



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN



Hak cipta milik IBI BKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Jakarta Utara. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Pengantar

Model penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah menggunakan suatu model empirik. Model empirik tersebut digunakan untuk memecahkan masalah penelitian yaitu bagaimana pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung, Jakarta Utara.

Sehubungan dengan permasalahan penelitian yang telah disampaikan, berikut ini akan dijelaskan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2011: 140), metode penelitian dikelompokkan dengan memakai delapan perspektif. Berikut adalah desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan delapan perspektif:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan.

Studinya dapat bersifat penjajakan atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan dan mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan rinci mengenai sumber data. Tujuan dari

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.



desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

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

2. Metode Pengumpulan Data

Pengelompokan ini membedakan antara proses-proses pemantauan dan survey. Berdasarkan perspektif metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan studi survey. Pada cara survey sendiri, peneliti mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau nonpersonal.

3. Pengendalian Variabel-variabel oleh Peneliti

Perspektif ini melihat dari aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel-variabel. Studinya dapat berupa desain eksperimental dan desain *ex post facto*. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*. Pada desain *ex post facto* tersebut, para penyidik tidak mempunyai kendala terhadap variabel-variabel dalam artian mampu untuk memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau tidak terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, terdapat dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, di mana, bilamana, atau berapa banyak dan digunakan untuk menggambarkan bagaimana penelitian konsumen terhadap *Smartphone* Samsung. Sedangkan studi kausal berusaha untuk menjelaskan hubungan-hubungan antara variabel yaitu bagaimana pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung, Jakarta Utara.

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



5. Dimensi Waktu.

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini berupa studi lintas seksi (*cross-sectional study*). Studi ini dilaksanakan satu kali dan mencerminkan potret dari suatu keadaan pada saat tertentu.

6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Ruang lingkup topik bahasan melihat dari luas dan kedalaman penelitian. Penelitian ini berupa studi statistik. Studi statistik lebih mementingkan keluasan dan bukan kedalaman. Studi ini berusaha untuk mengetahui ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan secara inferensi berdasarkan ciri-ciri sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, studi penelitian berupa kondisi lapangan. Kondisi lapangan sejalan dengan kondisi lingkungan aktual atau kondisi-kondisi yang lain.

8. Persepsi Subjek

Dalam penelitian ini, persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan teori tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan survey. Penelitian deskriptif ini bertujuan membuat gambaran mengenai variabel-variabel penelitian serta menarik suatu kesimpulan. Pendekatan survey dilakukan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan mengenai bagaimana pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan *Smartphone* Samsung, Jakarta Utara.

© 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.



C. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *Smartphone* Samsung. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner dengan subjek penelitian yaitu para pengguna *Smartphone* Samsung. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung terhadap para pengguna *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, yaitu Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan yang dioperasionalisasi sebagai berikut:

1. Variabel Inovasi Produk, dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Inovasi Produk

| Variabel | Indikator | Skala |
|--|---|----------|
| Inovasi (Avanti Fontana 2009: 108) merupakan kemampuan untuk menemukan hubungan-hubungan baru, melihat suatu subyek dengan perspektif baru dan membentuk kombinasi-kombinasi baru dari konsep-konsep lama. | <i>Smartphone</i> Samsung merupakan salah satu produk pertama dari jenisnya di pasar. | Interval |
| | <i>Smartphone</i> Samsung benar-benar baru di pasar <i>smartphone</i> . | Interval |
| | <i>Smartphone</i> Samsung sangat inovatif. | Interval |

Sumber: Avanti Fontana (2009); Frank Q. Fu et al., (2008)

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. Variabel Kualitas Produk, dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

| Variabel | Dimensi | Indikator | Skala |
|---|---|--|----------|
| Kualitas Produk (Kotler dan Keller 2012: 351) merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. | Mutu Kinerja (<i>Performance Quality</i>) | <ul style="list-style-type: none"> - Kualitas foto dan video dari kamera <i>smartphone</i> Samsung baik - Sensitivitas layar <i>smartphone</i> Samsung baik - Efek suara dari <i>speaker smartphone</i> Samsung jernih - Sistem operasi mudah untuk dijalankan - Baterai tahan lama | Interval |
| | Fitur (<i>Feature</i>) | - Fitur yang dimiliki <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan kebutuhan | Interval |
| | Keandalan (<i>Reliability</i>) | - <i>Smartphone</i> Samsung dapat memenuhi kebutuhan saya dalam jangka waktu yang lama. | Interval |
| | Mutu Kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>) | - Kualitas <i>smartphone</i> Samsung sesuai dengan yang dijanjikan. | Interval |
| | Ketahanan (<i>Durability</i>) | - <i>Smartphone</i> Samsung memiliki ketahanan yang baik. | Interval |
| | Kemudahan Layanan / Perbaikan (<i>serviceability</i>) | - <i>Smartphone</i> Samsung mudah untuk diperbaiki apabila mengalami kerusakan. | Interval |
| | Estetika (<i>Aesthetics</i>) | - <i>Smartphone</i> Samsung mempunyai bentuk yang elegan dan menarik. | Interval |
| | Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>) | - Saya menganggap merek <i>Smartphone</i> Samsung baik. | Interval |

Sumber: Garvin (1987)

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak seluruh atau sebagian isi 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.



3. Variabel Kepuasan Pelanggan, dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan

| Variabel | Indikator | Skala |
|---|--|----------|
| <p>Kepuasan Pelanggan (Kotler dan Keller 2002: 10) didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Saya sangat puas dengan merek <i>Smartphone</i> Samsung. - Saya merasa senang dengan merek <i>Smartphone</i> Samsung. - Saya sangat puas dengan pelayanan saat membeli <i>Smartphone</i> Samsung. - Merek ini melakukan pekerjaan yang baik untuk memuaskan kebutuhan saya. - Layanan produk yang disediakan oleh <i>Smartphone</i> Samsung sangat memuaskan. - Saya percaya dengan menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung merupakan salah satu pengalaman yang memuaskan. - Saya membuat keputusan yang tepat saat memutuskan untuk membeli <i>Smartphone</i> Samsung. | Interval |

Sumber: Kotler dan Keller (2012); Taleghani et al., (2011)

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip atau menjiplak 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.



4. Variabel Keputusan Pembelian Ulang, dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.4

Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian Ulang

| Varabel | Indikator | Skala |
|---|--|----------|
| Keputusan Pembelian Ulang (Hawkins et al 2010: 640) didefinisikan sebagai terus membeli merek yang sama meskipun mereka tidak memiliki keterikatan emosional. | <ul style="list-style-type: none"> - Sangat akan terus menjadi pelanggan setia <i>Smartphone</i> Samsung. - Saya akan membeli produk <i>Smartphone</i> dimasa yang akan datang. - Saya akan membeli produk <i>Smartphone</i> Samsung walaupun banyak promosi dari merek <i>smartphone</i> lain. | Interval |

Sumber: Hawkins et al.(2010); Taleghani et al., (2011)

E. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner. Teknik ini dipilih untuk mendapatkan data primer yang bersumber langsung dari para responden yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian produk *Smartphone* Samsung di Jakarta Utara. Kuesioner yang diperoleh dianalisis dengan LISREL 8.8 dan SPSS 20.0.

F. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan *judgmental sampling/purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sample. *Jugmental sampling* termasuk dalam *non probability sampling*. Teknik ini tidak mempertimbangkan peluang bagi setiap orang untuk terpilih menjadi *sample*, tetapi berdasarkan pada penilaian (*judgement*) peneliti. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dari responden lebih akurat karena pengambilan

© Hak cipta milik IBIKGG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



sample ditujukan hanya pada para responden yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian produk *smartphone* Samsung di Jakarta Utara. Dalam banyaknya jumlah sampel yang diambil, menurut Joseph F. Hair (1998: 605) bila sampel yang diambil ≤ 50 dan dikonfrontasikan dengan *sampling error*, maka yang terjadi minimum *sample size* untuk mengukur MLE (*Maximum Likelihood Estimation*) akan meningkat. Hair menambahkan, bila *sample size* yang digunakan > 400 maka metode ini akan menjadi sangat sensitif dan menghasilkan *goodness of fit* yang buruk. Maka, Hair mengusulkan *sample size* yang baik yaitu diantara 100-200.

TEKNIK ANALISIS DATA

Prosedur yang digunakan dalam pengembangan dan pengujian model serta pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*). Menurut Imam Ghazali (2008:3), Model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) merupakan teknik analisis *multivariate* yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik yang *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model. Tidak seperti analisis *multivariate* biasa (regresi berganda, analisis faktor), SEM dapat menguji secara bersama-sama:

Model struktural: hubungan antar konstruk independen dan dependen

Model measurement: hubungan (nilai loading) antara indikator dengan konstruk (variabel laten).

Diabungkannya pengujian model struktural dan pengukuran tersebut memungkinkan peneliti untuk:

Menguji kesalahan pengukuran (*measurement error*) sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari *Structural Equation Modeling*.



2. Melakukan analisis faktor bersamaan dengan pengujian hipotesis.



Dalam penelitian ini, penulis menggunakan bantuan program LISREL 8.80 untuk mempermudah seluruh proses perhitungan dan analisis data. Selain itu, penulis juga menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpul data primer. Dalam sebuah kuisioner, ada dua syarat penting yang berlaku, yaitu validitas dan reliabilitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Mengevaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan 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 pertanyaan dikatakan valid jika $t\text{-value} > 1.96$ (Imam Ghozali 2008:330).

b. Uji Realibilitas

Menurut Imam Gozali (2006:332), realibilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Construct reliability digunakan untuk menilai reliabilitas gabungan setiap variabel laten. Informasi yang digunakan adalah *loading factor* dan *error variance*. Rumus yang digunakan adalah:

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.



$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda)^2}{[(\sum \lambda)^2] + \sum (\theta)}$$

Keterangan :

ρ : *construct reliability*

λ : *loading indikator*

θ : *error variance indikator*

Construct reliability cukup bagus adalah ≥ 0.6 .

2. Analisis Deskriptif

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.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pusat, penyebaran dan bentuk distribusi data serta sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data (Cooper dan Schindler, 2011: 423). Alat analisis deskriptif yang digunakan adalah :

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

Mean adalah jumlah nilai yang diamati dalam distribusi dibagi dengan jumlah pengamatan. Rumus rata-rata hitung adalah :

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

Keterangan :

\bar{x} : Rata – rata hitung (mean)

X_i : Total bobot i

n : Jumlah responden



b. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase. Rumus yang digunakan adalah :

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

Keterangan :

Fr_i : frekuensi relatif untuk setiap kategori

$\sum f_i$: nomor atau responden yang termasuk dalam kategori i

n : total responden

c. Rata-rata Tertimbang

Dalam analisis rata-rata tertimbang, rumus yang digunakan 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

Rentang skala digunakan untuk mengetahui dimana letak rata-rata penilaian responden terhadap setiap unsur diferensiasinya dan sejauh mana variasinya. Rumus yang digunakan adalah :

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

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

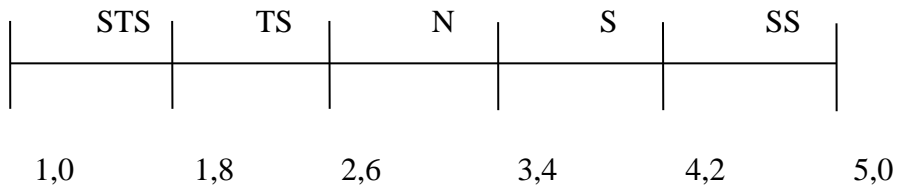
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Keterangan :

- m = Skor nilai tertinggi
- p = Skor nilai terendah
- b = Banyaknya kelas/kategori

Nilai skor tertinggi adalah 5, dan nilai skor terendah adalah 1, jumlah kategori adalah 5, maka :

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



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)



3. Skala Likert

Menurut Cooper dan Schindler (2011: 299), terdiri dari pertanyaan yang menyatakan sikap menyetujui atau tidak menyetujui dari setiap pertanyaan. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai dengan yang sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

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

Skala Likert dapat diperlakukan sebagai skala interval. Oleh karena itu, sehubungan dengan penelitian ini skala Likert yang digunakan :

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

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.



Dimana :

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Penilaian Overall Fit

- a. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter suatu model dengan matriks kovarians populasinya. Nilai RMSEA yang kurang dari 0.05 mengindikasikan adanya model fit, dan nilai RMSEA yang berkisar antara 0.08 menyatakan model memiliki perkiraan kesalahan yang *reasonable*. RMSEA berkisar antara 0.08 sampai dengan 0.1 mengindikasikan bahwa model memiliki fit yang cukup (*medicore*), sedangkan RMSEA yang lebih besar dari 0.1 mengindikasikan model fit yang sangat jelek, dan *P-value for Test of Close Fit* adalah 0.5. (Hengky Latan, 2012: 50)

- b. *Non-Normed Fit Index* (NNFI)

Nilai NNFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik adalah ≥ 0.9 , sedangkan nilai $0.8 \leq \text{NNFI} \leq 0.9$ adalah *marginal fit* (cukup baik). (Yamin dan Kurniawan, 2009: 34)

- 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. *Incremental Fit Index (IFI)*

Nilai IFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu ≥ 0.9 . Nilai $0.8 \leq IFI \leq 0.9$ adalah *marginal fit* (cukup baik). (Yamin dan Kurniawan, 2009: 34)

c. *Comparative Fit Index (CFI)*

Nilai CFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu ≥ 0.9 . Nilai $0.8 \leq CFI \leq 0.9$ adalah *marginal fit* (cukup baik). (Yamin dan Kurniawan, 2009: 34)

d. *Normed Fit Index (NFI)*

Nilai NFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu ≥ 0.9 . Nilai $0.8 \leq NFI \leq 0.9$ adalah *marginal fit* (cukup baik). (Yamin dan Kurniawan, 2009: 34)

e. *Parsimonious Goodness of Fit Index (PGFI)*

Nilai PGFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu >0.60 . (Hengky Latan, 2012: 53)

f. *Relative Fit Index (RFI)*

Nilai RFI yang direkomendasikan untuk indikasi model yang baik yaitu ≥ 0.9 . Nilai $0.8 \leq RFI \leq 0.9$ adalah *marginal fit* (cukup baik). (Yamin dan Kurniawan, 2009: 34)

5. Penilaian Model Struktural

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antara variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antara variabel endogen. Tujuan dalam

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



menilai model struktural adalah untuk memastikan apakah hubungan-hubungan yang dihipotesiskan pada model konseptualisasi didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui *survey* (Imam Ghazali, 2008: 335)



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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

(1) Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

(2) Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 > 0$$

(3) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_3 > 0$$

(4) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang

$$H_0 : \beta_4 = 0$$

$$H_a : \beta_4 > 0$$

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.



(5) Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Ulang

$$H_0 : \beta_5 = 0$$

$$H_a : \beta_5 > 0$$

Tolak H_0 jika $t\text{-value} > 1.65$ atau tidak tolak H_0 jika $t\text{-value} < 1.65$

9. Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan struktural mengindikasikan jumlah varians pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen, sehingga semakin baik persamaan struktural.

6. Path Diagram

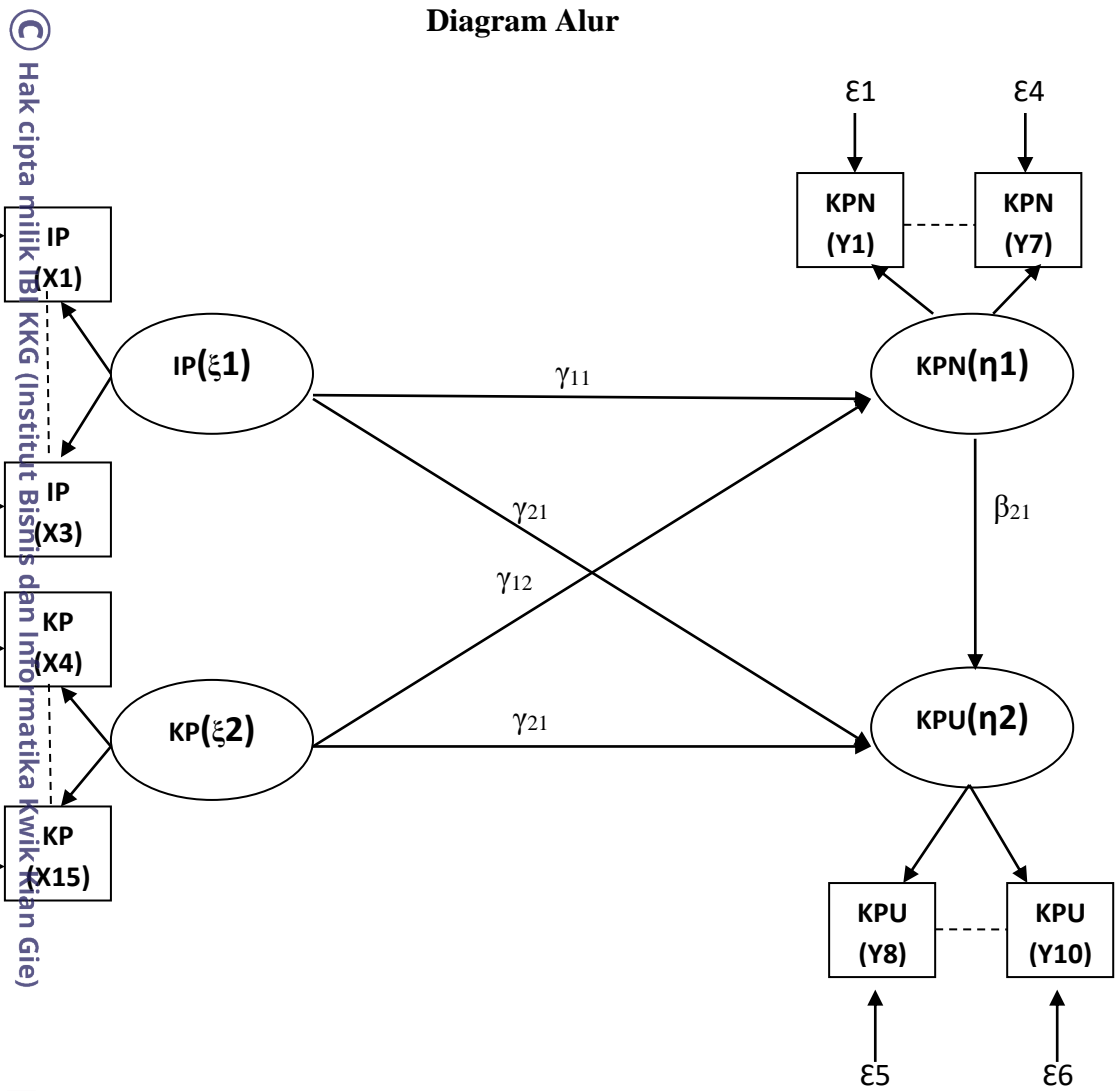
Path diagram (Imam Ghazali, 2008: 15) merupakan grafis mengenai bagaimana beberapa variabel pada suatu model berhubungan satu sama lain, yang memberikan suatu pandangan menyeluruh mengenai struktur model. Representasi grafis membantu dalam memahami hipotesis yang telah dibentuk. *Path diagram* mampu menunjukkan persamaan-persamaan aljabar dan *error* dalam persamaan tersebut serta mengurangi kemungkinan *specification error* dengan menyoroti hubungan yang dihilangkan, variabel yang dikeluarkan, sehingga konseptualisasi model akan ditingkatkan. *Path diagram* juga membantu dalam mendeteksi kesalahan pada persamaan yang telah dibentuk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.

Gambar 3.1
Diagram Alur



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

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

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti

Persamaan Struktural:

$$\eta_1 = \gamma_{11}\zeta_1 + \gamma_{12}\zeta_2 + \zeta_1$$

$$\eta_2 = \gamma_{21}\zeta_1 + \gamma_{22}\zeta_2 + \beta_{21}\eta_1 + \zeta_2$$

Persamaan Pengukuran Variabel Eksogen:

$$\chi_1 = \lambda_{11}\zeta_1 + \delta_1$$

$$\chi_2 = \lambda_{21}\zeta_1 + \delta_2$$

$$\chi_3 = \lambda_{31}\zeta_1 + \delta_3$$



$$\chi_4 = \lambda_{41} \zeta_1 + \delta_4$$

$$\chi_5 = \lambda_{51} \zeta_1 + \delta_5$$

$$\chi_6 = \lambda_{61} \zeta_1 + \delta_6$$

$$\chi_7 = \lambda_{71} \zeta_1 + \delta_7$$

$$\chi_8 = \lambda_{81} \zeta_1 + \delta_8$$

$$\chi_9 = \lambda_{91} \zeta_1 + \delta_9$$

$$\chi_{10} = \lambda_{10.1} \zeta_1 + \delta_{10}$$

$$\chi_{11} = \lambda_{11.1} \zeta_1 + \delta_{11}$$

$$\chi_{12} = \lambda_{12.1} \zeta_1 + \delta_{12}$$

$$\chi_{13} = \lambda_{13.1} \zeta_1 + \delta_{13}$$

$$\chi_{14} = \lambda_{14.1} \zeta_1 + \delta_{14}$$

$$\chi_{15} = \lambda_{15.1} \zeta_1 + \delta_{15}$$

Persamaan Pengukuran Variabel Endogen:

$$Y_1 = \lambda_{11} \eta_1 + \epsilon_1$$

$$Y_2 = \lambda_{21} \eta_1 + \epsilon_2$$

$$Y_3 = \lambda_{31} \eta_1 + \epsilon_3$$

$$Y_4 = \lambda_{41} \eta_1 + \epsilon_4$$

$$Y_5 = \lambda_{51} \eta_1 + \epsilon_5$$

$$Y_6 = \lambda_{61} \eta_1 + \epsilon_6$$

$$Y_7 = \lambda_{71} \eta_1 + \epsilon_7$$

$$Y_8 = \lambda_{81} \eta_1 + \epsilon_8$$

$$Y_9 = \lambda_{91} \eta_1 + \epsilon_9$$

$$Y_{10} = \lambda_{10.1} \eta_1 + \epsilon_{10}$$

Hak Cipta milik IBI KEG (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.