biro perjalanan wisata ini telah berdisi sejak 2010, kantor pertamanya terletak di jalan *bypass* Juanda, hingga pada 2014 perusahaan biro perjalanan wisata ini berpindah tempat ke lokasi kantor yang sekarang terletak pada Citra Harmoni City Center, Trosobo. PT. Aleta Shafa Wisata Tour and Travel Sidoarjo Jawa Timur atau lebih dikenal dengan PT. Aleta tour ini menyediakan berbagai produk wisata seperti paket tur tidak hanya domestik namun juga internasional, pemesanan tiket pesawat dan hotel untuk domestik dan internasional, pengiriman paket dan/atau dokumen, Umroh, penyewaan kendaraan pariwisata seperti bus, elf, dan rental mobil dan juga menyediakan jasa pembuatan dokumen perjalanan internasional seperti paspor dan visa.

Berikut pula profil dari PT. Aleta Shafa Wisata Tour and Travel
Sidoarjo Jawa Timur:

GAMBAR 1

LOGO ALETA TOUR SIDOARJO



Sumber : Dokumen Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur

Nama Perusahaan: PT. Aleta Shafa Wisata Tour and Travel Sidoarjo
Jawa Timur

Didirikan : 01 Mei 2010

Alamat : Citra harmoni City Center TC. 53, Trosobo, Taman,
Sidoarjo

Telepon : 0812-3441-9393

E-mail : aletasub@gmail.com

Situs web : <https://www.aletatourtravel.com/>

Instagram : @aletatour

Facebook : Aleta Shafa Wisata

C. Populasi dan Sampling

Populasi merupakan keseluruhan pokok bahasan dalam suatu penelitian, sementara sample berada didalam bagian dari populasi tersebut. Perolehan nilai yang tercipta dari populasi tersebut dikenal dengan sebutan parameter. Pokok bahasan yang akan diteliti dan dipelajari oleh penulis pada penelitian ini yaitu populasi yang diibaratkan sebagai makhluk hidup, sedangkan sampel dapat diibaratkan sebagai organ makhluk hidup tersebut. Sampel merupakan sesuatu yang dicakup dan tidak bisa dipisahkan dari populasi, karakteristik dari total populasi dapat diwakilkan atau dijelaskan melalui sampel (Priadana & Sunarsi, 2021).

1. Populasi

Populasi dapat dijelaskan sebagai area umum yang berisi subjek maupun objek dengan ketetapan tertentu yang diatur penulis lalu dipelajari dan disimpulkan oleh penulis. Adapun sampel sesuatu yang terkaandung dalam keseluruhan data serta merupakan karakteristik dari Populasi (Sugiyono, 2009). Pada penelitian yang dilakukan penulis, penulis menetapkan konsumen yang ada pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur sebagai populasi dengan kriteria sebagai konsumen yang telah membeli atau menggunakan layanan jasa paket wisata baik domestik maupun internasional pada tahun 2022, hingga April 2023. Dengan total populasi sejumlah 724 konsumen

2. Sampel

Sampel merupakan sesuatu yang terkandung dari beberapa sifat pembentuk populasi pada penelitian yang dilakukan penulis. Penggunaan sampel dalam penelitian tidak mengurangi ketepatan atau akurasi hasil penyidikan, dan tidak mengurangi suatu prediksi mengenai suatu masalah subjek penelitian. (Nugroho & Haritanto, 2022)

Penulis menggunakan metode *simple random sampling* dimana penetapan sampel dalam penelitian ini diambil secara acak tanpa memberi afeksti tertentu pada karakteristik dalam suatu populasi (Nugroho & Haritanto, 2022).

Penulis menggunakan rumus sampling yang dikemukakan oleh Slovin dengan perhitungan sebagai berikut :

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

n : jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

e : persentase eror ketelitian atas kesalahan sampel

Populasi konsumen dengan karakteristik yang telah ditetapkan oleh penulis pada PT. Aleta Shafa Wisata Tour and Travel periode 2021 hingga April 2023 berjumlah 724 pax, dengan mengambil 90% tingkat kepercayaan dan 10% tingkat error maka dihasilkan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{724}{1 + 724 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{724}{1 + 7,24}$$

$$n = \frac{724}{8,24}$$

$$n = 87,86$$

Maka, sampel penelitian untuk populasi pada penelitian ini yaitu 100 orang atau konsumen yang telah melakukan pembelian jasa pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara atau sarana yang penulis gunakan untuk kebutuhan pengumpulan data. Teknik ini mengacu pada kata - kata yang abstrak dan terwujud dalam bentuk suatu objek, tetapi penggunaannya hanya dapat dilihat dari cara – cara berikut yaitu : angket / kuesioner, wawancara, pengamatan, pemeriksaan atau pengujian, dokumentasi, dan lain-lain. Penulis dapat menggunakan satu atau bahkan kombinasi antar cara dan teknik sesuai masalah yang sedang diangkat di dalam penelitian (Priadana & Sunarsi, Metode Penelitian Kuantitatif, 2021).

1. Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan tiga Teknik pengumpulan data pada penelitian ini antara lain kuesioner, studi dokumentasi, dan wawancara dengan penjelasan berikut:

- a. Kuesioner atau angket yang akan diisi oleh konsumen pada Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur,
- b. Studi dokumentasi yang terdiri dari catatan, dokumen dan surat penting yang berkaitan dengan Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur.
- c. Wawancara tidak terstruktur hanya untuk mengidentifikasi masalah

1. Alat Pengumpulan Data

Penulis dalam melakukan penelitian ini menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner atau angket atau juga *self administrated questioner* memiliki system atau cara dengan pengiriman beberapa kumpulan pernyataan atau pertanyaan yang memiliki tujuan untuk diisi oleh responden yang telah ditetapkan sebelumnya (Priadana & Sunarsi, 2021). Dalam proses pengumpulan data penelitian, digunakan teknik skala agar dapat memberikan data atau hasil yang sesuai dengan jenis data yang terkumpul serta sesuai dengan tujuan pada penelitian yang sebelumnya telah dirumuskan (Nugroho & Haritanto, 2022).

Penulis menggunakan skala likert untuk dapat mengukur tindakan individu dalam dimensi yang sama, serta digunakan untuk mengukur pemikiran atau tanggapan responden mengenai suatu fenomena social.

TABEL 1
SKALA LIKERT

Kode Kuesioner	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Tidak Ada Pendapat	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Nugroho & Haritanto, 2022)

E. Operational Variabel

Penulis membutuhkan operasional variabel untuk mengembangkan indikator yang berasal dari variabel penelitian guna untuk pembuatan kuesioner penelitian.

1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu pengertian yang diberikan kepada variabel penelitian dengan cara memberi arti, atau mennspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Nazir, 2005). Dalam penelitian ini penulis menjabarkan definisi operasional variabel sebagai berikut :

a. *Customer Experience*

Schmitt (1999) mengemukakan bahwa *customer experience* dapat diartikan sebagai peristiwa pribadi seseorang yang terjadi oleh suatu faktor – faktor pendorong tertentu yang ditawarkan oleh pihak *marketing* baik pada saat konsumen tersebut belum atau telah melakukan pembelian barang, jasa, atau layanan lainnya.

b. Minat Beli Ulang

Minat beli ulang menurut Nurhayati dan Murti (2004) merupakan aktivitas dan perilaku konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk, jasa, atau layanan lain, dikarenakan adanya kepuasan yang sesuai dengan ekspektasi konsumen tersebut.

c. *Sense*

Merupakan upaya untuk memberikan suatu hal yang telah dialami oleh konsumen melalui yang mampu untuk mempengaruhi konsumen dengan pendekatan kepada lima panca indera, yaitu melihat, mencium, merasakan, mendengar, menyentuh atau sentuhan. (Schmitt dalam Azhari 2015).

d. *Feel*

Menurut Schmitt dalam Kustini (2007) *emotional experience* mampu ditunjukkan dengan adanya gagasan, ide, kegembiraan, dan nama baik untuk melayani konsumen. Sesuatu hal yang pernah dialami konsumen dapat menjadi ide - ide penjualan yang dengan efektif memiliki dampak dengan memiliki pemahaman mengenai emosi maupun suasana hati yang dapat menciptakan kegembiraan atau bahkan kepedihan.

e. *Think*

Hendarsono & Sugiharto (2013) mengemukakan bahwa *think* mencakup kreativitas dan kognisitas, yang berarti bahwa jenis pemasaran ini membutuhkan kecerdasan untuk menciptakan pengalaman kognis dan secara kreatif memecahkan suatu masalah dengan melibatkan peran konsumen atau pelanggan.

f. *Act*

Menurut Schmitt dari Kustini (2007) *act* merupakan pengalaman yang dirancang agar dapat menghasilkan sesuatu dari tubuh konsumen yang berlaku untuk pengaruh aktivitas jangka

panjang serta pengaruh untuk gaya hidupnya, serta interaksi bersama individu – individu lainnya secara personal. Jika perilaku dapat mempengaruhi gaya hidup konsumen atau pelanggan, *act* dapat berdampak positif pada minat konsumen untuk membeli kembali.

g. Relate

Menurut Schmitt dalam Kustini (2007) *relate* biasanya menunjukkan interaksi antar individu lain ataupun kelompok sosial lain yang dapat berkaitan dengan pekerjaan, status social serta *lifestyle* atau identitas sosial lain yang lebih luas. Korelasi antar *relation* dengan minat beli ulang yakni dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang saat konsumen tersebut merasakan kepuasan dan kebahagiaan, saat mampu berinteraksi dengan manajer dan karyawan, serta terhubung dan mampu berbagi kegembiraan yang telah dialaminya kepada orang lain di dalam suatu komunitas.

2. Matriks Operasional Variabel

TABEL 2
MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Dimensi	Indikator	Kuesioner
<i>Customer Experience</i>	<i>Sense</i>	Keadaan/kondisi dan kelengkapan transportasi yang digunakan saat tur memuaskan dan nyaman	Q1
		Suasana tempat penginapan yang digunakan sangat baik dan sesuai dengan ekspektasi konsumen	Q2
		Makanan dan minuman yang disediakan sangat memuaskan dan tidak mengecewakan	Q3
	<i>Feel</i>	Mendapatkan pelayanan yang baik dan ramah dari tour leader	Q4
		Tour leader cepat tanggap dan dapat membawa suasana dengan baik	Q5

Sumber : Olahan Penulis (2023)

TABEL 5
MATRIKS OPERATIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

Variabel	Dimensi	Indikator	Kuesioner
<i>Customer Experience</i>	<i>Feel</i>	Para karyawan yang ada di perusahaan ramah dan informatif	Q6
		Merasa nyaman dan aman selama mengikuti tur di Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur	Q7
	<i>Think</i>	Pengaturan waktu, lokasi, dan transportasi pada saat pelaksanaan tur terorganisir dengan baik	Q8
		Harga paket tur yang terjangkau dan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan	Q9
		Saya mendapatkan tambahan wawasan dan informasi saat mengikuti tur	Q10
<i>Customer Experience</i>	<i>Act</i>	Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur menawarkan berbagai produk paket wisata yang menarik dengan berbagai macam pilihan destinasi	Q11
		Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur menawarkan berbagai produk paket wisata yang menarik dengan berbagai pilihan harga	Q12

Sumber : Olahan Penulis (2023)

TABEL 5
MATRIX OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

Variabel	Dimensi	Indikator	Kuesioner
<i>Customer Experience</i>	<i>Act</i>	Terdapat produk lain yang disediakan perusahaan selain produk paket tur	Q13
	<i>Relate</i>	Para karyawan perusahaan tetap menjalin komunikasi dengan para konsumen	Q14
		Perusahaan menerima komentar, kritik, saran dan permintaan kebutuhan konsumen	Q15
		Perusahaan merespon dengan cepat keluhan yang dirasakan konsumen	Q16
Minat Beli Ulang	Transaksional	Setelah membeli paket tur di Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur, saya berminat untuk membeli paket wisata dengan tujuan destinasi lain	Q17
		Setelah membeli produk layanan di Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur, saya berminat untuk membeli produk layanan lain di luar paket wisata	Q18

Sumber : Olahan Penulis (2023)

TABEL 5
MATRIX OPERASIONAL VARIABEL
(LANJUTAN)

Variabel	Dimensi	Indikator	Kuesioner
Minat Beli Ulang	Refrensial	Saya akan mereferensikan terhadap orang terdekat untuk membeli paket wisata yang ada di Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur	Q19
		Saya akan mereferensikan terhadap instansi saya untuk menggunakan jasa yang ada di Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur	Q20
	Preferensial	Saya lebih suka membeli paket wisata dibandingkan produk lain yang ada di Aleta Tour Sidoarjo Jawa Timur	Q21

Sumber : Olahan Penulis (2023)

F. Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Statistika Deskriptif merupakan teknik yang penulis gunakan pada penelitian ini dengan tujuan untuk mendeskripsikan pokok bahasan dalam penelitian ditinjau dari hasil perolehan data dari populasi ataupun sampel yang dipelajari penulis. Statistik seperti : rata - rata, median, modus, presentil, detil, kuartil,

digunakan dalam bentuk analisis angka atau gambar maupun diagram. (Nugroho & Haritanto, 2022) Untuk pengolahan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *software SPSS Statistic* versi 22.

Analisis statistika deskriptif bertujuan memberikan deskripsi atau menjelaskan implementasi dari subjek penelitian yang dipaparkan melalui data variabel yang diperoleh, terdapat dua jenis analisis dalam penelitian ini yaitu analisis deskripsi profil responden konsumen yang pernah membeli atau menggunakan jasa Aleta Tour Sidoarjo, Jawa Timur ditinjau berdasarkan jenis kelamin, usia, penghasilan, dan frekuensi berkunjung, serta analisis deskriptif variabel yang bertujuan agar mengetahui gambaran mengenai tanggapan dan rata rata variabel

2. Uji Validitas

Kecermatan instrument suatu penelitian kuantitatif dan item instrumennya dapat diukur dengan menggunakan pengujian validitas. Korelasi *Pearson* merupakan metode yang banyak digunakan dalam pengujian validitas menggunakan system SPSS, korelasi tersebut bertujuan untuk menunjukkan aktivitas korelasi antara skor tiap item dengan skor total item dan metode *corrected item total correlation* yaitu metode yang mengolerasikan antara skor tiap item dengan skor total item kemudian melakukan kolerasi terhadap nilai korelasi.

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(Y)}{\sqrt{(n(\sum X^2) - (\sum X)^2)(N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Korelasi

N = Banyaknya Sampel

$\sum XY$ = Jumlah Perkalian variable x dan y

$\sum X$ = Jumlah Nilai Variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variable y

$\sum X^2$ = Jumlah Pangkat dari nilai variable x

$\sum Y^2$ = Jumlah Pangkat dari nilai variable y

Adapun kriteria pengujian validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 22,0 yaitu :

- a. Pernyataan tersebut dapat dikategorikan sebagai pernyataan yang valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$.
- b. Pernyataan tersebut dapat dikategorikan sebagai pernyataan yang tidak valid bila $r_{hitung} < r_{tabel}$.
- c. Pada kolom *corrected item total correlation* dapat ditemukan jumlah nilai r_{hitung}

Berdasarkan rumus uji validitas tersebut, penulis dalam penelitian ini melakukan perhitungan uji validitas berdasarkan kuesioner dan mendapatkan hasil sebagai berikut :

TABEL 3
UJI VALIDITAS DIMENSI SENSE

<i>Sense</i>			
No Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Q1	0,312	0,727	Valid
Q2	0,312	0,726	Valid
Q3	0,312	0,667	Valid

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Pada table diatas dijelaskan hasil dari pengujian dimensi *sense* adalah variabel *sense* serta instrument yang ada didalamnya dapat dikatakan valid dikarenakan setiap instrumen pernyataan diatas mempunyai nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yang telah ditetapkan yaitu 0,312, jika terdapat r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka instrument dimensi *sense* dikategorikan valid.

TABEL 4
UJI VALIDITAS DIMENSI FEEL

<i>Feel</i>			
No Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Q4	0,312	0,600	Valid
Q5	0,312	0,748	Valid
Q6	0,312	0,709	Valid
Q7	0,312	0,617	Valid

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan table hasil uji validitas diatas tersebut dapat disimpulkan dimensi *feel* bahwa instrument yang ada didalam variabel *feel* dapat dikategorikan valid dikarenakan setiap indikator dari variabel *feel* mempunyai nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yang telah ditetapkan yaitu 0,312, jika terdapat r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} - maka instrument pada dimensi *feel* dikategorikan valid.

TABEL
UJI VALIDITAS DIMENSI *THINK*

<i>Think</i>			
No Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Q8	0,312	0,699	Valid
Q9	0,312	0,689	Valid
Q10	0,312	0,606	Valid

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan paparan nilai pengujian validitas dimensi *think*, dapat dijelaskan jika instrument yang ada pada variabel *think* diatas dapat dikatakan valid dikarenakan setiap indicator yang ada dalam variabel *think* diatas memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yang telah ditetapkan yaitu 0,312, jika terdapat r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka instrument yang ada pada dimensi *think* dikategorikan valid.

TABEL 5
UJI VALIDITAS DIMENSI ACT

<i>Act</i>			
No Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Q11	0,312	0,661	Valid
Q12	0,312	0,586	Valid
Q13	0,312	0,601	Valid

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Adapun bentuk dari hasil uji validitas variabel *act* diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa instrument yang terkandung pada variabel *act* diatas dapat dikatakan valid dikarenakan setiap indicator yang ada pada variabel *act* diatas menghasilkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yang telah ditetapkan yaitu 0,312, jika terdapat r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} , oleh sebab itu instrument yang ada pada variabel *act* dikategorikan valid.

TABEL 6
UJI VALIDITAS VARIABEL RELATE

<i>Relate</i>			
No Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Q14	0,312	0,656	Valid
Q15	0,312	0,814	Valid
Q16	0,312	0,762	Valid

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Dari tabel hasil uji validitas dimensi *relate* tersebut dapat dijabarkan bahwa instrument pernyataan variabel *relate* tersebut dapat dikatakan valid dikarenakan setiap butir indicator pernyataan diatas mempunyai nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yang telah ditetapkan yaitu 0,312, jika terdapat r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} oleh karena itu instrument yang ada pada dimensi *relate* dikategorikan valid.

TABEL 7

UJI VALIDITAS DIMENSI MINAT BELI ULANG

Minat Beli Ulang			
No Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Q17	0,312	0,669	Valid
Q18	0,312	0,405	Valid
Q19	0,312	0,673	Valid
Q20	0,312	0,667	Valid
Q21	0,312	0,547	Valid

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Dapat penulis jelaskan berdasarkan hasil tabel uji validitas diatas instrument pernyataan dimensi minat beli ulang tersebut dapat dikatakan valid dikarenakan setiap butir indicator pernyataan diatas mempunyai nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yang telah ditetapkan yaitu 0,312, jika terdapat r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka instrument yang ada pada dimensi minat beli ulang dikategorikan valid.

3. Uji Reliabilitas

Konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat diuji dengan menggunakan pengujian reliabilitas. Pengujian ini dapat menunjukkan apabila terdapat pengukuran ulang yang terjadi pada alat ukur penelitian, hasilnya akan tetap sama. *Croanbach's Alpha* merupakan metode yang banyak digunakan untuk pengujian reliabilitas di banyak penelitian. Berikut adalah rumus dari metode tersebut :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_i^2}{\sum a^2} \right)$$

Keterangan :

α = Koefisien

k = Total indeks pernyataan

$\sum a_i^2$ = Total varian

$\sum a^2$ = Total varian

Berdasarkan rumus uji reliabilitas yang telah dipaparkan tersebut, hasil yang dilakukan penulis dalam melakukan perhitungan uji reliabilitas berdasarkan kuesioner yaitu dijelaskan dalam tabel berikut :

TABEL 8
UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.757	22

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Dengan adanya nilai yang dihasilkan dari pengujian reliabilitas diatas dapat kita hubungkan dengan interpretasi tingkat reliabilitas berdasarkan tabel berikut :

TABEL 9
INTERPRETASI RELIABILITAS

Interval	Kriteria
< 0,200	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup
0,600 – 0,799	Tinggi
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

Dari tabel – tabel diatas, pengukuran uji reliabilitas terhadap instrument kuesioner dari variabel independent (X) *customer experience* dan variabel dependen (Y) minat beli ulang menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,757 dengan melihat pada tabel intrerpretasi tingkat reliabilitas bahwa bahwa nilai 0,757 terdapat pada kriteria reliabilitas yang tinggi.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011), tujuan dari dilakukannya pengujian normalitas pada model regresi linear berganda ini agar menunjukkan normal tidaknya pendistribusian data yang akan diujikan. Model regresi linear berganda dikatakan ideal jika memiliki pendistribusian data yang normal, mendekati normal atau nol. Dapat dilihat atau ditentukan dari signifikansi pada kolom *Kolmogrov – Smirnov*, apabila angka yang ada pada P Value $\geq 0,05$, dikatakan bahwa data tersebut memiliki pendistribusian normal, sedangkan sebaliknya, apabila angka pada P Value menunjukkan $< 0,05$, dikatakan bahwa data tersebut memiliki pendistribusian tidak normal. Dengan penjabaran tersebut dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut :

H_0 = residual data memiliki distribusi normal

H_1 = residual data memiliki distribusi tidak normal

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan yang ada dalam pelaksanaan uji multikolinearitas dalam model regresi linear berganda agar apakah terdapat korelasi diantara variabel – variabel bebasnya. Untuk model regresi pada penelitian ini sebaiknya tidak terdapat korelasi antar variabel-variabel bebasnya, jika variabel tersebut berkorelasi maka variabel tersebut tidak orthogonal. Agar penulis mengetahui adakah korelasi atau tidak dapat dilihat dengan nilai VIF pada model regresi dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Bila VIF atau *Variabel Inflation Factor* > 10 , maka H_0 ditolak atau ada kolerasi.
- 2) Bila VIF atau *Variabel Inflation Factor* < 10 , maka H_0 diterima atau tidak terdapat kolerasi.

c. Uji Heteroskedestisitas

Uji heteroskedestisitas merupakan pengujian didalam model regresi linear berganda untuk mengemukakan apakah terjadi kesamaan antara residu varian satu ke residu pangamatan lain. Apabila residu varian pengamatan yang lainnya ini tetap, bisa dikatakan heteroskedastisitas, namun apabila residu varian pengamatan lainnya berbeda, bisa dikatakan homoskedestisitas. Agar dapat melihat heteroskedastisitas atau homoskedastisitas dapat melaksanakan penujian dengan metode *Glejser* berdasarkan pengambilan keputusan sebagai berikut

- 1) Apabila P Value $< 0,05$ dikatakan terjadi heteroskedestisitas
- 2) Apabila P Value $> 0,05$ dikatakan tidak terjadi heteroskedestisitas

5. Persamaan Regresi Linear Berganda

Menurut (Nugroho & Haritanto, 2022) analisis Regresi Linear Berganda merupakan analisis yang ditujukan untuk mengemukakan korelasi diantara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y) menggunakan persamaan linier. Adapun analisis pada penelitian ini dilakukan untuk meramalkan angka variabel dependent (Y) yang dikenai perubahan signifikan dari variabel independent (X)t. Pada penelitian ini

tujuan dilakukannya analisis regresi linear berganda adalah agar mengetahui besaran pengaruh yang dikenakan variabel bebas yaitu *sense* (X_1), *feel* (X_2), *think* (X_3), *act* (X_4), *relate* (X_5), terhadap variabel dependent minat beli ulang (Y) yang dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan :

Y : Minat beli ulang

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi dimensi *sense*

b_2 : Koefisien regresi dimensi *feel*

b_3 : Koefisien regresi dimensi *think*

b_4 : Koefisien regresi dimensi *act*

b_5 : Koefisien regresi dimensi *relate*

x_1 : Dimensi *sense*

x_2 : Dimensi *feel*

x_3 : Dimensi *think*

x_4 : Dimensi *act*

x_5 : Dimensi *relate*

e : Error

6. Uji F

Pengaruh variabel X secara simultan atau serempak terhadap variabel Y dapat ditunjukkan melalui pengadaaan uji F dalam model regresi yang ada pada penelitian ini. Pada penelitian ni uji F menguji hubungan antara variabel independent (X) yaitu *customer experience* dengan variabel dependen (Y) yaitu minat beli ulang. Terdapat model hipotesis uji F sebagai berikut :

Hipotesis nol atau H_0 = berarti dalam uji F, variabel independent (X) tidak berpengaruh secara simultan atau serempak terhadap variabel dependen (Y)

Hipotesis nol atau H_1 = berarti dalam uji F, variabel independent (X) berpengaruh secara simultan atau serempak terhadap variabel dependen (Y)

Uji F dapat dilaksanakan apabila penulis memperhatikan table ANOVA sebagai tabel perbandingan antara *regression* dan residual hingga ditemukan cara untuk membaca tabel ANOVA adalah :

- b. Bila P value $< 0,05$ didapatkan hasil tolak H_0 yang berarti variabel independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)
- c. Bila P value $\geq 0,05$ didapatkan hasil gagal tolak H_0 yang berarti variabel independent (X) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

1) Uji T

Jika uji simultan atau uji serempak dilaksanakan pada uji F, maka pada uji T dalam penelitian ini dilakukan untuk mengemukakan hasil bahwa didapatkan dimensi X_1 (*sense*), dimensi X_2 (*feel*), dimensi X_3 (*think*), dimensi X_4 (*act*), dimensi X_5 (*relate*) masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) minat beli ulang. Untuk menganalisis uji T ini dapat dengan melihat *Coefficients* yang membandingkan *Unstandarized Coefficients* B dan *Standard error of estimate* sehingga didapatkan hasil yang disebut t_{hitung} . Adapun standar atau kriteria penilaian uji T :

- a. Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, P value $< 0,05$ maka variabel independen (X) tersebut secara masing – masing memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y).
- b. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, P value $> 0,05$ maka variabel independen (X) tersebut secara masing – masing tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

G. Jadwal Penelitian

TABEL 10
JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Bulan						
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Augustus
1	Pembuatan dan Pengajuan TOR							
2	Penyusunan Usulan Penelitian							
3	Pelaksanaan Seminar Usulan Penelitian							
4	Pengumpulan, Pengolahan dan Analisa Data							
5	Sidang Proyek Akhir							
7	Perbaikan Proyek Akhir							

Sumber : Dokumen Peneliti (2023)

