

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang memiliki spesifikasi sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013: 13), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan smartphone oppo. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik pengambilan sampel non probability sampling. Metode yang digunakan adalah metode purposive sampling. Dimana semua populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden dan pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan peneliti (Simamora, 2004, p.197). dengan kriteria :

1. Pengguna hp merek OPPO
2. Menggunakan lebih dari 6 bulan

Selama periode penyebaran kuisioner peneliti berhasil mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria sebanyak 90 sampel (5 kali indikator)

3.3 variabel penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel Dependen

3.3.1 variabel independen

- Diferensiasi Menurut Kartajaya (2004:128), definisi generik yang di definisikan differentiation sebagai “integration the content, contexts, and infrastructure of

our offers to customers”. Penawaran yang ditawarkan kepada konsumen tidak hanya harus dipersepsikan oleh pelanggan sebagian berbeda, namun harus benar benar berbeda dalam hal konten atau “apa yang perusahaan tawarkan kepada pelanggan” (what to offer), konteks atau “bagaimana cara perusahaan menawarkannya” (how to offer), dan infrastrukturnya atau “faktor pemungkin” (enable) diferensiasi yang perusahaan lakukan. Lebih lanjut Kartajaya mengemukakan bahwa diferensiasi tidak lain dari semua upaya untuk sejauh mungkin mengintegrasikan tiga basis diferensiasi, dimana antara konteks, maupun infrastruktur penawaran perusahaan harus benar benar solid satu sama lain. Dengan demikian diferensiasi merupakan bukti dan janji yang di berikan kepada pelanggan yang tercermin di dalam positioning produk, merek dan perusahaan.

Variabel ini di ukur dengan indikator :

1. Smartphone merek oppo tidak hanya memiliki kamera yang bagus tetapi juga memiliki RAM yang besar
2. Smartphone oppo memiliki performa yang cukup baik di bandingkan smartphone yang lainnya
3. Smartphone oppo memiliki layar yang anti air.
4. Smartphone merek oppo memiliki batrei tahan lama di bandingkan merek lainnya. Kartajaya (2004:128)

- Citra merek

Citra merek pada dasarnya merupakan suatu hasil pandang atau persepsi konsumen terhadap suatu merek tertentu, yang didasarkan atas pertimbangan dan perbandingan dengan beberapa merek lainnya, pada jenis produk yang sama. Citra merek memperlihatkan persepsi yang akurat dari suatu merek.

Menurut Rangkuti (2002) Citra Merek adalah “sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dibenak konsumen”. Aaker (1997) menyatakan asosiasi merek adalah segala hal yang berkaitan dengan ingatan mengenai sebuah merek. Sedangkan menurut Temporal (2001) Citra Merek adalah “bagaimana mereka itu terlihat” Temporal (2001) mengemukakan pentingnya Citra Merek dalam pasar persaingan sekarang.

Variabel ini di ukur dengan indikator :

1. Smartphone merek oppo memiliki reputasi yang baik
2. Timbul kebanggaan saat menggunakan smartphone merek oppo
3. Smartphone merek oppo mudah di kenal dan diingat
4. Timbul kebanggaan saat menggunakan smartphone merek oppo.

(Rangkuti (2002), Aaker (1997), Temporal (2001))

- Kualitas produk

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus di usahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Dewasa ini, dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang di bayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Variabel ini diukur dengan indikator:

1. smartphone yang memiliki spesifikasi yang bagus
2. Smartphone merek oppo memiliki kualitas layanan purna jual
3. Smartphone merek oppo memiliki disain yang lebih futuristik
4. Smartpone merek oppo mempunyai kemampuan operasional yang bagus (Lupiyoadi dan hamdani,2006:131)

- Harga

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu harga merupakan unsur marketing mix yang bersifat flexiblel, artinya dapat di ubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat di ubah atau di sesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.

Variabel ini diukur dengan indikator:

1. Harga produk oppo relatif kompetitif di banding prodak lain
 2. Harga produk oppo yang di tawarkan sesuai dengan kualitas
 3. Harga jual dan harga beli smartphone oppo relatif stabil
- (pereeault, jr. & McCarthy, 2004, h.465)

3.3.2 Variabel dependen

- Keputusan pembelian pelanggan

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian, di mana konsumen benar-benar membeli produk. Pada tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling di sukai. Menurut philp kotler (2015 :227) terdapat dua faktor yang mempengaruhi niat pembelian dan keputusan pembeleian.

Variabel ini diukur dengan indikator :

1. Membeli smartphone oppo karena memiliki jaminan kualitas produk
2. Membeli smartphone oppo karena memiliki banyak varian produk
3. Membeli smartphone oppo karena memiliki merek sudah terkenal di masyarakat. (philp kotler (2015 :227))

- Sangat tidak setuju bernilai 1.

3.4 Metode pengumpulan Data

Kuisisioner Daftar pertanyaan yang disusun secara tertulis yang langsung sudah disediakan pilihan jawabannya dalam bentuk pertanyaan yang tertutup dan terbuka, sudah disiapkan dulu kemudian disajikan pada responden.

Dengan penilaiannya sebagai berikut :

- Sangat setuju bernilai 5,
- Setuju bernilai 4,
- Netral bernilai 3,
- Tidak setuju bernilai 2,
- Sangat tidak setuju bernilai 1.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan salah satu bagian terpenting dalam suatu penelitian, karena dengan analisis data di peroleh suatu makna yang berarti bagi pemecahan masalah penelitian dan memberikan jawaban atas tujuan penelitian serta untuk menguji terhadap kebenaran hipotesis yang di ajukan. Hair et al, (1992) berpendapat bahwa sampel yang di jadikan responden minimal 50 orang responden. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan melalui dua tahapan yaitu analisis deskriptif dan analisis Partial Least Square (PLS).

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini digunakan untuk menginterpretasikan atau mendeskriptifkan karakteristik responden yang diukur dari sejumlah indikator yang ditanyakan pada kuesioner dari masing-masing variabel. Dalam analisis deskriptif ini di lakukan dengan menginterpretasikan skor rata-rata (mean) dari masing-masing indikator pada variabel penelitian sebagaimana adanya tanpa menarik suatu kesimpulan atas tanggapan responden terhadap indikator-indikator dari variabel yang diteliti (Cooper and Schindler, 2006).

3.5.2 Analisis Partial Least Square (PLS)

Penelitian ini menggunakan analisis Partial Least Square berdasarkan atas dua alasan yaitu: peneliti ini menguji model secara struktural, menguji pengaruh empat variabel eksogen yaitu diferensiasi (X1), citra merek (X2), kualitas produk (X3), dan harga (X4) terhadap satu variabel endogen yaitu keputusan pembelian pelanggan (Y1), sedangkan alasan kedua karena seluruh variabel pada penelitian ini melibatkan variabel yang bersifat unobservable (latent variabel), yaitu variabel yang tidak dapat diukur secara langsung melalui indikator, dan dua variabel indikatornya bersifat formatif, sehingga SEM tidak dapat di terapkan. Dua alasan inilah yang memperkuat peneliti untuk menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) sebagai alat tepat untuk menjawab tujuan penelitian.

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang sangat kuat karena dapat diterapkan pada semua skala data, dan tidak membutuhkan banyak asumsi, serta ukuran sampel tidak harus besar (Ghozali, 2008). Partial Least Square dapat digunakan sebagai konfirmasi teori dan dapat digunakan untuk membangun hubungan yang ada landasan teorinya atau untuk pengujian proposisi. PLS juga dapat untuk pemodelan struktural dengan indikator bersifat reflektif ataupun formatif. Menurut Jogiyanto dan Abdilah (2009) bahwa

Partial Least Square dan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (penguji hipotesis dengan model prediksi). Perbedaan mendasar antara PLS dengan SEM-LISREL atau AMOS adalah PLS merupakan SEM berbasis varian sedangkan SEM-LISREL atau AMOS berbasis kovarian.

Beberapa keunggulan dari Partial Least Square antara lain :

1. Mampu memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks)
2. Dapat digunakan pada indikator yang bersifat reflektif dan formatif terhadap variabel latennya.
3. Dapat digunakan untuk sampel kecil.
4. Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal.
5. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda yaitu: nominal, ordinal, dan kontinu.
6. Informasi yang dihasilkan efisien dan mudah diinterpretasikan terutama pada model yang kompleks atau hipotesis model.
7. Tidak mensyaratkan asumsi normalitas, linieritas dan heteroskedastisitas.
8. Realistis tidak menghadapi masalah dalam proses menjalankan model.

Jogiyanto dan Abdillah (2009) juga menyatakan bahwa PLS sebagai model prediksi tidak mengasumsikan distribusi tertentu untuk mengestimasi parameter dan memprediksi hubungan kausalitas. Karena itu, teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan dan model evaluasi untuk prediksi bersifat non-parametrik. PLS dapat digunakan pada setiap jenis skala data (nominal, ordinal, interval, rasio) dengan syarat asumsi yang lebih fleksibel, dan juga digunakan untuk mengukur hubungan setiap indikator dengan konstruktornya. Selain itu, dalam PLS dapat dilakukan uji bootstrapping terhadap struktural model yang bersifat outer model dan inner model.

3.5.2.1 Model spesifikasi dengan PLS

Ghozali (2008) menyatakan bahwa model analisis alur untuk semua variabel laten dalam Partial Least Square terdiri dari dua model hubungan yaitu :

1. *Inner* model (structural model) yaitu model struktural yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantive theory*.
2. *Outer* model (*measurement model*) yaitu model pengukuran yang menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau manifestnya.

Model evaluasi *Partial Least Square* (PLS) berdasarkan pada pengukuran prediksi yang mempunyai sifat nonparametrik. Model pengukuran atau outer model dengan indikator refleksi dievaluasi dengan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan composit reliability untuk block *indicator*. Sedangkan outer model dengan formatif indikator dievaluasi berdasarkan pada substantive content yaitu dengan membandingkan besarnya relative weight dan melihat signifikansi dari ukuran weight tersebut (Chint, 1998). Pada Partial Least Square (PLS), hubungan terdiri atas hubungan eksternal (outer model atau model pengukuran) dan hubungan internal (inner model atau model struktural), dimana hubungan tersebut didefinisikan sebagai dua persamaan linier (Gefen, 2004).

3.5.2.2 Inner model

Inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antara variabel laten. Prediksi tersebut dilakukan melalui proses bootstrapping, dan parameter uji T-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Uji pada model struktural dilakukan untuk menguji hubungan kausalitas antara variabel laten. Menurut Jaya dan Sumertajaya (2008) ada beberapa uji untuk model struktural yaitu:

1. Menggunakan R-Square untuk konstruk endogen. Nilai R-Square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan statistik uji-t yang di dapat dari prosedur boot strapping (Ghozali, 2006). Model struktural dievaluasi menggunakan R-Square untuk konstruk dependen., Stone-Geisser Q-square untuk predictive relevance dan uji-t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural (Gozali, 2006). Stone-Geisser Q-square dapat dihitung dengan dengan rumus sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_n^2)$$

Keterangan :

$R_1^2, R_2^2 \dots R_n^2$ adalah R-square variabel endogen dalam model persamaan. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Semakin tinggi nilai R-Square berarti semakin baik model

prediksi dari model penelitian yang dilakukan Chin (1998) menyatakan bahwa nilai R-square 0,67 (kuat), 0,33 (moderat), 0,19 (lemah).

2. Estimate for path Coefisiets yaitu merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten. Parameter uji *T-statistic* untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas diperoleh melalui prosedur *bootstraping*.
3. Prediction relevance (Q-square) atau dikenal dengan Stone-Geisser's. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi. Apabila nilai Q-square yang didapatkan 0,02 (kecil), 0,15 (sedang), dan 0,35 (besar), uji ini hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif.

3.5.2.3 Outer model (*Measurement Model*)

Outer model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model (Jogiyanto dan Abdilah, 2009). *Unimensionalitas* suatu konstruk dapat dievaluasi melalui model pengukuran (outer model) dengan menggunakan reliabilitas komposit (composite reability) dan validitas konvergen (convergent validily) yaitu dengan mengkonstruksi variabel laten ke dalam diagram alur. Outer model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefenisikan karakteristik setiap indikator dengan variabel latennya. Model pengukuran atau outer model yang indikator refleksif dievaluasi dengan konvergen dan validasi diskriminan dari indikatornya dan composite reliability untuk blok indikator, sedangkan outer model dengan formatif indikator dievaluasi berdasarkan pada substantive kontenya yaitu dengan membandingkan besarnya relative weight dan melihat signifikasi dari ukuran weight tersebut. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (solimun, 2006). Validnya suatu indikator dapat diketahui dari nilai loading, untuk penelitian yang bersifat eksploratif 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup, sedangkan reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Asnawi dan Masyhuri, 2011). Dalam menghitung reliabilitas menggunakan composite reliability dengan cut off value adalah minimal 0,7, sedangkan untuk penelitian bersifat eksploratori, reliabilitas sedang adalah 0,5 – 0,6 telah cukup menjusfikasi hasil penelitian (Ferdinand, 2005).

Uji yang dilakukan pada outer model meliputi:

1. Convergent Validity yaitu korelasi antara skor indikator reflektif dengan skor variabel latennya. Nilai convergen validity adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan skor variabel latennya. Nilai convergen validity adalah nilai loading faktor pada variabel dengan indikator-indikatornya. Nilai loading 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup, tetapi diharapkan $> 0,7$.
2. Discriminant Validity yaitu merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituu harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan kontruk yang lain. Discriminant Validity dapat juga dilakukan dengan membandingkan nilai square root of average varince extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya dalam model. Jika AVE kontruk lebih besar dari korelasi dengan seluruh konstruk lainnya maka dapat diartikan memiliki diskriminant validity yang baik (Jaya dan Sumertajaya , 2008). Nilai AVE yang di harapkan $> 0,5$ (Chin, 1995).
3. Composite Reability (pc) yaitu untuk mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. Data yang memiliki composite reliability $> 0,7$ mempunyai reliabilitas yang tinggi.
4. Cronbach's Alpha yaitu digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk. Nilai diharapkan $> 0,6$ untuk semua konstruk (Hair et al, 2008)

Uji yang dilakukan diatas merupakan uji pada outer model untuk indikator reflektif. Untuk indikator formatif yaitu dengan *significance of weight*. Nilai *weight* indikator formatif dengan konstraknya harus signifikan.

3.5.2.4 Indikator Reflektif dan Formatif

Dalam outer model terdapat dua tipe indikator yaitu:

1. Indikator reflektif yaitu indikator yang mempunyai ciri-ciri: arah hubungan kausalitas dari variabel laten ke indikator, antar indikator diharapkan saling berkorelasi, menghilangkan satu indikator tidak akan merubah makna dan arti variabel yang diukur, dan kesalahan pengukuran (*error*) pada tingkat indikator.

2. Indikator formatif yaitu indikator dengan ciri-ciri arah hubungan kausalitas dari indikator ke variabel laten, antar indikator diasumsikan tidak berkorelasi (tidak diperlukan uji reliabilitas konsistensi internal), menghilangkan satu indikator berakibat merubah makna dari variabel laten, dan kesalahan pengukuran berada pada tingkat variabel laten. Variabel laten dengan indikator formatif dapat berupa variabel komposit.

3.5.3 Uji Goodness of fit

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk pengujian hipotesis dengan model prediksi (Jogiyanto dan Abdilah, 2009). *Goodness-of-fit* merupakan ukuran kelaikan (fit) seperangkat observasi yang menunjukkan tingkat perbedaan yang rendah antara nilai yang diobservasi dengan nilai yang diekspektasi dalam model (Jogiyanto dan Abdilah, 2009). *Goodness-of-fit* diukur dengan menggunakan R-square predictive relevance untuk model struktural. *Goodness-of-fit* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameter.

3.5.4 Penguji Model Struktural

Pada penelitian ini setelah dilakukan pengujian dengan model struktural, maka dilanjutkan dengan uji regresi weight/ loading factor. Uji ini dilakukan sama dengan uji terhadap regression weight/ loading factor / koefisien model.

Pengujian ini dilakukan terhadap:

1. Hipotesis mengenai *measurement model*.

Parameter Lambda(λ), yaitu parameter yang berkenaan dengan pengukuran variabel latent berdasarkan variabel manifest (berkaitan dengan validitas instrumen).

Hipotesis yang diuji:

H₀ : $\lambda = 0$ (tidak signifikan)

H₂ : $\lambda \neq 0$ (signifikan)

2. Hipotesis mengenai structural model:

- a. Parameter Gama (γ), yaitu parameter pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam structural model.

Hipotesis yang di uji :

$H_0 : \gamma = 0$ (tidak signifikan)

$H_1 : \gamma \neq 0$ (signifikan)

- b. Parameter Beta (β) , yaitu parameter pengaruh variabel exogen terhadap variabel endogen dalam structural model.

Hipotesis yang diuji:

$H_2 : \beta = 0$ (tidak signifikan)

$H_2 : \beta \neq 0$ (signifikan)

Uji ini sama dengan uji t (uji persial) dalam mutiple regression, uji ini dilalukan dengan cara membandingkan nilai t dengan t (tabel), dengan ketentuan:

- Prob (t hitung) $< \alpha$ (tingkatb kesalahan 5% atau 0,05)berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
- Prob (t hitung) $> \alpha$ (tingkat kesalahan 5% atau 0,05) berarti terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara variabel X terdapat variabel Y.