

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini beralamat di Jl. Pangeran Antasari yaitu Toko Surya Phone Kota Samarinda cabang.

#### 3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Karena sejarah penggunaannya yang panjang, pendekatan kuantitatif telah tertanam dalam proses penelitian dan oleh karena itu disebut sebagai metode konvensional. Karena landasannya pada filsafat positivisme, pendekatan ini dikenal dengan teknik positivistik. Karena memenuhi kriteria ilmiah yaitu konkret, empiris, obyektif, dapat diukur, logis, dan metodis, kita dapat menyebutnya sebagai teknik ilmiah. Karena memungkinkan terjadinya penemuan dan pengembangan beberapa konsep ilmu pengetahuan dan teknologi baru, pendekatan ini disebut juga dengan metode penemuan. Karena sifat numerik dari data penelitian dan analisis statistik yang mengikutinya, pendekatan ini dikenal sebagai teknik kuantitatif (Sugiyono, 2013). Selain itu, penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuisisioner melalui goggle form ke pengguna produk smartphone merek Oppo. Responden tersebar di Kota Samarinda.

#### 3.3 Populasi

Menurut Sugiyono, (2013) Populasi merujuk kepada sekelompok objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dianalisis untuk mengambil kesimpulan.

Karena populasi konsumen produk smartphone merek Oppo yang tinggal di Kota Samarinda tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah rumus Lemeshow, yaitu

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

$Z\alpha$  = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai  $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = 1-P

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka  $n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$

Dengan demikian, didapatkan jumlah minimum sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 96 responden, yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100.

#### 3.4 Sumber Data

Sumber data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu:

- a. Sumber data primer adalah hasil tabulasi data kuesioner pada pengguna Smartphone merek Oppo di Kota Samarinda
- b. Untuk mengisi kesenjangan data primer, sumber data sekunder dapat bersumber dari berbagai sumber dan dapat memberikan informasi lebih lanjut. Artikel jurnal, buku, dan website yang berkaitan dengan subjek penelitian merupakan contoh sumber informasi sekunder.

#### 3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

### a. Definisi Operasional

Hal ini dicapai dengan menguraikan banyak variabel independen dan dependen penelitian. Istilah "variabel bebas" mengacu pada variabel bebas itu sendiri dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel terikat. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen: promosi penjualan (X1), persepsi harga (X2), dan citra merek (X3). Apabila dua variabel, independen dan dependen, terletak di antara satu sama lain, kita katakan ada variabel intervening. Kepuasan Pelanggan (Z) merupakan variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini. Fokus utama sebuah penelitian harus pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, loyalitas pelanggan digunakan sebagai variabel dependen (Y).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

NO	Variabel	Item	Indikator	Sumber
1	Promosi Penjualan (X1)	PP1	Smartphone Oppo menawarkan banyak promo penjualan.	(Darma & Hartati, 2021)
		PP2	Smartphone Oppo memberikan diskon dan potongan harga.	
		PP3	Promosi yang ditawarkan memiliki daya tarik bagi konsumen.	
		PP4	Promosi penjualan yang dilakukan membuat saya yakin akan membeli produknya.	
2	Persepsi Harga (X2)	PH1	Saya memilih Smartphone Oppo karena harganya relative terjangkau.	(Wardhana & Rakhman, 2020)
		PH2	Saya memilih Smartphone Oppo karena hargnaya sesuai dengan kualitas.	
		PH3	Saya memilih Smartphone Oppo karena harganya mudah melakukan perbandingan harga.	
		PH4	Saya memilih Smartphone Oppo karena harganya sesuai dengan manfaat.	
3	Citra Merek (X3)	CM1	Produk smartphone merek Oppo memiliki desain yang menarik membuat pelanggan tertarik untuk membeli.	(Darma & Hartati, 2021)
		CM2	Smartphone Oppo memiliki merek yang populer.	
		CM3	Produk smartphone merek Oppo memberikan kepercayaan kualitas merek terbaiknya pada saya.	
		CM4	Smartphone Oppo Memberikan kesan yang positif.	

4	Kepuasan Pelanggan (Z)	KP1	Saya merasa Produk Oppo sesuai dengan yang diharapkan.	(Tjiptono, 2010)
		KP2	Pelayanan yang diberikan di toko Surya Phone ramah dan cepat.	
		KP3	Proses transaksi pembelian smartphone Oppo yang mudah.	
5	Loyalitas Pelanggan (Y)	LP1	Saya akan melakukan pembelian kembali smartphone merek Oppo.	(Jusni, 2022)
		LP2	Saya akan merekomendasikan kepada orang disekitar saya untuk melakukan pembelian smartphone merek Oppo.	
		LP3	Saya akan menyatakan hal-hal positif mengenai Smartphone merek Oppo kepada orang lain.	

---

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

#### b. Pengukuran Variabel

Informasi dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner. Kuesioner tersebut dirancang menggunakan teknik penskalaan Likert (likert scale) (Helmi, 2021), Skala likert merupakan skala yang tujuannya agar menguji seberapa kuat persetujuan subjek terhadap suatu pernyataan dalam skala lima poin yang mempunyai titik acuan (anchor) sebagaimana berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
Tidak Setuju (TS)	= 2
Netral (N)	= 3
Setuju (S)	= 4
Sangat Setuju (SS)	= 5

Untuk mencapai nilai pada kuesioner dalam studi ini, digunakan skala Likert yang terdiri dari 5 tingkat. Proses penentuan item dalam kuesioner melibatkan memberikan nilai pada setiap pertanyaan, di mana responden dapat memilih antara setuju dengan pernyataan (item positif) atau tidak setuju dengan pernyataan (item negatif). Penggunaan skala Likert memfasilitasi pembagian variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumbernya, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2013). Sumber data utama dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner, yang merupakan formulir tertulis yang diberikan kepada responden untuk menanggapi serangkaian pernyataan. Kuesioner ini didistribusikan secara online menggunakan Google Form dan disebarluaskan melalui beberapa saluran yang sesuai dengan responden yang relevan untuk studi ini (Sugiyono, 2013). Tahapan-tahapan yang diterapkan dalam pengumpulan data penelitian ini melibatkan:

- a. Mendistribusikan kuesioner kepada responden.
- b. Pertanyaan tersebut kepada responden.

- c. Responden memiliki pemahaman dan menyelesaikan kuesioner.
- d. Pengumpulan hasil kuesioner dari responden telah selesai.
- e. Hasil yang terkumpul akan diperiksa dan disintesis oleh peneliti.

Setiap data yang terdapat dalam kuesioner akan dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan umum mengenai karakteristik responden, bertujuan untuk memahami setiap individu. Bagian kedua berisi informasi yang akan digunakan dalam Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Citra Merek dalam membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, pembelian dan pemakaian smartphone merek Oppo toko Surya Phone di Kota Samarinda cabang (Antasari).

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Setelah pengumpulan data, analisis dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Squares* (PLS). Tidak seperti metode lainnya, PLS membuat asumsi minimal tentang data itu sendiri. PLS dapat menangani berbagai jenis data, termasuk nominal, kategorikal, ordinal, interval, dan rasio. PLS unggul dalam mengungkap hubungan antara konsep yang mendasari (konstruk) dan mengekstraksi variabel laten. Variabel laten ini mewakili faktor-faktor yang tidak dapat diamati yang mempengaruhi data yang diamati. PLS menggunakan hubungan antara variabel laten dan indikatornya (variabel terukur) untuk memprediksi hasil dan membuat skor komponen yang mewakili kekuatan setiap variabel laten (Ghozali, 2008).

#### **3.7.1 Uji Validitas Konvergen**

Menurut Sugiyono (2019) Uji validitas memastikan data penelitian secara akurat mencerminkan pengalaman atau pendapat para responden. Uji validitas lebih dari sekadar memeriksa apakah kuesioner telah diisi dengan benar. Kuesioner yang valid secara efektif mengukur apa yang dirancang untuk diukur. Jika Loading Factor  $> 0,70$  maka data yang digunakan dinyatakan valid (Hamid et al., 2019). Kemudian jika AVE  $> 0,50$ , maka data yang digunakan dinyatakan valid (Hamid et al., 2019).

#### **3.7.2 Uji Composite Reliability dan Cronbach Alpha**

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas partisipan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner (Suwarjeni, 2016) Uji reliabilitas menjaga konsistensi dan akurasi instrumen penelitian. Hal ini memastikan instrumen memberikan hasil yang sama jika pengukuran yang serupa diulang dalam kondisi yang sama dengan responden yang berbeda. Secara sederhana, uji ini memeriksa apakah instrumen menghasilkan data yang dapat diandalkan dan tepat. Pada uji reliabilitas terdapat dua metode yang digunakan, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability dengan kriteria pengujian sebagai berikut : (i) Nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ , maka data yang digunakan dinyatakan reliabel. (ii) Nilai Composite Reliability  $> 0,70$ , maka data yang digunakan dinyatakan reliabel (Hamid et al., 2019).

#### **3.7.3 Validitas Diskriminan**

Validitas diskriminan adalah seberapa jauh suatu konstruk dapat dibedakan dari konstruk lain berdasarkan bukti empiris (Hair et al., 2014). Dalam uji validitas diskriminan, kita dapat menilai melalui Cross Loading dengan memeriksa apakah nilai  $> 0,7$  dan apakah korelasi antara indikator dan konstraknya lebih tinggi daripada korelasi dengan konstruk lainnya. Jika kriteria-kriteria ini terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi validitas diskriminan telah terpenuhi atau dapat dikatakan berhasil lolos uji validitas diskriminan (Hamid et al., 2019).

#### **3.7.4 Coefficient of Determination (R-square)**

Jika suatu variabel endogen mempunyai nilai R-square yang sama sekali tidak diperhitungkan oleh faktor eksogen atau mempunyai derajat variabilitas yang sangat tinggi, maka nilai tersebut hanya dimiliki oleh variabel endogen. (Ghozali & Imam, 2015) menyatakan bahwa model dapat dikategorikan kuat, sedang, atau lemah berdasarkan temuan nilai R-square masing-masing sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25. Jumlah variasi yang dijelaskan oleh model konstruk diwakili oleh ini. Model prediksi dan penelitian yang lebih baik ditunjukkan dengan skor  $R^2$  yang lebih tinggi.

### **3.7.5 Effect Size ( F- Square)**

Sejauh mana pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen ditunjukkan dengan effect size ( $f^2$ ). Nilai 0,02, 0,15, dan 0,35 masing-masing menunjukkan pengaruh kecil, sedang, dan besar, ketika mempertimbangkan  $f^2$ . (Ghozali & Imam, 2015). Tidak akan ada pengaruh yang terlihat jika nilai effect size kurang dari 0,02.

### **3.7.6 Predictive Relevance ( Q –Square )**

Hasil evaluasi menunjukkan kualitas nilai observasi yang dihasilkan. Jika nilai  $Q^2$  yang relevan prediksi lebih besar dari 0, ini menandakan keberhasilan prediksi yang akurat. Berdasarkan pengukuran, variabel laten eksogen menunjukkan kinerja yang baik, dengan pengaruh yang lemah sebesar 0,02, pengaruh sedang sebesar 0,15, dan pengaruh tinggi sebesar 0,35. Variabel ini dapat diandalkan sebagai penyebab prediksi variabel laten endogen, sehingga pengamatan dapat dianggap memiliki kualitas yang tinggi (Henseler et al., 2015).

### **3.7.7 Uji Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2019) uji hipotesis digunakan untuk mengevaluasi hipotesis penelitian. Uji ini secara khusus menguji pengaruh parsial dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Rules of Thumb yang digunakan pada penelitian ini adalah T-Statistik  $> 1.65$  dengan tingkat signifikansi  $p$  value 0.05. Jika nilai  $p$ -value kurang dari 0,05 ( $p < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara statistik memiliki pengaruh yang positif signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $p$ -value lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ), maka tidak ada cukup bukti untuk menunjukkan pengaruh parsial yang signifikan secara statistik dari variabel independen (Hamid et al., 2019).