



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada *Mouse Gaming Fantech* sebagai objek penelitian, dengan subjek penelitian yang merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian dan menggunakan *mouse gaming* merek Fantech.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper & Schindler (2017:146) Desain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian. Menurut Cooper & Schindler (2017:148), terdapat beberapa klasifikasi untuk desain penelitian sebagai berikut:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, pencapaian tingkat resolusi pertanyaan penelitian dilakukan melalui pendekatan studi formal. Pendekatan ini diawali dengan formulasi hipotesis atau perumusan pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur yang terstruktur dan spesifikasi dari sumber data. Desain studi formal bertujuan untuk menguji validitas hipotesis serta memberikan jawaban terhadap semua pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan pengumpulan data mengadopsi metode studi komunikasi, di mana peneliti mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka berdasarkan interpretasi personal maupun pandangan umum. Metode pengumpulan data dilakukan melalui



penyebaran kuesioner menggunakan Google Form, yang disebarikan kepada responden yang telah melakukan pembelian dan menggunakan *Mouse Gaming* merek Fantech.

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan desain *ex post facto*, di mana peneliti tidak memiliki kendali terhadap variabel-variabel, sehingga tidak memanipulasi variabel-variabel tersebut. Peneliti hanya mendokumentasikan peristiwa yang telah terjadi dan yang sedang berlangsung, sehingga menghindari kemungkinan adanya bias.

4. Tujuan Studi

Metode penelitian yang diterapkan adalah kombinasi studi deskriptif dan kausal-eksplanatori. Studi deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi siapa, apa, dimana, kapan, atau berapa banyak suatu fenomena. Sementara itu, studi kausal-eksplanatori difokuskan pada menjelaskan hubungan antar variabel. Dalam konteks penelitian ini, tujuan adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang.

5. Dimensi Waktu

Dalam konteks penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi *cross-sectional*, di mana pengumpulan data dilakukan sekali dan mencerminkan gambaran suatu keadaan pada saat tertentu.

6. Cakupan Topik

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode studi statistik yang dirancang untuk mencakup karakteristik populasi dan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis pada penelitian ini akan diuji secara kuantitatif.



7. **Lingkungan Penelitian**

Dalam konteks penelitian ini, peneliti memanfaatkan kondisi lapangan atau lingkungan aktual (*field conditions*) sebagai tempat pelaksanaan penelitian. Data yang diperoleh bersumber secara langsung dari pengguna produk Fantech di wilayah Jabodetabek.

8. **Kesadaran Persepsi Partisipan**

Dalam konteks penelitian ini, penting untuk diingat bahwa persepsi subjek penelitian memiliki potensi untuk memengaruhi hasil penelitian. Sebuah persepsi yang positif pada subjek penelitian dapat diartikan sebagai penyimpangan subjek terhadap adanya penyimpangan dari situasi rutin sehari-hari.

C. **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ini ada persepsi harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian ulang. Persepsi harga (X1) dan kualitas produk (X2) sebagai variabel bebas (independen) sedangkan keputusan pembelian ulang (Y) sebagai variabel terikat (dependen).

Keputusan pembelian ulang, sebagai variabel terikat, merupakan hasil dari pengaruh variabel bebas yang beragam. Variabel bebas yang dimaksud dalam pengaruh disini ialah persepsi harga dan kualitas produk. Hubungan variabel bebas dan variabel terikat yang tercipta yaitu antara persepsi harga dan kualitas produk dengan keputusan pembelian ulang. Kedua variabel tersebut (persepsi harga dan kualitas produk) saling berhubungan dan mempengaruhi.

Dalam konteks penelitian ini, jenis variabel yang digunakan adalah variabel *unobservable*, yang menandakan bahwa karakteristiknya tidak dapat diukur secara langsung atau tidak dapat diamati secara langsung. Oleh karena itu, pengumpulan data



penelitian menggunakan instrumen seperti kuesioner. Skala pengukuran yang diadopsi menggunakan skala likert, yang memungkinkan responden untuk memberikan persetujuan atau penolakan mereka terhadap faktor-faktor tertentu yang diyakini memengaruhi keputusan pembelian ulang mouse gaming Fantech, termasuk persepsi harga dan kualitas produk.

Tabel 3.1
Pengukuran Persepsi Harga

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Persepsi Harga	Keterjangkauan Harga	Harga <i>mouse gaming</i> yang ditawarkan Fantech terjangkau	Interval
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan Fantech sesuai dengan kualitas <i>mouse gaming</i> yang diberikan	Interval
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Saya merasa manfaat yang diperoleh dari <i>mouse gaming</i> sebanding dengan harga yang ditetapkan Fantech	Interval
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga <i>mouse gaming</i> yang ditawarkan Fantech dapat bersaing dengan merek kompetitor sejenis lainnya di pasaran.	Interval

Sumber: Kotler dan Armstrong pada Indrasari (2019:44)

Tabel 3.2
Pengukuran Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Kualitas Produk	<i>Performance</i> (kinerja)	Produk <i>mouse gaming</i> Fantech mampu memberikan performa yang memuaskan	Interval
	<i>Durability</i> (daya tahan)	Produk <i>mouse gaming</i> Fantech memiliki daya tahan yang baik	Interval
	<i>Conformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	Produk <i>mouse gaming</i> Fantech sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan	Interval
	<i>Features</i> (fitur)	Produk <i>mouse gaming</i> Fantech memiliki fitur <i>macro</i> yang menambah fungsi dari produk tersebut	Interval
	<i>Reliability</i> (reliabilitas)	Produk <i>mouse gaming</i> Fantech memiliki kemampuan untuk menjalankan fungsinya dalam jangka waktu yang cukup lama.	Interval
	<i>Aesthetics</i> (estetika)	1. <i>Mouse gaming</i> Fantech memiliki desain yang ergonomis sehingga nyaman digunakan	Interval



© Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie		2. <i>Mouse gaming</i> Fantech memiliki LED (<i>Light Emitting Diode</i>) untuk memberikan tampilan visual yang menarik dan <i>stylish</i>	
	<i>Perceived quality</i> (kesan kualitas)	Reputasi Fantech yang baik membuat produknya terkesan berkualitas	Interval

Sumber: Mulins dkk, pada Firmansyah (2019:15)

Tabel 3.3
Pengukuran Keputusan Pembelian Ulang

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian Ulang	Pembelian ulang produk yang sama di masa datang.	Saya akan melakukan pembelian ulang <i>mouse gaming</i> Fantech di masa yang akan datang	Interval
	Keputusan jumlah pembelian yang dilakukan konsumen	Saya akan membeli <i>mouse gaming</i> Fantech dalam jumlah yang lebih banyak lagi di masa yang akan datang	Interval

Sumber: Bolton pada Supit (2019)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2021, 173) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sementara itu untuk metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *judgment sampling*, menurut (Purwanza et al., 2022:149) *judgment sampling* yaitu pengambilan sampel sesuai kriteria tertentu.

Menurut Hair et al. (2019:132), peneliti biasanya tidak dapat secara efektif menganalisis sampel yang jumlahnya kurang dari 50. Oleh karena itu, disarankan agar ukuran sampel yang dianalisis mencapai 100 atau lebih. Dalam konteks rasio pengamatan, sebaiknya ukuran sampel lebih besar setidaknya 5 kali lipat dari jumlah variabel yang dianalisis, dengan ukuran sampel yang ideal memiliki rasio 10:1.

Dalam penelitian ini, terdapat 14 pernyataan pada kuesioner, sehingga berdasarkan perhitungan, jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah $14 \times 5 = 70$ responden.



Namun, untuk memastikan kualitas pengukuran sampel yang optimal, maka jumlah responden ditambahkan sebanyak 70 orang, sehingga total dibutuhkan 140 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner kepada 140 responden. Untuk mendapatkan data, penulis menggunakan platform Google Forms, memungkinkan responden untuk mengisi kuesioner secara online. Responden yang terlibat dalam penelitian ini merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian dan menggunakan *mouse gaming* merek Fantech.

Dalam penelitian ini, untuk menilai jawaban yang diberikan oleh responden dengan pilihan setuju dan tidak setuju menggunakan skala likert. menurut Sekaran & Bougie, (2017:30) skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima-titik dengan panduan berikut:

Tabel 3.4
Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Sekaran & Bougie (2017:30)



F. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, langkah selanjutnya adalah pengolahan data untuk menjadikannya bermanfaat bagi penelitian. Peneliti memanfaatkan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25 untuk melakukan analisis data.

Teknik analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Data

Setelah menyusun kuesioner, kemudian dilakukan pengujian tingkat validitas dan reliabilitas secara kuantitatif. Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini melibatkan partisipasi dari 30 responden. Proses perhitungan statistik hasil pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25.

a. Uji Validitas

Menurut Umar (2019:63), uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan / pernyataan pada kuesioner yang harus dihapus / diganti karena tidak mengukur yang hendak diukur. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu menggambarkan dengan tepat apa yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam uji validitas ini, peneliti membandingkan hasil perhitungan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dengan *r Product Moment* untuk ($\alpha = 5\%$) dan $n = 140$, yang sebesar 0.361. Jika hasil korelasi yang dihitung ≥ 0.361 , maka item pertanyaan/pernyataan dianggap valid. Namun, jika hasil korelasi yang dihitung ≤ 0.361 , maka item pertanyaan / pernyataan dianggap tidak valid..

b. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2019:68), uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen kuesioner dinyatakan reliabel, yaitu dapat digunakan secara



konsisten. Sebuah kuesioner dianggap reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha* (α). (Hair et al., 2019:761) *Cronbach's Alpha* adalah Ukuran reliabilitas konsistensi internal yang berkisar antara 0 hingga 1, dan mengasumsikan indikator yang sama atau tidak tertimbang. (Hair et al., 2019:161) Secara umum disepakati batas bawah untuk *Cronbach's alpha* adalah > 0.70 .

2. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2021: 259) Analisis deskriptif statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Perhitungan statistik pada pengujian analisis deskriptif ini dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25. Beberapa jenis analisis yang digunakan antara lain:

a. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata adalah ukuran statistik yang menggambarkan nilai tengah dari sekelompok data dalam jumlah semua nilai dalam kumpulan data, dibagi dengan jumlah total nilai dalam kumpulan tersebut. Berikut rumus rata-rata:

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

Keterangan:

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

f_i = Frekuensi pemilihan nilai

x_i = Nilai Variabel

n = Jumlah Sampel



b. Rentang Skala



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Rentang skala adalah jarak antara nilai tertinggi dan nilai terendah dalam suatu set data atau distribusi. Oleh karena itu, diperlukan perhitungan dengan menggunakan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{(b-k)}{b}$$

$$RS = \frac{(5-1)}{5} = 0,80$$

Keterangan:

Rs = Rentang Skala

b = Skala Ukur Terbesar

k = Skala Ukur Terkecil

Berdasarkan rumus di atas, maka rentang skala tiap variabel digambarkan melalui Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Pengukuran Skala Likert

Rentang Skala	Keterangan
1-1,8	Sangat Tidak Setuju
1,81-2,6	Tidak Setuju
2,61-3,4	Netral
3,41-4,2	Setuju
4,21-5,0	Sangat Setuju



3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memahami hubungan antar variabel penelitian. Melalui analisis ini, dapat diperoleh informasi apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif. Perhitungan statistik pada pengujian analisis regresi linier berganda ini dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25. Beberapa jenis analisis yang digunakan antara lain:

a. Model Persamaan Regresi dan Estimasi

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian Ulang

β_0 = Konstanta

β_1 - β_2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = Variabel Independen (Persepsi Harga)

X_2 = Variabel independen (Kualitas Produk)

e = Error

Persamaan estimasi regresi di atas diharapkan memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Kriteria BLUE dapat terpenuhi apabila memenuhi asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

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.



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.

Menurut Umar (2019:75), uji normalitas berguna untuk melihat apakah residual (gap antara data asli dan data hasil ramalan) terdistribusi normal atau tidak. Jika normalitas terpenuhi, maka residual akan memiliki distribusi yang bersifat normal dan independen. Dalam konteks ini, model yang dianggap paling baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik non – parametrik Kolmogorov Smirnov (K – S). Uji K –S dengan $\alpha = 0.05$ dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $\text{Sig.} \geq 0.05$ maka data berdistribusi normal.

Jika $\text{Sig.} \leq 0.05$ maka data berdistribusi tidak normal.

Pengujian dilakukan dengan bantuan program software IBM SPSS Statistic 25.

2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2019:76), berguna untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual antar pengamatan tetap, kondisinya disebut homoskedastisitas, sedangkan jika varian tersebut berbeda, disebut heteroskedastisitas.

Pada penelitian ini, alat yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah metode Spearman's Rho. Uji Spearman's Rho dilakukan dengan mengkorelasikan variabel independen (bebas) dengan residual.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $\text{Sig} > 0.05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas



Jika $\text{Sig} < 0.05$ maka terjadi heteroskedastisitas

Pengujian ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 25.

3) Uji Multikolinieritas

Menurut Umar (2019:75), uji multikolinieritas berguna untuk melihat tingkat korelasi di antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak bersifat ortogonal. Variabel ortogonal merujuk pada variabel bebas di mana nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol.

Pada penelitian ini uji gangguan multikolinieritas menggunakan *Variance inflation factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

Jika $\text{VIF} < 10$ maka bebas multikolinieritas

Jika $\text{VIF} > 10$ maka terdapat multikolinieritas

Pengujian ini menggunakan bantuan *program Software IBM SPSS Statistics 25*.

c. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Umar (2019:113), uji kesesuaian model berguna untuk menyatakan apakah model penelitian yang diajukan adalah sesuai atau tidak sesuai setelah data penelitian digunakan. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:



Jika nilai $\text{sig} \leq 0.05$ maka model yang digunakan sesuai (fit).

Jika nilai $\text{sig} > 0.05$ maka model yang digunakan tidak sesuai.

Pengujian ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 25.

d. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Menurut Umar (2019:137), uji koefisien regresi parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara *individual* dalam menerangkan variasi variabel dependen, jika nilai P-value Sig (1-tailed) < 0.05 dapat dikatakan terdapat hubungan. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Jika signifikansi ≤ 0.05 , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jika signifikansi > 0.05 , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pengujian ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 25.

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.