

BAB III

METEDO PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Menurut sugiyono (2014:219), strategi penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan survei untuk informasi dan data penelitian terlebih dahulu menanyakan pendapat respon atas pernyataan yang tercantum dalam kuesioner. Survei adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan langsung kepada responden. Penelitian survei yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologi. Juga dilakukan adalah strategi asosiatif. Strategi asosiatif adalah strategi penelitian yang digunakan untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh masing-masing variabel. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019:7), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian kuantitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positif. Metode ini bersifat ilmiah dan ilmiah karena memenuhi prinsip ilmiah yang konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut juga metode penemuan karena memungkinkan untuk menemukan dan mengembangkan berbagai ilmu pengetahuan dan teknologi baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data survei berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

3.2 Populasi dan Sampel

populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Dalam penelitian ini teknik penentuan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu (Sugiyono,

2018:138). Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu konsumen menggunakan dan membeli Smartphone samsung pada juni sampai desember 2021. Dikarenakan peneliti tidak mengetahui dengan pasti jumlah populasi maka peneliti memutuskan untuk menggunakan sebanyak 100 responden, sesuai dengan pendapat (Ghozali, 2014:30) yang menyatakan bahwa besarnya sampel untuk pengujian PLS untuk mengkonfirmasi teori tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidak hubungan antar variabel laten dan memiliki pengaruh yang lebih besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampai 100.

3.3 Data Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti (Sugiyono, 2018:213). Data primer dari penelitian ini diperoleh melalui keusioner yang disebar dan diisi oleh responden yang telah ditentukan sebelumnya. Kueisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan memberi seperangkat pertanyaan tertutup atau terbuka dapat diberikan secara langsung kepada responden (Sugiyono, 2018:219).

Selanjutnya jawaban responden yang telah diperoleh akan diukur menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen memiliki bobot nilai mempunyai gradasi yang sangat positif sampai negatif (Sugiyono, 2018:132).

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Ragu-Ragu	RG	3
4	Setuju	ST	4
5	Sangat Setuju	SST	5

Sumber(Sugiyono, 2018:152)

3.4 Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:55). Dalam penelitian terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga, promosi. Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Berikut operasionalisasi dalam penelitian ini diantaranya :

a. Kualitas Produk (KP)

Kualitas produk totalitas fitur dan karakteristik Smartphone samsung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Dalam kualitas produk peneliti mengukur berdasarkan indikator yang mengacu pada yaitu bentuk, fitur, penyesuaian, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, ketahanan, keandalan, desain.

b. Citra Merek (CMR)

Citra merek merupakan suatu persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh pelanggan serta tercermin dalam pikiran pelanggan mengenai Smartphone samsung. Citra merek diukur berdasarkan indikator yang mengacu pada yaitu dapat ingat, dapat disukai, dapat disesuaikan dapat dilindungi.

c. Keputusan Pembelian (KPL)

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan pelanggan untuk membeli atau tidak membeli Smartphone samsung. Keputusan pembelian diukur dengan menggunakan indikator. Pengenalan masalah, pencarian informasi , evaluasi alternatif keputusan pembelian , perilaku pasca pembelian.

d. Kepuasan Pelanggan (KPN)

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja Smartphone samsung terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan diukur menggunakan indikator. Pembelian kembali, kinerja produk, kebutuhan, harapan.

Dari masing-masing indikator pada setiap variabel memiliki sub indikator yang digunakan sebagai dasar untuk membuat suatu pertanyaan kuisioner. Adapun pernyataan yang dibuat sebagai berikut :

Tabel 3.2*Indikator dan sub indikator Kualitas Produk*

Indikator	Sub indikator	Item	Kode
Bentuk (form)	Premium material	1	KP1
Fitur (featur)	Kamere bersolusi tinggi	2	KP2
Penyesuaian (Customization)	Banyak seri (type)	3	KP3
Kualitas Kinerja (Perormance Quality)	Layar amoled	4	KP4
Kualitas Kesesuain (Conformance Quality)	Standar nasioal indusrti (SNI)	5	KP5
Ketahanan (durability)	Tahan air	6	KP6
Keandalan (Rellability)	Baterai berkapsitas	7	KP7
Gaya (style)	Menggambarkan gaya modern	8	KP8
Desain (design)	Desain dinamis	9	KP9

*Sumber (Kotler dan Keller, 2019:8-10)***Tabel 3.3***Indikator dan sub indikator citra merek*

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode Item
Dapat diingat	Mudah diingat	1	CM1
Berarti	Teknologi maju	2	CM2
Dapat disukai	Logo estetis	3	CM3
Dapat disesuaikan	Sering berubah	4	CM4
Dapat dilindungi	Memiliki hak cipta	5	CM5

Sumber(Kotler dan Keller ,2019:269)

Tabel 3.4*Indikator dan sub indikator keputusan pembelian*

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Pengenalan Masalah	Untuk berkomunikasi	1	KPL1
Pencarian Informasi	Mencari informasi	2	KPL2
Evaluasi alternatif	Produk terbaik	3	KPL3
Keputusan pembelian	Menyukai	4	KPL4
Perilaku Pascapembelian	Sangat puas	5	KPL5

*Sumber (Kotler dan Keller, 2019:184-190)***Tabel 3.5***Indikator dan sub indikator Kepuasan Konsumen*

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode Item
Pembelian kembali	Keluaran terbaru	1	KPN1
Kinerja produk	Sesuai dengan harapan	2	KPN2
Kebutuhan	Menghasilkan kualitas sesuai	3	KPN3
Harapan	Harapan terkait	4	KPN4

Sumber (Kotler dan Keller, 2019:142-145)

3.5 Metode Analisis data

3.5.1 Statistik Deskriptif

3.5.1.1 Karakteristik responden

Dalam penelitian ini deskriptif untuk menggambarkan jumlah responden yang telah dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan yaitu berdasarkan karakteristik (usia, jenis kelamin) dan karakteristik responden (bagian bekerja, terakhir belanja dan jenis produk yang sering dibeli). Dimana deskripsi responden tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel.

3.5.1.2 Analisis Jawaban Responden

Untuk mengetahui kecenderungan tanggapan responden terhadap masing-masing variabel, maka akan didasarkan pada nilai mean point atau nilai indeks yang dikategorikan kedalam rentang skor berdasarkan perhitungan three box method (Ferdinand, 2014:231). Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (three box method), maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga menghasilkan rentang untuk masing-masing sebagian besar 26, dimana akan digunakan sebagai daftar intepretasi indeks berikut (Ferdinand, 2014:232) :

20-46 = Rendah

47-73 = Sedang

74-100 = Tinggi

Teknik skoring dalam penelitian ini menggunakan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, sehingga perhitungan ini menggunakan jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Nilai Indeks = $[(\%F1*1)+(\%F2*2)+(\%F3*3)+(\%F4*4)+(\%F5*5)]/5.....$

Keterangan :

- F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan kuesioner
- F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner
- F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner
- F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner
- F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuseoner

3.5.2 Analisi Jalur

Dalam studi analisis jalur atau analisis jalur ini, (Ghozali, 2014:17), teknik analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif, merupakan kemajuan dalam analisis regresi multivariat dan bivariat. (Ghozali, 2014: 117). Analisis jalur

berkaitan erat dengan regresi berganda, suatu bentuk khusus dari analisis jalur. Teknik ini dikenal sebagai model kausal. Dalam analisis jalur, korelasi antar variabel mengacu pada diagram jalur atau parameter model yang diwakili oleh diagram jalur. Analisis jalur menggunakan beberapa variabel ekstrinsik dan intrinsik untuk menguji persamaan regresi, memungkinkan pemeriksa untuk menyelidiki mediator, variabel intervensi, atau variabel perantara. Analisis jalur juga dapat mengukur hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel dalam model. Analisis jalur digunakan untuk menentukan efek langsung dan tidak langsung dari satu set variabel independen atau ekstrinsik pada variabel dependen atau intrinsik. Model analisis jalur dapat digunakan ketika teori penelitian mengasumsikan bahwa variabel yang dianalisis memiliki pola efek kausal. Analisis jalur memiliki beberapa konsep dan istilah dasar, antara lain:

1. Model jalur

Model jalur adalah diagram yang menghubungkan variabel bebas, variabel antara, dan variabel terikat. Pola hubungan ditampilkan menggunakan panah. Panah individu menunjukkan hubungan kausal antara variabel ekstrinsik atau antara dan variabel dependen dan di atasnya. Panah juga mengaitkan kesalahan (variabel residual) dengan semua variabel intrinsik. Panah ganda menunjukkan korelasi antara pasangan variabel.

2. Variabel Eksogen

Variabel eksogen adalah variabel yang mempengaruhi atau mengubah variabel terikat (Sugiyono, 2014: 36). Jika variabel ekstrinsik berkorelasi, korelasi ditunjukkan oleh panah dua arah yang menghubungkan variabel-variabel tersebut. Dengan kata lain, itu bisa disebut variabel bebas. Variabel ekstrinsik dalam model jalur adalah semua variabel yang tidak memiliki penyebab yang jelas atau tidak ada panah pada gambar kecuali kesalahan pengukuran.

3. Variabel Endogen

Variabel endogen adalah variabel yang nilainya bergantung pada variabel lain dan nilainya berubah seiring dengan perubahan variabel yang mempengaruhinya (Sugiyono, 2014: 37). Variabel endogen dalam model

jalur adalah variabel dengan panah yang menunjuk ke variabel tersebut. Ini mencakup semua variabel antara dan variabel dependen. Variabel perantara intrinsik memiliki panah dalam model diagram jalur yang menunjuk ke arah variabel. Variabel dependen, di sisi lain, hanya memiliki panah yang menunjuk ke sana.

4. Variabel Laten

Variabel laten adalah variabel yang hanya dapat diukur secara langsung oleh satu atau lebih variabel manifes. Variabel laten dapat berperan sebagai variabel ekstrinsik atau intrinsik. Apakah suatu variabel dapat diklasifikasikan sebagai variabel laten dengan memeriksa apakah variabel tersebut dapat diukur secara langsung atau tidak langsung, atau apakah variabel manifes adalah variabel yang kuantitasnya diketahui secara langsung jika variabel tersebut tidak diukur secara langsung. Variabel tergolong variabel laten dan membutuhkan banyak variabel manifes (Singgih, 2017:7).

5. Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang tidak dapat diamati atau diukur dengan secara teoritis menghubungkan secara tidak langsung hubungan antara variabel ekstrinsik dan variabel independen dengan variabel intrinsik (Sugiyono, 2018: 59). Variabel ini berperan sebagai mediator atau perantara antara variabel ekstrinsik dan intrinsik, sehingga variabel ekstrinsik tidak secara langsung mempengaruhi perubahan atau kemunculan variabel intrinsik.

Data yang sudah dikumpulkan lalu diolah oleh perangkat komputer menggunakan software WarpPls 7.0. Menampilkan data dalam bentuk tabel dan diagram untuk menampilkan output data dengan jelas. Alat analisis data yang digunakan PLS adalah metode partial least squares. Ini adalah analisis persamaan struktural berbasis varian yang memungkinkan Anda menguji pengukuran dan model struktural secara bersamaan.

Model pengukuran digunakan untuk pengujian validasi dan reliabilitas, dan model struktural digunakan untuk pengujian kausalitas, yaitu pengujian

hipotesis dengan menggunakan model prediktif. Tahapan analisis PLS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Analisis outer model
- b. Analisis model internal
- c. Uji Hipotesis

3.5.2.1 Analisis outer model

Outer model atau model pengukuran yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator dengan variabel lainnya. Variabel laten dapat diukur menggunakan indikator – indikator yang bersifat reflektif dan formatif. Perancangan model pengukur akan menghasilkan sifat indikator dari setiap laten apakah reflektif atau formatif berdasarkan definisi operasional variabel. Outer model yang berperan dalam menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya disebut measurement model (Ghozali 2014:39) berikut ini adalah uji pada outer model atau evaluasi model pengukuran reflektif (Ghozali 2014:54) yaitu sebagai berikut:

1. Loading Faktor

Nilai loading faktor adalah nilai pada variabel laten dengan indikator – indikator nilai loading faktor harus diatas 0,5

2. Composite Reability

Composite Reability mengukur internal consistency dan nilainya harus diatas 0,60

3. Validasi Discriminan

Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar dari pada nilai kolerasi antar variabel laten

4. Cross Loading

Merupakan ukuran lain dari validasi diskriminan diharapkan setiap blok indikator memiliki loading lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk laten variabel lainnya.

Uji outer model untuk evaluasi model pengukuran formatif (Ghozali, 2014:72), yaitu sebagai berikut :

3.5.2.2 Analisis inner model

Analisis model internal atau analisis model structural merupakan analisis yang menjelaskan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substantif (Ghozali, 2014: 41). Evaluasi model internal dapat dibaca dari indikator-indikator berikut:

1. Uji Kesesuaian Model (*Model Conformity*)

Uji kesesuaian model ini digunakan untuk menentukan apakah model cocok dengan data. Ada tiga uji indeks untuk kesesuaian model, yaitu mean path efficiency (APC), mean Rsquare (ARS), dan mean variance factor (AVIV). Jika p-value kurang dari 0,50 dan AVIV kurang dari 5, maka APC dan ARS. Diterima.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Gunakan koefisien determinasi untuk mengetahui bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil R^2 sebesar 0,67, 0,33, dan 0,19 menunjukkan model baik, sedang, dan lemah (Ghozali 2014: 76).

3. Model Qsquare

juga dinilai dengan memeriksa hasil relevansi prediktif Qsquare dari model konstruktif. Q-square untuk mengukur seberapa baik model dan estimasi parameternya menghasilkan observasi.

Rentang nilai untuk kuantitas Q^2 adalah 0, kurang dari Q^2 dan kurang dari 1. Semakin dekat ke 1, semakin baik modelnya. Besarnya Q^2 sesuai dengan jumlah koefisien determinasi untuk analisis jalur. Nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model bersifat prediktif. Di sisi lain, jika nilai Q^2 kurang dari 0, model tidak prediktif. Perhitungan total Q^2 didasarkan pada rumus berikut (Chin, 1998: 43) : $Q^2 = 1 - (1 - R1^2) (1 - R2^2)$

3.5.2.3 Uji Hipotesis

Setelah melakukan analisis outer model dan inner model, tahap terakhir dari analisis PLS yaitu uji hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menguraikan arah pengaruh antar variabel independen dan dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (path coefficient) atau model yang sudah dibuat. Hasil kolerasi antar konstruksi diukur dengan melihat path coefficient dan tingkat signifikannya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis peneliti. Untuk

mengetahui hasil dari uji hipotesis secara simultan path coefficient digunakan untuk melihat seberapa besar nilai masing-masing koefisien jalur.

Hipotesis yang diajukan dapat diterima ataupun ditolak secara statistik dapat dihitung dengan tingkat signifikannya. Dalam penelitian ini tingkat signifikan yang dipakai adalah sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak hipotesis yang diajukan. Probabilities value atau nilai peluang merupakan nilai yang menunjukkan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang benar adalah 95% dan peluang keputusan yang salah adalah sebesar 50%.

Ho ditolak jika p-value kurang dari 0,05 dan;

Ho diterima jika p-value lebih besar atau sama dengan 0,05

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian adalah sebagai berikut :

- Ho.1 : Diduga kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* samsung
- Ha.1 : Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* samsung
- Ho.2 : Diduga citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* samsung
- Ha.2 : Diduga citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Smartphone* sasmsung
- Ho.3 : Diduga keputusan pembelian *Smartphone* samsung tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
- Ha.3 : Diduga keputusan pembelian *Smartphone* samsung berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
- Ho.4 : Diduga kualitas produk tidak langsung pengaruh terhadap kepuasan konsumen
- Ha.4 : Diduga kualitas produk langsung pengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- Ho.5 : Diduga kualitas produk tidak langsung pengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- Ha. 5 : Diduga kualitas produk langsung pengaruh terhadap kepuasan pelanggan