



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.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang berisi obyek penelitian, disain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

Dalam teknik pengumpulan data dibahas mengenai cara mengumpulkan data, menjelaskan data yang diperlukan dan bagaimana teknik pengumpulan data yang digunakan. Selanjutnya adalah teknik pengambilan sampel, yaitu penjelasan mengenai teknik memilih anggota populasi menjadi anggota sampel. Terakhir, akan dibahas teknik analisis data yang berisi metode analisis yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian, serta rumus-rumus statistik yang digunakan dalam perhitungan dan program komputer yang diperlukan dalam pengolahan data.

#### A. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah *Smartphone Oppo*. Objek pengamatan dalam penelitian ini adalah mengenai minat beli ulang dari *Smartphone Oppo*. Penelitian ini dilakukan secara *online* dengan subjek penelitian adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada produk *Smartphone Oppo*.

#### B. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian (Cooper dan Schindler, 2014:124). Menurut Cooper dan Schindler (2014: 126-129) ada delapan perspektif klasifikasi desain penelitian, yaitu:



## 1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Derajat kristalisasi pertanyaan riset merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Dalam studi ini dapat bersifat eksplorasi atau formal. Penelitian ini menggunakan studi formal yang dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan riset yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Klasifikasi ini membedakan antara proses monitoring dan komunikasi. Berdasarkan perspektif metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara personal atau nonpersonal.

## 3. Pengontrolan Variabel oleh Periset

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto* ( desain laporan sesudah fakta). Dalam hal ini, peniliti tidak memiliki control terhadap variabel-variabel, artinya peniliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasinya. Peniliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau apa yang sedang terjadi.

## 4. Tujuan Studi

Ada dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian ini tergolong dalam studi kausal (sebab-akibat), karena penelitian ini mencoba menjelaskan hubungan antara variabel-variabel. Peneliti ingin menjelaskan

sebab-akibat untuk menunjukkan pengaruh kualitas produk, citra merek, dan *brand prestige* terhadap minat beli ulang pada produk *Smartphone Oppo*.

#### 5. Dimensi Waktu

Ditinjau dari dimensi waktu, penelitian ini menggunakan studi lintas *cross-sectional*. Penelitian ini dilaksanakan hanya satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada satu periode tertentu.

#### 6. Cakupan Topik

Penelitian ini merupakan studi statistik yang didesain untuk memperluas studi, bukan untuk memperdalamnya. Penelitian ini berupaya memperoleh karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

#### 7. Lingkungan Riset

Dilihat dari lingkungan risetnya, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan), karena data yang digunakan merupakan data yang didapatkan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner.

#### 8. Persepsi Peserta

Penelitian ini berdasarkan hasil kesimpulan yang bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian dimana persepsi subyek peneliti dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Walaupun tidak ada bukti yang jelas akan adanya upaya responden untuk menyenangkan periset melalui dugaan hipotesis yang berhasil atau bukti-bukti adanya sabotase, pada saat peserta percaya bahwa sesuatu di luar kebiasaan sedang berlangsung, mereka kemungkinan berperilaku tidak alami. Oleh karena itu,

### © 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.



peneliti berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian yang sedang peneliti lakukan.

## Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang terdapat dalam Bab I, maka variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu minat beli ulang, kualitas produk, citra merek, *brand prestige*. Item pertanyaan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

### 1. Minat Beli Ulang

Merek dan kesetiaan layanan menimbulkan pembelian ulang atau minat beli ulang pada konsumen. Pengukuran variabel minat beli ulang dengan melalui tiga indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1:

**Tabel 3.1**  
**Butir Pernyataan Minat Beli Ulang**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Minat Beli Ulang (Diadaptasi dari Bettencourt dalam Kuenzel dan Halliday, 2008)	Keinginan untuk membeli ulang suatu produk.	Saya berkeinginan membeli kembali <i>smartphone</i> oppo	Interval
	Keinginan untuk terus menambah pembelian variasi produk.	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli tipe lain dari <i>smartphone</i> oppo bila ada	Interval
	Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.	Saya akan selalu mengutamakan <i>smartphone</i> oppo	Interval

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. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, yang merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Pengukuran variabel kualitas produk dengan melalui empat indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2:

**Tabel 3.2**  
**Butir Pernyataan Kualitas Produk**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Kualitas Produk (Diadaptasi dari Putro <i>et al.</i> , 2014)	Produk yang dijual bervariasi	Menurut saya, produk <i>smartphone</i> oppo yang di jual bervariasi	Interval
	Produk memiliki fitur yang lebih baik daripada produk sebanding lainnya.	Menurut saya, <i>smartphone</i> oppo memiliki fitur yang lebih baik daripada <i>smartphone</i> lainnya.	Interval
	Produk memiliki kualitas yang baik	Menurut saya, <i>smartphone</i> oppo memiliki kualitas yang bagus	Interval
	Kualitas produk sesuai dengan jumlah uang yang dikeluarkan	Menurut saya, kualitas <i>smartphone</i> oppo sesuai dengan uang yang di keluarkan	Interval

## 3. Citra Merek

Citra merek adalah sekumpulan sikap yang diambil tentang gambaran yang tercermin dalam benak dan pikiran konsumen untuk menilai suatu merek. Pengukuran variabel citra merek adalah dengan melalui tiga indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.3:



**Tabel 3.3**  
**Butir Pernyataan Citra Merek**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Citra Merek (Diadaptasi dari Severi dan Ling, 2013)	Produk memiliki citra yang berbeda dengan produk lainnya.	Menurut saya, <i>smartphone</i> oppo memiliki citra yang berbeda dengan produk <i>smartphone</i> lainnya	Interval
	Produk memiliki citra yang jelas.	Menurut saya, <i>smartphone</i> oppo memiliki citra yang jelas	Interval
	Produk memiliki citra yang kuat.	Menurut saya, <i>smartphone</i> oppo memiliki citra yang kuat	Interval

#### 4. Brand Prestige

*Brand prestige* adalah merek yang mayoritas produknya adalah barang mewah. Ini juga termasuk merek tertentu yang namanya dikaitkan dengan mewah, harga tinggi, atau kualitas tinggi. Pengukuran variabel *brand prestige* adalah dengan melalui tiga indikator dan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.4:

**Tabel 3.4**  
**Butir Pernyataan *Brand Prestige***

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<i>Brand Prestige</i> (Didasari oleh Kemp el et al. dalam Hendika dan Riorini, 2014)	Produk dinilai mewah	Menurut saya, <i>smartphone</i> oppo adalah produk yang mewah	Interval
	Produk dinilai berkelas	Menurut saya, <i>smartphone</i> oppo adalah produk yang berkelas	Interval
	Produk dinilai bergensi	Menurut saya, <i>smartphone</i> oppo adalah produk yang bergensi	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© 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.



## D. Teknik Pengumpulan Data

Perlu diputuskannya jenis data yang perlu ditetapkan, dimana sumber datanya, dan dengan teknik apa data dapat dikumpulkan agar data-data yang diperlukan dapat dimiliki. Sumber penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang dapat diperoleh langsung dari sumber pertama (subyek penelitian) yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian pada produk *Smartphone Oppo*.

Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dan teknik pengamatan dengan cara menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 105 responden yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian pada produk *Smartphone Oppo*. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan *Google Docs*, dimana para responden dapat mengisi kuesioner secara *online* lewat internet. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada penelitian ini menggunakan tingkat kesetujuan skala Likert yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5. Nilai 1 untuk jawaban *unfavourable* dan nilai 5 untuk *favourable*.

## E. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*. Pada metode *non probability sampling*, peneliti dapat meyakinkan bahwa sampel merupakan perwakilan populasi dari mana sampel ditarik dan eror dalam pengambilan sampel juga dapat dikurangi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan 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.



Teknik *judgment sampling* adalah jenis teknik *non probability sampling* yang akan digunakan. Teknik *judgment sampling* adalah, yaitu sampel non probabilitas yang pengambilan anggotanya berdasarkan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan adalah konsumen yang telah melakukan pembelian dan penggunaan produk *Smartphone* Oppo, sehingga penyebaran kuesioner terarah kepada kriteria tersebut

## **Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) untuk pengembangan, pengujian model, dan pengolahan data.

### **1. Evaluasi Model Pengukuran**

#### **a. Uji Validitas**

Menurut Ghazali dan Fuad (2008:329) uji validitas adalah suatu uji yang bertujuan untuk menentukan kemampuan suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Item pernyataan dikatakan valid apabila  $P\text{-value} < 0,05$  dan  $factor\ loading > 0,5$  (Ghozali dan Latan, 2014:106).

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian untuk menentukan konsistensi pengukuran indikator-indikator dari variabel suatu variabel laten. Uji reliabilitas dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang dua kali atau lebih. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach's Alpha  $> 0,7$ .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





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.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = nilai reliabilitas

$k$  = jumlah *item*

$\sum Si$  = jumlah varians skor tiap-tiap *item*

$St$  = varians total

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel dalam sampel.

### a. Rata-rata Hitung ( $\bar{x}$ )

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Jadi jika suatu kelompok sampel acak dengan jumlah sampel  $n$ , maka bisa dihitung rata-rata dari sampel tersebut dengan rumus berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

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

$x_i$  = nilai sampel ke- $i$

$n$  = jumlah sampel



## b. Analisis Persentase

Analisis presentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Analisis profil dilakukan dengan menghitung presentase dengan menggunakan rumus:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

$Fr_i$  = frekuensi relatif ke-i setiap kategori

$\sum f_i$  = jumlah kategori yang termasuk kategori i

n = total responden

## c. Rata-rata Tertimbang

Rumus dari rata-rata tertimbang adalah:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

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

$f_i$  = frekuensi

$x_i$  = bobot nilai

$\sum f_i$  = jumlah responden

## d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor

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.



setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - 1}{m}$$

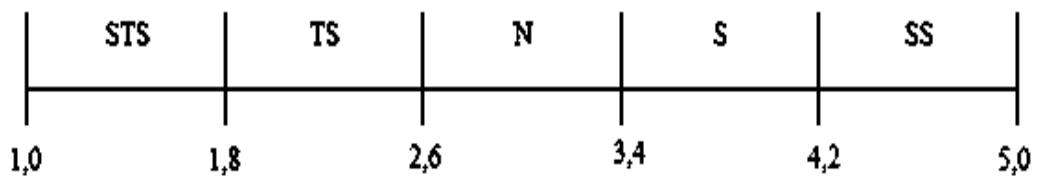
Keterangan:

Rs = Rentang skala penelitian

m = banyaknya kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

$$Rs = \frac{5-1}{5} = 0.8$$



© 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 3.5**  
**Tabel Rentang Skala**

Skala	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)

**© 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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**3. Skala Likert**

Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan partisipan dengan memberi skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan, dan skor-skor ini dapat mengukur sikap partisipan secara keseluruhan. Penggunaan skala likert akan menghasilkan data interval (Cooper dan Schindler, 2006:40). Penelitian ini menggunakan skala likert dimana responden diberikan pilihan untuk memilih dengan lima tingkat sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

**4. Penilaian Overall Fit**

Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator yang ada adalah sebagai berikut:



- a. Average Path Coefficient (APC)**
- Nilai *cut-off P-value* untuk APC yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102).
- b. Average R-Squared (ARS)**
- Nilai *cut-off P-value* untuk ARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102).
- c. Average Adjusted R-Squared (AARS)**
- Nilai *cut-off P-value* untuk AARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Ghozali dan Latan, 2014:102).
- d. Average block VIF (AVIF)**
- Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102).
- e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)**
- Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk/variabel didalam model diukur dengan indikator tunggal (Ghozali dan Latan, 2014:102).

**© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**f. Tenenhaus GoF**

*GoF* memiliki tiga tingkatan nilai yaitu kecil apabila nilai  $GoF \geq 0,10$ , sedang jika nilai  $GoF \geq 0,25$ , dan besar jika nilai  $GoF \geq 0,36$  (Ghozali dan Latan, 2014:103).

**g. Sympson's Paradox Ratio (SPR)**

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $SPR \geq 0,7$  masih dapat diterima yang artinya 70% atau lebih dari path didalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Ghozali dan Latan, 2014:104).

**h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR)**

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $RSCR \geq 0,9$  masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari path didalam model ini tidak berhubungan dengan kontribusi *R-Squared* negatif (Ghozali dan Latan, 2014:105).

**i. Statistical Suppression Ratio (SSR)**

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari path didalam model bebas dari statistikal suppression Ghozali dan Latan, 2014:105).

**j. Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)**

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari path yang berhubungan didalam model penelitian ini mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah Ghozali dan Latan, 2014:105).

**© 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.



## 5. Pengujian Hipotesis

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui survei (Ghozali dan Fuad, 2008:335).

a. Tanda (arah) hubungan antar variabel-variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah:

(1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang

$$H_0: \gamma_{11} = 0$$

$$H_a: \gamma_{11} > 0$$

(2) Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang

$$H_0: \gamma_{12} = 0$$

$$H_a: \gamma_{12} > 0$$

(3) Pengaruh *Brand Prestige* terhadap Minat Beli Ulang

$$H_0: \gamma_{13} = 0$$

$$H_a: \gamma_{13} > 0$$

b. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada persamaan struktural mengidentifikasi jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga semakin baik persamaan struktural (Ghozali dan Fuad, 2008:336).

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.

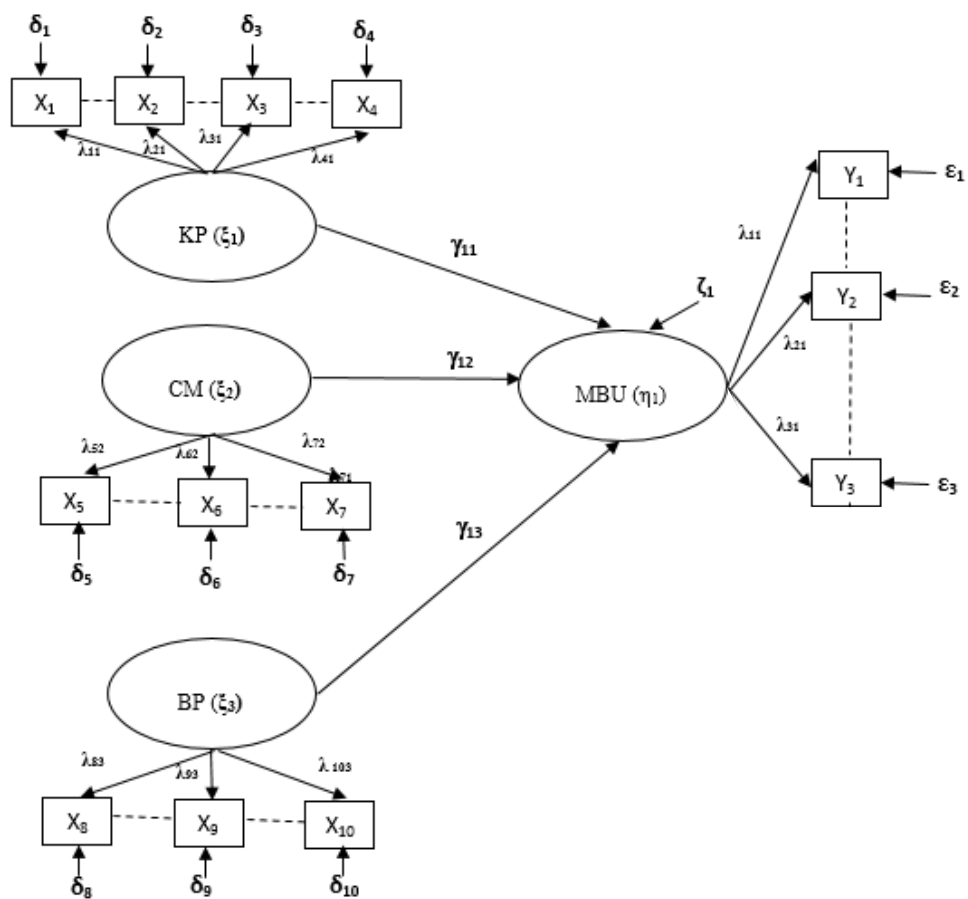
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 6. Path Diagram

Path diagram merupakan representasi grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada satu model berhubungan satu sama lain, yang memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu kita dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk sebelumnya. Jika path diagram dibangun secara benar, maka persamaan aljabar akan di tunjukan dengan benar termasuk eror yang terjadi dalam persamaannya. Oleh karena itu, disarankan untuk membangun path diagram sebelum menspesifikasi model.

**Gambar 3.1**  
**Diagram Path**



Sumber: Dikembangkan oleh peneliti

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Keterangan (Ghozali dan Fuad, 2008):

- ξ (ksi)** = Variabel laten eksogen (variabel independent), digambarkan sebagai lingkaran pada model struktul SEM
- η (eta)** = Variabel laten endogen (variabel dependent, dan juga dapat menjadi variabel independent pada persamaan lain), juga digambarkan sebagai lingkaran
- γ (gamma)** = Hubungan langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen
- β (beta)** = Hubungan langsung variabel endogen terhadap variabel endogen
- X** = Indikator variabel eksogen
- Y** = Indikator variabel endogen
- λ (lambda)** = Hubungan antara variabel laten eksogen ataupun endogen terhadap indikator-indikator
- δ (delta)** = Kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel eksogen
- ζ (Zeta)** = Kesalahan dalam persamaan yaitu antaa variabel eksogen dan/atau endogen terhadap variabel endogen
- ε (epsilon)** = Kesalahan pengukuran (*measurement error*) dari indikator variabel endogen

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.