

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018) Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi, elemen populasi merupakan keseluruhan subyek yang akan diukur yang merupakan unit yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *smartphone oppo*.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini penentuan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan prosedur *sampling purposive*, yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian sampel digunakan jika: (1) Pernah membeli dan menggunakan *smartphone oppo* minimal satu, (2) Merupakan mahasiswa di Universitas Narotama, Ubaya dan UKWMS. Pada penelitian ini jumlah pengguna *smartphone oppo* tidak diketahui dengan pasti untuk itu penghitungan jumlah sampel minimum menggunakan rumus (Lemeshow, 1997) untuk populasi tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95%

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Maka diperoleh besar sampel minimal

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,10^2}$$
$$n = \frac{1.9208(0,5)}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan rumus di atas maka n yang didapatkan adalah 96,04 di bulatkan menjadi 100 responden.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah:

1. Data Kuantitatif adalah jenis data yang dapat di ukur atau dihitung secara langsung berbentuk angka dengan tujuan menguji hipotesis (Sugiyono, 2018).

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah:

1. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung. Dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna Oppo di Universitas Narotama, Ubaya dan WM Surabaya.

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2018) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan 3 teknik yaitu: wawancara, angket dan observasi. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan 2 teknik yaitu:

1. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan karena peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih dalam.
2. Kuesioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengumpulan data ini efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden.

3.3.4 Jenis Skala Pengukuran

Sugiyono, (2018) mengatakan skala likert merupakan pengukuran sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan tolak untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.1 Skala Likert

Deskripsi	Skala	Simbol
Sangat Setuju	5	SS
Setuju	4	S
Cukup Setuju	3	CS
Tidak Setuju	2	TS
Sangat Tidak Setuju	1	STS

Sumber; Sugiyono (2018)

3.4 Variabel dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Independen, Dependen dan Moderator

Dalam penelitian terdiri dari 3 variabel yaitu; variabel independen (bebas), variabel dependen (terikat) dan variabel moderator.

1. Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan variabel dependen.

Inovasi produk (X) merupakan proses pengenalan produk atau sistem baru yang membawa kesuksesan ekonomi bagi perusahaan dan kesuksesan sosial bagi konsumen serta komunitas atau lingkungan yang lebih luas (Kotller & Keller, 2009:154). Sedangkan menurut Fandy Tjiptono inovasi produk merupakan proses memainkan peran strategi dalam menekan biaya pada pengeluaran barang atau jasa (Fandy Tjiptono, 2019:260). disimpulkan inovasi produk adalah pengembangan produk atau jasa yang dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai produk atau jasa dan mempertahankan pelanggannya, inovasi produk merupakan strategi yang penting dilakukan perusahaan untuk menghasilkan produk inovatif yang beradaptasi dengan perubahan zaman yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen.

Menurut Kotler Amstrong Dalam penelitian Agus Hermawan, (2012) menyatakan ada tiga indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk

- a. Kualitas produk.
 - b. Varian produk.
 - c. Gaya dan Desain produk.
2. Variabel dependen yaitu variable yang dipengaruhi karena adanya variable bebas. Variable dependen dalam penelitian ini ialah niat beli ulang.

Niat beli ulang (Y) adalah keinginan dan tindakan konsumen dalam membeli suatu produk, karena adanya kepuasan terhadap suatu produk yang diterima (Kotller & Keller, 2009:53). Pembelian ulang terjadi karena adanya kepuasan dari pelanggan (Fandy Tjiptono, 2019:79). Niat pembelian ulang adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen karena adanya kepuasan terhadap produk yang dibeli sebelumnya. Niat pembelian ulang muncul ketika konsumen merasakan sikap positif terhadap suatu produk, sikap positif inilah yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk dengan merek yang sama kedepannya.

Menurut Ferdinand (2002:25-26) indikator minat pembelian ulang terdiri dari 4 bagian, yaitu:

1. Minat transaksional

2. Minat referensial.
 3. Minat preferensial
 4. Minat eksplorasi
3. Variabel moderator yaitu variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan melemahkan) hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel moderator dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Pelanggan yang puas umumnya tetap setia lebih lama, melakukan pembelian lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan mengembangkan produknya, tidak memperhatikan merek lain, sukarela menyarankan produk perusahaan kepada pembeli lain dan tidak sensitif terhadap harga (Kotler dan Keller, (2019)). Kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Artinya sebelum adanya pembelian konsumen telah berekspektasi terhadap produk perusahaan, setelah membeli dan mengonsumsi produk yang dibeli konsumen akan mempersiapkan nilai terhadap produk tersebut. Jika persepsi lebih besar atau sama dengan ekspektasi artinya konsumen puas. Jika tidak, maka yang terjadi ialah ketidakpuasan. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sikap dimana seorang konsumen merasakan sangat bahagia dengan hasil produk yang dibelinya dan memiliki penilaian positif terhadap merek produk tersebut. Dalam penelitian Naili Farida (2014), yang berjudul “Analisis Model Kepuasan Terhadap Model Pembelian Ulang” hasilnya menunjukkan terdapat 4 indikator kepuasan konsumen:
1. Konsumen puas atas kinerja produk inti
 2. Puas atas produk tambahan
 3. Puas atas manfaat produk
 4. Puas atas mutu produk
- 3.4.2 Untuk memberikan gambaran penyusunan kuesioner, penelitian berikut ini disajikan desain instrumen penelitian.

Tabel 3.2 Desain Instrumen Penelitian

Varibel	Definisi	Indikator	Item Kuesioner	Skala
Inovasi Produk (X)	Inovasi produk adalah pengembangan produk atau jasa yang dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai produk atau jasa dan mempertahankan pelanggannya. Inovasi Produk pada <i>smartphone</i> Oppo yaitu adanya pengembangan kualitas seperti fitur-fitur yang diperbaharui, varian yang beragam, gaya dan desain produk yang dibuat lebih menarik untuk meningkatkan nilai produk oppo.	Kualitas produk <i>smartphone</i> Oppo. Varian produk <i>smartphone</i> Oppo. Gaya dan Desain produk <i>smartphone</i> Oppo.	X.1 saya senang dengan fitur-fitur yang dimiliki Oppo. X.2 Saya memilih handphone oppo karena memiliki banyak varian X.3 saya tertarik dengan oppo karena memiliki gaya dan desain yang menarik.	Liker
Niat Pembelian Ulang	Niat pembelian ulang adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen karena adanya kepuasan terhadap produk yang dibeli sebelumnya. Terjadinya niat pembelian ulang terhadap <i>smartphone</i> oppo akibat adanya kepuasan konsumen dari inovasi produk yang dikembangkan oleh pihak oppo	Minat transaksional Minat referensial. Minat preferensial Minat eksplorati	Y.1 Saya tertarik membeli kembali produk oppo Y.2 Saya merekomendasikan <i>smartphone</i> Oppo ke orang lain. Y.3 Merek oppo merupakan pilihan utama saya dalam membeli <i>smartphone</i>	Liker

	sendiri. Seperti adanya peningkatan kualitas fitur kamera yang membuat pembeli merasa puas dan melakukan pembelian Kembali pada produk oppo yang terbaru.		Y.4 Saya selalu mencari tau informasi terbaru dari produk oppo.	
Kepuasan Konsumen	Kepuasan pelanggan merupakan sikap dimana seorang konsumen merasakan sangat bahagia dengan hasil produk yang dibelinya dan memiliki penilaian positif terhadap merek produk tersebut. Kepuasan konsumen <i>smartphone</i> oppo terjadi ketika konsumen merasakan puas terhadap kinerja, manfaat dan mutu dari adanya inovasi produk pada <i>smartphone</i> oppo. Seperti adanya peningkatan produk tambahan berupa headset, charger dan antigores saat melakukan pembelian produk oppo.	Konsumen puas atas kinerja produk inti <i>smartphone</i> oppo. Puas atas produk tambahan <i>smartphone</i> oppo. Puas atas manfaat produk <i>smartphone</i> oppo. Puas atas mutu produk <i>smartphone</i> oppo.	M.1 saya merasa puas dengan fitur yang dimiliki smartphone Oppo M.2 saya puas dengan penyediaan charger Oppo M.3 saya senang dengan foto yang dihasilkan smartphone oppo M.4 <i>smartphone</i> Oppo memiliki sistem pengoperasional yang mudah.	Liker

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Dalam melakukan penelitian, instrument penelitian haruslah meliputi uji validitas dan realibilitas (Sugiyono, 2018).

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Item yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat ialah $r = 0,3$. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2018).

Syarat minimum biasanya untuk dianggap memenuhi syarat yaitu:

- a. Jika $r \geq 0,3$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika $r \leq 0,3$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hasil dari pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama. Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2018). Penulis menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* dengan menggunakan fasilitas SPSS dalam melihat reabilitas dari setiap instrument. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai dari koefisien Cronbach alfa $> 0,6$.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas.

- a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah hipotesis yang telah dirumuskan akan diuji dengan statistik parametris, penggunaan statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dulu akan dilakukan pengujian normalitas data (Sugiyono, 2019). Sebuah data dikatakan berdistribusi normal dengan menggunakan metode kolmogorof-smirnof-test;

1. jika nilai $z_{sig} (2-taild) \geq 0.05$ maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai $z_{sig} (2-taild) \leq 0.05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Linieritas adalah sebuah keadaan linier antara hubungan variabel independen dan variabel dependen. Uji Linier merupakan syarat untuk semua uji hipotesis hubungna, unuk melihat apakah hubungan kedua variabel membentuk garis lurus. Hubungan linier adalah hubungan yang menunjukkan peningkatan skor satu variabel diikuti dengan peningkatan variabel lainnya atau sebaliknya. Hubungan linier dapat bersifat positif atau negatif.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidak-samaan varians dari residual satu ke pengamatan-pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi yang sama diantra grup maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas, untuk menguji adanya heteroskedastisitas ini digunakan uji glejser. Kriteria pengujian:

1. Jika probabilitas $(sig) > 0,05$ maka terjadi homoskedastisitas.
2. Jika probabilitas $(sig) < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3.7 Uji Hipotesis

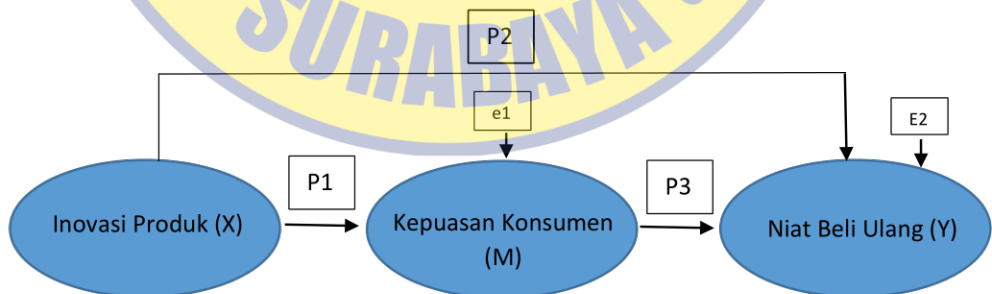
3.7.1 Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Uji analisis jalur berfungsi untuk menguji pengaruh variabel intervening atau mediasi. Hasil dari uji analisis digunakan untuk membandingkan pengaruh mana yang lebih besar antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, sehingga dapat mengetahui adanya variabel mediasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh independen terhadap dependen (Ghozali, 2018). Dalam SPSS uji ini dihitung dengan cara perhitungan koefisien jalur. Menurut Ghozali (2018) koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan structural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang di hipotesiskan.

Pada penelitian ini analisis jalur yang digunakan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap niat pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen pada *smartphone oppo*. Langkah – langkah yang perlu dilakukan dalam analisis jalur (*Path Analysis*) menurut marsono (2016) sebagai berikut:

- a. Merancang model analisis jalur

Diagram jalur disusun berdasarkan kerangka pemikiran yang dikembangkan dari teori yang digunakan. Dalam penelitian ini disusun dalam bentuk diagram jalur sebagai berikut:



Keterangan:

- X : Inovasi Produk
- M : Kepuasan Konsumen

Y : Nat Beli Ulang

P1, P2, P3: Koefisien Jalur

e1, e2: Residual Error

Berdasarkan model jalur mediasi diatas, diperoleh tiga koefisien jalur yaitu P1, P2, P3. Koefisien jalur menggambarkan besar nilai hubungan antara variabel yang diteliti, untuk dapat mengetahui hubungan antara variabel satu dengan yang lain. Residual error berfungsi menjelaskan adanya variabel lain diluar variabel bebas yang juga berpengaruh pada variabel terikat.

b. Membuat Persamaan Struktural

Pengaruh Langsung:

$$1. Y = P_1X_1 + P_3M + e_2$$

$$2. M = P_2X_1 + e_1$$

Pengaruh tidak langsung menggunakan Uji Sobel

c. Menghitung Koefisien Jalur (p) Masing – masing sub struktural

Menghitung Koefisien Jalur (p) Masing – masing struktural dapat menggunakan bantuan SPSS.

3.7.2 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Menggunakan uji t (parsial) untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Uji hipotesis dikriteriakan sebagai berikut:

- Apabila probabilitas signifikansi (Sig) > 0.05, maka variabel independen tidak signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila probabilitas signifikansi (Sig) < 0.05, maka variabel independen signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.3 Uji Sobel

Uji sobel digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi yaitu kepuasan konsumen. Variabel dikatakan intervening jika variabel tersebut mempengaruhi hubungan antar variabel independen dan dependen. Hipotesis mediasi dapat diuji dengan melakukan prosedur yang dikembangkan oleh sobel (1982) yang dikenal dengan uji Sobel (Ghozali 2018). Untuk menguji signifikan pengaruh tidak langsung secara parsial maka dihitung dengan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2018):

$$Z = \frac{ab}{Sab}$$

Apabila pengujian z lebih besar dari 1,96 (standar nilai z mutlak) maka terjadi pengaruh mediasi. Uji sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika sampelnya kecil, pengujian sobel ini menjadi kurang tepat.

