



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah persepsi kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang telah membeli dan menggunakan *smartphone* Oppo di Jakarta Utara.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 126), di awal penelitian apapun, peneliti menghadapi tugas untuk memilih desain spesifik yang akan digunakan. Menurutnya, terdapat delapan klasifikasi desain penelitian, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian dapat bersifat eksplorasi maupun formal. Dalam penelitian ini digunakan studi formal yang dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan riset dan melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pernyataan yang diajukan.

##### 2. Metode Pengumpulan Data

Klasifikasi ini dibedakan antara *monitoring* dan komunikasi. Dalam penelitian ini, digunakan metode komunikasi dimana peneliti bertanya kepada subyek penelitian melalui kuisisioner.

##### 3. Pengendalian Variabel-variabel oleh Peneliti

Dalam klasifikasi ini, peneliti menggunakan desain *ex post facto design*, dimana peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap variabel untuk memanipulasinya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. Tujuan Penelitian

Terdapat dua tujuan penelitian yaitu studi deskriptif dan dan kausal. Penelitian ini menggunakan studi kausal dimana menjelaskan mengenai hubungan di antara variabel, yaitu bagaimana pengaruh persepsi kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo.

#### 5. Dimensi Waktu

Terdapat dua jenis dimensi waktu, yaitu *cross-sectional* dan *longitudinal*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *cross-sectional* karena penelitian dilakukan sekali dan mewakili prototipe keadaan dalam satu waktu.

#### 6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini merupakan studi statistik dimana penelitian ini didesain untuk memperluas studi, bukan untuk memperdalamnya. Studi ini berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

#### 7. Lingkungan Riset

Terdapat dua lingkungan riset yaitu, kondisi lingkungan aktual dan kondisi manipulasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan lingkungan aktual, karena data yang digunakan merupakan data yang diperoleh langsung dengan menyebarkan kuisioner.

#### 8. Persepsi Peserta

Kesadaran persepsi peserta mempengaruhi hasil penelitian secara tidak langsung atau bahkan lebih jelas. Walaupun belum ada bukti mengenai usaha peserta atau responden untuk memuaskan peneliti dengan berhasil menebak hipotesis atau ada bukti sabotase. Ketika peserta percaya bahwa terjadi hal ganjil, mereka mungkin bersikap tidak normal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### C. Variabel Penelitian

1. Variabel persepsi kualitas produk dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Tabel 3.1**

**Operasionalisasi Variabel Persepsi Kualitas Produk**

No.	Dimensi	Indikator	Skala
1.	<i>Form</i> (bentuk)	<i>Smartphone</i> Oppo memiliki bentuk yang menarik. <i>Smartphone</i> Oppo memiliki bentuk yang <i>trendy</i> .	Interval
2.	<i>Features</i> (fitur)	Fitur <i>smartphone</i> Oppo canggih. Fitur <i>smartphone</i> Oppo lengkap.	Interval
3.	<i>Performance quality</i> (kualitas kinerja)	<i>Smartphone</i> Oppo memiliki kualitas kinerja yang baik. <i>Smartphone</i> Oppo beroperasi dengan baik.	Interval
4.	<i>Conformance quality</i> (kualitas kesesuaian)	Kualitas <i>smartphone</i> Oppo sesuai dengan janji yang diberikan. Spesifikasi <i>smartphone</i> Oppo sesuai dengan janji yang diberikan.	Interval
5.	<i>Durability</i> (daya tahan)	<i>Smartphone</i> Oppo tidak mudah rusak. <i>Smartphone</i> Oppo dapat dipakai dalam jangka waktu yang lama.	Interval
6.	<i>Reliability</i> (keandalan)	<i>Smartphone</i> Oppo dapat diandalkan.	Interval
7.	<i>Repairability</i> (kemudahan perbaikan)	Jika ada kerusakan pada <i>smartphone</i> Oppo, mudah untuk diperbaiki. Stok suku cadang <i>smartphone</i> Oppo mudah ditemukan.	Interval
8.	<i>Style</i> (gaya)	<i>Smartphone</i> Oppo mengikuti selera masyarakat. <i>Smartphone</i> Oppo <i>stylish</i> .	Interval
9.	<i>Customization</i> (penyesuaian)	<i>Smartphone</i> Oppo mencerminkan gaya hidup masyarakat saat ini. <i>Smartphone</i> Oppo merupakan <i>smartphone</i> yang diinginkan masyarakat.	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2016: 393)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Variabel citra merek dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 3.2**

**Operasionalisasi Variabel Citra Merek**

No.	Dimensi	Indikator	Skala
1.	<i>Functional image</i> (citra fungsional)	<i>Smartphone</i> Oppo memiliki kualitas tinggi. <i>Smartphone</i> Oppo memiliki karakteristik lebih baik dibandingkan milik pesaing. Produk pesaing <i>smartphone</i> Oppo lebih murah.	Interval
2.	<i>Affective image</i> (citra afektif)	Merek Oppo bagus. Oppo memiliki kepribadian yang membedakan dirinya dari pesaing. Oppo adalah sebuah merek yang tidak mengecewakan pelanggannya.	Interval
3.	<i>Reputation</i> (reputasi)	Oppo merupakan salah satu merek terbaik di sektor <i>smartphone</i> . Oppo merupakan merek yang kuat di pasar.	Interval

Sumber: Pina dan Martinez dalam jurnal Hariri dan Vazifehdust (2011:106)

3. Variabel kepuasan pelanggan dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

**Tabel 3.3**

**Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan**

No.	Dimensi	Indikator	Skala
1.	<i>Loyal</i>	Saya merasa loyal terhadap <i>smartphone</i> Oppo.	Interval
2.	Selalu membeli produk terbaru	Setiap kali Oppo mengeluarkan produk baru, saya selalu membelinya.	Interval
3.	Merekomendasikan	Saya merekomendasikan <i>smartphone</i> Oppo kepada rekan saya.	Interval
4.	Tidak memperhatikan pesaing	Saya tidak peduli dengan merek lain selain Oppo.	Interval
5.	Memberi ide	Saya memberikan ide kepada Oppo.	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2016: 155)



## D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik komunikasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana peneliti mendapatkan data dengan langsung dari sumbernya. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner secara *online* melalui *google docs*. Kuisioner tersebut disebar kepada 105 pelanggan *smartphone* Oppo. Kuisioner yang disebar berisi daftar pernyataan mengenai persepsi kualitas produk, citra merek, dan kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo. Kuisioner ini berisi pernyataan yang bersifat tertutup.

Untuk menentukan skor yang diperoleh dari hasil pengisian kuisioner, peneliti menggunakan skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2014: 278), skala Likert terdiri atas skala 1 sampai 5 dimulai dari STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (netral), S (setuju), sampai SS (Sangat Setuju).

## E. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan *smartphone* Oppo.
2. Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. dengan teknik *judgement sampling* dimana pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, kriteria yang diambil adalah mereka yang membeli dan menggunakan *smartphone* Oppo.
3. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 105 pengguna *smartphone* Oppo pada periode Desember 2017 – Januari 2018.



## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016: 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Dalam pengambilan keputusan uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan *Pearson Product Moment* dengan r tabel sebesar 0,361 (n=100, α=5%). Peneliti menggunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = korelasi

X = skor tiap pertanyaan

Y = skor total

n = jumlah responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016: 47), suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach's Alpha, sebagai berikut:

$$\left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_b^2}{\sum S_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah butir pernyataan

$\sum S_b^2$  = jumlah varian butir

$\sum S_t^2$  = varian total

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 3. Analisis Deskriptif

### a. Rata – Rata Hitung

Cara menghitung skor dengan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

$$\bar{x} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = skor rata-rata

$X_i$  = data

$n$  = jumlah data

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## b. Analisis Persentase (%)

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden dalam kuisisioner. Profil responden dalam kuisisioner adalah pengguna *smartphone* Oppo atau tidak, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

$$Fr = \frac{\text{Jumlah responden yang memilih}}{\text{Total responden}} \times 100\%$$

## c. Rata-rata Tertimbang

Rumus yang digunakan untuk menghitung rata-rata tertimbang adalah

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

$f_i$  = frekuensi

$x_i$  = bobot nilai

$\sum f_i$  = jumlah responden

## d. Rentang Skala

Rumus yang digunakan adalah:

$$Range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan:

$m$  = rata – rata nilai tertinggi

$p$  = rata – rata nilai terendah

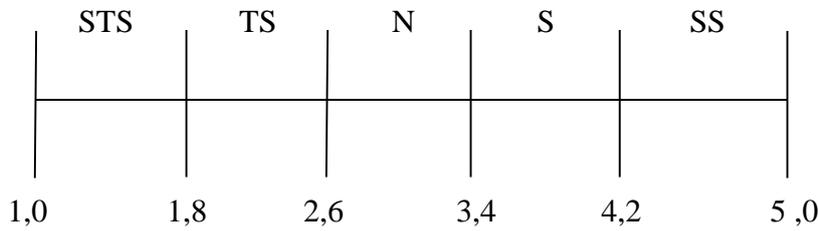
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$b$  = jumlah kelas/ banyaknya kategori

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

**4. Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2016: 154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non – parametrik Kolmogorov – Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : data residual berdistribusi normal

$H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal

dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal / mendekati normal.

### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016: 103), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Jika  $VIF < 10$  dan  $TOL > 0.1$  maka bebas multikolinieritas.
- Jika  $VIF > 10$  dan  $TOL < 0.1$  maka terdapat multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016: 134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah sebagai berikut:

- Jika koefisien *parameter sign*  $< 0.05$  maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika koefisien *parameter sign*  $> 0.05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 5. Analisis Regresi Ganda

Menurut Ghazali (2016: 94), dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

$X$  = Variabel bebas

$Y$  = Variabel terikat

$\beta_0$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel  $X_1$

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel  $X_2$

$e$  = error

## 6. Uji Keberartian Model (Uji F)

Pada Uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$H_a$ : Tidak Semua  $\beta_i = 0$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Jika nilai Sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka tolak Ho, yang berarti regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.

b. Jika nilai Sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak tolak Ho, yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y.

## 7. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Ghozali (2016: 97), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen.

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_a: \beta_i > 0$$

Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

a. Jika  $sig < 0.05$  maka tolak  $H_0$  artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

a. Jika  $sig > 0.05$  maka tidak tolak  $H_0$  artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

## 8. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2016: 95), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

$R^2 = 0$ , artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

$R^2 = 1$ , artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

