

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Sekaran (2011) menyatakan bahwa tujuan penelitian diarahkan untuk mendapatkan informasi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori. Maradalis (2007) menyatakan penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hal-hal yang akan terjadi apabila variabel tertentu dikontrol atau dimanipulasi secara tertentu. peneliti menggunakan jenis penelitian eksplanatori karena ingin menjelaskan hubungan sebab-akibat yang terjadi antara variabel-variabel yang ada dengan melakukan pengujian hipotesis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti. Pada riset deskriptif, metode pengumpulan data menggunakan data sekunder, data primer (survey), panel atau observasi. Metode deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan tentang variabel-variabel penelitian dalam situasi tertentu (Sekaran,2011).

3.2 Objek dan Responden Penelitian

Dalam peneltian ini setting penelitian yang digunakan adalah merek telepon pintar merek Oppo. Sedangkan yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen yang pernah menggunakan produk Oppo.

3.3 Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer tersebut berupa jawaban-jawaban atas pertanyaan mengenai citra merek, Negara asal, kepuasan dan loyalitas konsumen.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Non-Probability Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel tidak dipilih secara acak. Unsur populasi yang terpilih menjadi sampel bisa disebabkan karena kebetulan atau karena faktor lain yang sebelumnya sudah direncanakan oleh peneliti. *Metode Non Probability Sampling* yang digunakan adalah jenis *Purposive Sampling* yaitu dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Hartono, 2014). Kriteria pada penelitian adalah responden minimal berusia 18 tahun keatas dikarenakan usia tersebut sudah dewasa dan dapat memutuskan membeli atau tidak, dan juga harus yang pernah membeli produk Oppo lebih dari satu kali.

Dalam perhitungannya, akan digunakan skala Likert yang pengukurannya sebagai berikut (Sekaran, 2011):

- 1.Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.
- 2.Skor 2 untuk jawaban tidak setuju.
- 3.Skor 3 untuk jawaban netral.

4. Skor 4 untuk jawaban setuju.

5. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju.

3.5 Identifikasi Variabel

Penelitian terdiri dari dua variabel bebas, satu variabel terikat dan satu variabel mediasi. Menurut Sekaran (2011) Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif. Jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir, dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan dalam variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran 2011). Variabel mediasi adalah variabel perantara di tengah variabel bebas dan variabel terikat

Keempat variabel penelitian yang menjadi subjek penelitian, adalah:

1. Variabel independen 1: Negara asal.
2. Variabel independen 2: Citra Merek.
3. Variabel mediasi: Kepuasan Konsumen.
4. Variabel dependen: Loyalitas konsumen.

3.6 Definisi Operasional

3.6.1 Variabel Independen

- a. Negara Asal

Permana dan Haryanto (2014) menjelaskan bahwa negara asal adalah seluruh bentuk persepsi konsumen atas produk dari sebuah negara tertentu berdasarkan persepsi konsumen akan kelebihan dan kekurangan dari negara tersebut. Negara asal menggambarkan bagaimana konsumen mempersepsikan produk yang berasal dari suatu negara tertentu. Dengan indikator sebagai berikut:

1. Tingkat kemajuan teknologi negara asal merek.
2. Citra negara asal merek.
3. Inovasi negara asal dalam berproduksi.
4. Tingkat prestis yang dimiliki negara asal merek.

Pengukuran negara asal menggunakan skala likert dengan 5 skala, nilai 1 untuk sangat tidak setuju (STS) sampai nilai 5 untuk sangat setuju (SS). Terdapat 7 pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini.

b. Citra Merek

Permana dan Haryanto (2014) menyatakan citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi konsumen terhadap merek dan dibentuk berdasarkan informasi dan pengalaman masa lalu terhadap suatu merek. Citra merek merupakan interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen. Dengan indikator sebagai berikut:

1. Merek tersebut mempunyai citra positif dalam benak konsumen.

2. Merek tersebut memiliki ciri khas yang membedakan dari pesaing.
3. Merek produk tersebut dikenal luas oleh masyarakat.

Pengukuran Citra merek menggunakan skala likert dengan 5 skala, nilai 1 untuk sangat tidak setuju (STS) sampai nilai 5 untuk sangat setuju (SS). Terdapat 6 pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini.

3.6.2 Variabel Mediasi

Kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang atau kecewa dari seseorang konsumen ketika dia membandingkan persepsinya terhadap kinerja suatu produk atau jasa dengan harapan yang diinginkannya (Permana dan Haryanto, 2014). Indikator kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2013) adalah sebagai berikut:

1. Performance (kinerja)
2. Durability (daya tahan)
3. Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)
4. Features (fitur)
5. Reliability (reliabilitas)
6. Aesthetics (estetika)

7. Perceived quality (kesan kualitas)

8. Serviceability (Pelayanan)

Pengukuran Kepuasan Konsumen menggunakan skala likert dengan 5 skala, nilai 1 untuk sangat tidak setuju (STS) sampai nilai 5 untuk sangat setuju (SS). Terdapat 6 pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini.

3.6.3 Variabel Dependen

Loyalitas

Kotler dan Keller (2013) mengungkapkan loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Loyalitas konsumen merupakan kondisi dimana konsumen mempunyai sikap positif terhadap sebuah merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa mendatang. Dengan indikator sebagai berikut:

- a. Minat untuk membeli produk Oppo lagi.
- b. Bersedia menyarankan merek Oppo terhadap orang lain.
- c. Memprioritaskan merek Oppo ketika ingin membeli telepon pintar lagi.
- d. Tidak ingin menggunakan merek telepon pintar lain.

Pengukuran Loyalitas Konsumen menggunakan skala likert dengan 5 skala, nilai 1 untuk sangat tidak setuju (STS) sampai nilai 5 untuk sangat setuju (SS). Terdapat 6 pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini.

3.7 Pengujian Kualitas Instrumen

5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur (Sekaran 2011). Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu variabel mengukur konsep yang seharusnya diukur. Penelitian ini menggunakan alat uji validitas *KaiserMayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA). Untuk suatu variabel dapat dinyatakan valid persyaratan pokok yang harus dipenuhi adalah nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Of Sampling Adequacy* (KMO MSA) harus lebih dari 0,5. Selain itu, nilai MSA pada *Anti-image Correlation* nya harus lebih besar atau sama dengan 0,5 dan *Barrtlett's Test of Sphericity* koefisien signifikansi kurang dari 5% (Hair et al., 2010).

Besarnya angka MSA adalah 0-1. Jika digunakan dalam menentukan penggabungan variabel maka ketentuannya sebagai berikut:

1. Jika $MSA = 1$ maka variabel tersebut diprediksi tanpa kesalahan.
2. Jika $MSA \geq 0,5$ maka variabel tersebut masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.

3. Jika $MSA < 0,5$ maka variabel tersebut tidak dapat diprediksi dianalisis lebih lanjut sehingga variabel tersebut harus dibuang.

Sedangkan untuk nilai signifikansi yang dipakai adalah sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Jika probabilitas $< 0,05$ maka variabel dapat di analisis lebih lanjut.
2. Jika probabilitas $> 0,05$ maka variabel tidak dapat dianalisis lebih lanjut.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2011) keandalan (reliability) adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (bebas kesalahan) *error free* dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item, dalam instrumen. Dengan kata lain, keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai “ketepatan” sebuah pengukuran.

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukan sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat di percaya atau dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran. Besarnya tingkat reliabilitas ditunjukkan oleh nilai koefisiennya, yaitu koefisien reliabilitas. Koefisien reliabilitas mengukur tingginya reliabilitas yang ditunjukkan oleh koefisien *Croanbach's Alpa*. Untuk perhitungan instrumen penelitian ini digunakan alat bantu program statistik SPSS 16.0 Kriteria suatu instrumen

penelitian ini dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas *Croanbach Alpa* > 0.60.

3.8 Teknik Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Persamaan regresi linier berganda model 1 sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan konsumen} = a + b_1\text{Negara Asal} + b_2\text{Citra Merek} + \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

a = Konstanta (nilai Y' apabila X1, X2,..... Xn = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Persamaan regresi linier berganda model 2 sebagai berikut:

$$\text{Loyalitas Konsumen} = a + b_1\text{Negara Asal} + b_2\text{Citra Merek} + b_3\text{Kepuasan Konsumen} + \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

a = Konstanta (nilai Y' apabila X1, X2,..... Xn = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)