

BAB III

METODE ANALISIS

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif dan melalui pendekatan asosiatif kausalitas. Metode kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka. Menurut (Hasan, 2017) penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel (X) mempengaruhi variabel lain (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas produk, Persepsi harga, marketplace dan Duta merek terhadap keputusan pembelian Samsung Galaxy Smartphone.

3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan didalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dalam bentuk kuisisioner. Data sekunder adalah data yang sudah diolah untuk kepentingan tertentu oleh pihak tertentu (Umi Narimawati:2019). Data sekunder yang didapatkan oleh peneliti yaitu data yang berbentuk artikel.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2005) teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Cara menunjukan pada suatu yang abstrak, tidak dapat diwujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi hanya dapat dipertontonkan penggunaanya. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan (Nazir, 2005). Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner.

3.3.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Seperti kebanyakan peneliti lain, dalam pelaksanaannya model survei yang dilakukan pada penelitian ini ditunjang dengan penyebaran kuesioner. Dimana kuesioner disebarkan kepada kosumen Samsung galaxy smartphone di Bandar Lampung. Hasil yang didapatkan setelah penyebaran kuesioner merupakan data primer, yaitu data yang berasal dari sumber pertama. Dimana peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumentasi dari pengumpulan data.

Tabel 3.1
Instrumen Skala Ordinal

Penelitian	Skor	Skala
Sangat Setuju (SS)	5	Skala Ordinal
Setuju (S)	4	
Netral (N)	3	
Tidak Setuju (TS)	2	
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli smartphone Samsung di Kota Bandar Lampung yang berdasarkan data pada latar belakang yaitu pengguna Samsung galaxy smartphone sekitar 96.481 atau 18,9% dari 510.483 pengguna smartphone di Kota Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai objek penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan cara *Purposive Sampling*. “*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu” (Sugiyono, 2019: 138). Karena data populasinya diketahui maka peneliti menggunakan Rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian (Umar, 2008:79). Berikut rumus slovin untuk penarikan sampel :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan :

N = Jumlah anggota dalam populasi

n = Jumlah sampel

e = Derajat penyimpanan yang ditoleransi 10%

$$n = \frac{96.481}{(1 + (96.481 \times 10\%^2))}$$

$$n = \frac{96.481}{(1 + (96.481 \times 0,1^2))}$$

$$n = \frac{96.481}{(1 + (96.481 \times 0,01))}$$

$$n = \frac{96.481}{(1 + 964,81)}$$

$$n = \frac{96.481}{965,81}$$

$$n = 99,89$$

Hasil dari perhitungan rumus slovin angka yang didapatkan yaitu 99,89 jika dibulatkan maka sampel dalam penelitian ini yaitu sebesar 100 responden. Jumlah sampel minimal yang digunakan adalah 100 responden. Untuk menambah keyakinan penelitian dan penyebaran kuesioner lebih merata maka kuesioner yang disebarakan yaitu sebanyak 150. Penentuan responden peneliti akan menggunakan kriteria pengambilan sampel. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1	Mengenal produk Samsung galaxy smartphone
2	Pengguna atau pernah menggunakan produk Samsung galaxy smartphone
3	Berumur minimal 18 tahun – 35 tahun (Lulus SMA)

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono:2016). Variabel ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan dependen.

3.5.1 Variabel Eksogen

Variabel Eksogen (independen) merupakan variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) Marketplace (X3) dan Duta Merek (X4).

3.5.2 Variabel Endogen

Variabel endogen (dependen) merupakan variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel menjelaskan tentang variabel yang diteliti, konsep, indikator, dan skala pengukuran adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian. Berikut adalah definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Produk (X1)	Kualitas Produk	1. kinerja 2. keistimewaan tambahan (features) 3. kehandalan 4. kesesuaian dengan spesifikasi 5. daya tahan (Tjiptono, 1997)	1. Kinerja Samsung galaxy smartphone sangat baik 2. fitur yang diberikan samsung galaxy smartphone sesuai dengan kebutuhan pengguna 3. samsung galaxy smartphone sangat handal dalam membantu aktivitas pengguna 4. Samsung galaxy smartphone sudah memenuhi standar spesifikasi 5. samsung galaxy smartphone tidak mudah rusak dan awet saat digunakan.	Skala Ordinal

Harga (X2)	Peresepsi Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. perbandingan harga dengan pesaing 3. kemampuan financial <p>(Sumiyati & Soliha, 2020)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. harga yang diberikan Samsung galaxy smartphone sesuai dengan kualitasnya yang bagus. 2. harga yang diberikan Samsung galaxy smartphone dapat bersaing dengan harga merek lain. 3. harga yang diberikan samsung galaxy smartphone sangat terjangkau bagi konsumen. 	Skala Ordinal
Tempat (Place) (X3)	Marketplace	<ol style="list-style-type: none"> 1. kualitas system 2. kualitas informasi 3. kualitas layanan <p>(DeLone & McLean, 2003)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. system marketplace (aplikasi jual beli online) mudah digunakan saat membeli samsung galaxy smartphone 2. informasi yang diberikan tentang Samsung galaxy smartphone cukup jelas. 3. respond kepada konsumen sangat baik dan cepat 	Skala Ordinal
Promosi (X4)	Duta Merek (Brand Ambassador)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visibility (Kepopuleran) 2. Credibility (Keahlian) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepopuleran Duta Merek Samsung Galaxy Smartphone 	Skala Ordinal

		<p>3. Attraction (Daya Tarik)</p> <p>4. Power (Kekuatan)</p> <p>(Maulida & Kamila, 2021)</p>	<p>dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli produk Samsung galaxy smartphone</p> <p>2. Duta Merek Samsung Galaxy Smartphone dapat menimbulkan rasa percaya pada konsumen untuk membeli produk</p> <p>3. Daya Tarik Duta Merek dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli produk Samsung galaxy smartphone</p> <p>4. Prestasi Duta Merek Smartphone dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli samsung galaxy smartphone</p>	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian.	<p>1. keinginan untuk menggunakan produk</p> <p>2. keinginan untuk memiliki produk</p> <p>3. ketertarikan pada produk</p> <p>4. meluangkan waktu untuk mendapatkan produk</p>	<p>1. adanya keinginan konsumen untuk menggunakan Samsung galaxy smartphone</p> <p>2.adanya keinginan konsumen untuk memiliki Samsung galaxy smartphone</p> <p>3. adanya rasa ketertarikan</p>	Skala Ordinal

		5. mengetahui fungsi produk (Adiwidjaja, 2017)	konsumen untuk membeli Samsung galaxy smartphone 4. konsumen akan meluangkan waktu untuk mendapatkan produk Samsung galaxy smartphone 5. konsumen mengetahui fungsi dari setiap fitur Samsung galaxy smartphone	
--	--	---	---	--

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. SEM dan PLS adalah suatu teknik alternative pada analisis SEM dimana data yang digunakan tidak harus berdistribusi normal multivariate (Oda et al., 2014). Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat dipergunakan untuk menjelaskan ada dan tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif.

Menurut Ghazali (2006) tujuan PLS yaitu membantu peneliti untuk tujuan memprediksi model formalnya mendefinisikan variabel laten yaitu linear agregat dari indikator-indikatornya. Weight estimate yaitu adalah untuk menciptakan komponen skor variabel laten yang didapat berdasarkan bagaimana inner model (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dan outer model (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstraknya) dispesifikasi hasilnya adalah residual

variance dari variabel dependen. Adapun alasan peneliti untuk menggunakan smartPLS yaitu sebagai berikut.

1. PLS dapat mengolah semua jenis data
2. PLS memiliki dua uji didalamnya yaitu uji measurement model yang menyangkut validitas konstruk dan reliabilitas konstruk. Selain itu juga memiliki uji structural model, yaitu uji t dari partial least square itu sendiri. Sehingga dapat menyajikan berbagai hasil lengkap dan dapat dianalisa secara menyeluruh.
3. PLS dapat digunakan untuk prediksi, konfirmasi teori, dan menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. (Jogiyanto dan Abdillah, 2009).
4. PLS memiliki hubungan antara variabel laten dan indikatornya dalam bentuk refleksif maupun formatif. Model refleksif mengasumsikan bahwa konstruk atau variabel laten mempengaruhi indikator (arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifest). Model refleksif sering disebut dengan principal factor model dimana covariance pengukuran indikator dipengaruhi oleh konstruk laten atau yang mencerminkan variasi dari konstruk laten. Pada model refleksif konstruk unidimensional, digambarkan dalam bentuk elips dengan beberapa anak panah dari konstruk ke indikator. Model ini memberikan arti bahwa perubahan pada konstruk laten akan mempengaruhi perubahan pada indikator.
5. PLS merupakan pendekatan alternative yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis covariance menjadi berbasis variance (Ghozali, 2006). SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model.

3.7.1 Model pengukuran (Outer Model)

Analisa Outer Model atau model pengukuran dalam uji Partial Least Squares dilakukan untuk menguji validitas internal dan reliabilitas. Dengan menggunakan analisa outer model akan menspesifikasi hubungan antar

variable laten dengan indikatornya, atau dapat didefinisikan bahwa outer model menjelaskan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten dapat digolongkan menjadi dua yaitu sebagai berikut.

1. Variabel laten eksogen, merupakan variabel independen (bebas) yang mempengaruhi variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel laten eksogen adalah variabel Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2), Marketplace (X3) dan Duta Merek (X4).
2. Variabel laten endogen, merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variable laten endogen adalah Keputusan Pembelian (Y).

Menurut Ghozali (2013) Model Pengukuran (outer model) dapat disebut Juga dengan model luar, menghubungkan semua manifest variable atau indicator dengan variabel latennya. Dalam PLS satu manifest variable hanya dapat dihubungkan dengan satu variabel laten. Semua manifest yang dihubungkan dengan satu variabel laten disebut sebagai satu blok. Cara variabel dihubungkan dengan indikatornya dapat reflektif dapat juga formatif. Pada outer model ini uji yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Convergent Validity

Validitas konvergen tercapai ketika indikator-indikator pada suatu konstruk saling berkorelasi tinggi dan memiliki skor loading yang cukup.

Validitas ditunjukkan tidak hanya pada skor loading tetapi juga oleh konvergensi seluruh indikator pengukur di suatu konstruk. Validitas diskriminan menunjukkan bahwa indikator-indikator di konstruk yang lain. Validitas tercapai tidak hanya ketika skor loading memenuhi kriteria tetapi juga diskriminasi korelasi indikator-indikator konstruk yang lain. Validitas konvergen dan diskriminan saling berkorelasi positif, artinya konstruk yang memenuhi validitas diskriminan seharusnya memenuhi validitas konvergen. Nilai Convergent Validity merupakan nilai loading factor pada variabel

laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan $> 0,6$ sudah dianggap cukup (Mahdai Ibrahim, Irma Suryani, 2017).

2. Discriminant Validity

Nilai ini merupakan nilai Cross Loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu

dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Abdillah, dkk (2020) menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur atau instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Konsep reliabilitas sejalan dengan

konstruk atau validitas kuantitatif. Konstruk yang valid sudah pasti reliabel, sebaliknya konstruk yang reliabel belum tentu valid. Oleh karena itu, pada umumnya peneliti lebih mengutamakan pencapaian validitas konstruk daripada reliabilitas. Ketika validitas konstruk tidak tercapai, peneliti kemudian berharap setidaknya mencapai reliabilitas. Berikut ini beberapa teknik dalam menguji reliabilitas. Pada penelitian berikut ini menggunakan teknik reliabilitas dengan Cronchbach's Alpha. Jika nilai alpha > 0.7 berarti reliabilitas cukup, sedangkan jika alpha > 0.80 menunjukkan bahwa seluruh item reliabel dan keseluruhan tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Jika alpha > 0.90 maka reliabilitasnya sempurna. Jika alpha antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi. Jika alpha $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas sedang. Jika alpha $< 0,50$ maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan ada satu atau beberapa item yang tidak reliabel.

3.7.2 Model Structural (Inner Model)

Analisa Inner Model atau model struktural ini dapat digunakan untuk memprediksi hubungan kausal antar variabel yang diuji. Model struktural ini dapat dilihat dari beberapa indikator Koefisien Determinasi (R^2) R-Square yang terdapat pada model Partial Least Squares dapat dievaluasi dengan melihat Q-Square (Predictive Relevance) untuk model variabel. Q-Square berfungsi untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang didapat dari model dan estimasi parameternya. Suatu model mempunyai nilai Predictive Relevance jika nilai Q-Square lebih besar dari 0 (nol), sedangkan suatu model yang kurang memiliki Predictive Relevance mempunyai nilai Q-Square kurang dari 0 (nol).

3.7.3 Pengujian Hipotesis

A. Uji hipotesis secara parsial (Uji T)

Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan untuk perbandingan nilai T-table dan T-statistic. Jika Tstatistic lebih tinggi dibanding nilai T-table, yaitu berarti hipotesis terdukung atau diterima (Suharyadi dan Purwato, 2015). Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan adalah 95% (alpha 95%), maka nilai T-table untuk hipotesis satu ekor (one tailed) dengan nilai tabel sebesar 1.645 untuk 2 ekor dengan nilai t tabel 1.960.

B. Uji hipotesis secara simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) variabel bebas memiliki pengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau terikat. Salah satu cara melakukan uji F adalah dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan memengaruhi variable dependen.

Signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.