

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menguji bagaimana pengaruh kualitas produk dan *lifestyle* terhadap minat beli ulang *action camera* SJCAM. Penelitian ini akan meneliti empat variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan juga variabel terkait (*dependent variable*). Variabel bebas “X” yang akan diteliti oleh peneliti yaitu kualitas produk dan *lifestyle*. Responden dalam penelitian ini adalah anggota komunitas SJCAM Kaskus. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kurang dari satu tahun.

Berdasarkan objek penelitian yang dijelaskan diatas maka akan dianalisis mengenai gambaran kualitas produk dan *lifestyle* produk *action camera* SJCAM menurut anggota komunitas SJCAM Kaskus, gambaran minat beli ulang *action camera* SJCAM menurut anggota komunitas SJCAM Kaskus dan Pengaruh kualitas produk dan *lifestyle* terhadap *repurchase intention* SJCAM menurut anggota komunitas SJCAM Kaskus.

#### **3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah ilmu manajemen pemasaran dengan menggunakan konsep kualitas produk dan *lifestyle* dan seberapa besar pengaruhnya terhadap minat beli ulang (*repurchase intention*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Aaker, Kumar, Day dan Leone (2011, hlm. 73) mengatakan bahwa penelitian deskriptif mencakup sebagian besar riset pemasaran. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang akurat dari beberapa aspek lingkungan pasar.

Menurut Aaker, Kumar, Day dan Leone (2011, hlm. 73), penelitian deskriptif mencakup sebagian besar riset pemasaran. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang akurat dari beberapa aspek lingkungan pasar. Penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang akurat dari

beberapa aspek lingkungan pasar mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki yaitu kualitas produk dan *lifestyle*.

### **3.2.2 Desain Penelitian**

Arikunto (2010, hlm. 90) mengatakan bahwa desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan di laksanakan. Desain penelitian merupakan perencanaan mengenai penelitian yang akan dijalankan yang merupakan pedoman dari saat memulai penelitian sampai dengan menyimpulkan penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara empat variabel yaitu kualitas produk dan *lifestyle* sebagai variabel bebas atau *independent variable* dan *repurchase intention* yang merupakan variabel terkait atau *dependent variable*.

### **3.2.3 Operasionalisasi Variabel**

Terdapat empat variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan juga variabel terkait. Variabel bebas atau *independent variable* yang diteliti adalah kualitas produk dan *lifestyle*. Sedangkan variabel terkait atau *dependent variable* dalam penelitian ini adalah *repurchase intention*. Berdasarkan pemaparan tersebut, berikut ini adalah tabel operasionalisasi variabel:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

<b>Variabel/konsep variabel</b>	<b>indikator</b>	<b>ukuran</b>	<b>skala</b>
<b>Kualitas Produk (X1)</b>  kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, kehandalan, presisi, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler and Armstrong 2012, hlm. 283)	<b>Durabilitas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketahanan lensa <i>action camera</i> SJCAM</li> <li>• Tingkat keawetan fitur tambahan <i>action camera</i> SJCAM</li> <li>• Tingkat daya tahan baterai <i>action camera</i> SJCAM</li> </ul>	Ordinal
	<b>Kehandalan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kehandalan lensa <i>action camera</i> SJCAM</li> <li>• Tingkat kehandalan mesin <i>action camera</i> SJCAM</li> </ul>	Ordinal
	<b>presisi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat ketepatan bentuk <i>action camera</i> SJCAM disesuaikan dengan kebutuhan untuk kegiatan ekstrem/liburan</li> </ul>	Ordinal
	<b>Kemudahan pengoperasian</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat Kemudahan dalam pengoperasian <i>action camera</i> SJCAM</li> <li>• Tingkat Kenyamanan dalam pengoperasian <i>action camera</i> SJCAM</li> </ul>	Ordinal
	<b>Reparasi produk</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat Kemudahan servis <i>action camera</i> SJCAM</li> <li>• Tingkat kemudahan perawatan <i>action camera</i> SJCAM</li> </ul>	Ordinal
	<b>Atribut produk lainnya</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kualitas dari kelengkapan <i>accessoriesaction camera</i> SJCAM</li> <li>• Tingkat kelengkapan <i>accessoriesaction camera</i> SJCAM dapat</li> </ul>	Ordinal

		memenuhi kebutuhan diberbagai keperluan	
<b>Lifestyle (X2)</b>  lifestyle adalah pola hidup dimana orang hidup dan menghabiskan banyak uang <i>(Engel, Blackwell dan Miniard 2012, hlm. 383)</i>	<b>Activity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat pemilihan <i>action camera</i> sebagai alat untuk mengabadikan momen aktivitas ekstrem/liburan</li> </ul>	Ordinal
	<b>Interest</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat ketertarikan menggunakan <i>action camera</i> karena sesuai dengan gaya hidup yang sedang berkembang saat ini</li> <li>Tingkat ketertarikan menggunakan <i>action camera</i> karena merupakan salah satu media untuk mengabadikan momen yang tidak bisa menggunakan camera jenis lain</li> </ul>	Ordinal
	<b>Opini</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>pendapat yang memperlihatkan identitas diri jika memiliki <i>action camera</i></li> <li>pendapat yang memperlihatkan pengakuan status sosial jika memiliki <i>action camera</i></li> </ul>	Ordinal
	<b>demographic</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kesesuaian produk dan fitur yang ditawarkan dengan usia pengguna</li> <li>Tingkat kesesuaian harga yang ditawarkan <i>action camera</i> SJCAM dengan pendapatan pengguna</li> </ul>	Ordinal
<b>Repurchase Intention (Y)</b>  <i>Repurchase Intention</i> adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan	<b>Minat transaksional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kecenderungan untuk menggunakan kembali produk <i>action camera</i> SJCAM</li> </ul>	Ordinal
	<b>Minat referensial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat mereferensikan <i>action camera</i> SJCAM kepada orang lain</li> </ul>	Ordinal
	<b>Minat preferensial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kepercayaan terhadap <i>action camera</i> SJCAM yang dapat mendorong minat beli ulang</li> <li>Tingkat preferensi utama <i>action camera</i> SJCAM</li> </ul>	Ordinal

<p>merespon positif terhadap kualitas produk/jasa dari suatu perusahaan dan berniat mengkonsumsi kembali produk/jasa perusahaan tersebut (Ferdinand 2007, hlm. 67)</p>	<p><b>Minat eksploratif</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pencarian informasi <i>action camera</i> SJCAM</li> <li>• Tingkat pencarian informasi citra perusahaan dan keunggulan yang dimiliki <i>action camera</i> SJCAM</li> </ul>	<p>Ordinal</p>
--	---------------------------------	--	----------------

*Sumber: Hasil olahan penulis (2016)*

### 3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Jenis dan Sumber Data

Suharsimi Arikunto (2010:172) mengatakan bahwa sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data dapat diperoleh dari sumber internal perusahaan maupun dari eksternal perusahaan. Sumber data yang penulis gunakan terdiri dari dua jenis yaitu sumber data primer dan data sekunder.

Pengertian sumber data primer menurut Malhotra (2010:73) adalah data yang berasal langsung dari peneliti dengan tujuan khusus untuk digunakan permasalahan dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari wawancara dan pengisian kuisioner yang ditujukan kepada anggota komunitas SJCAM Kaskus.

Pengertian sumber data sekunder menurut Aaker et al (2011:93) adalah data yang telah dikumpulkan untuk berbagai tujuan selain permasalahan yang sedang dihadapi. Data sekunder sebelumnya sudah ada sebelum peneliti melakukan penelitian. Beberapa data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui penelitian terdahulu, jurnal ilmiah, buku dan juga *website*

internet untuk kepentingan penelitian. Dibawah ini adalah jenis dan sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini.

**Tabel 3. 2**  
**Jenis dan Sumber Data**

No	Jenis Data	Kategori Data	Sumber Data
1	Action Camera terlaris di dunia	Sekunder	www.pusatteknno.com
2	Penjualan Action Camera di kota Bandung	Sekunder	Camzone (distributor Action Camera)
3	Pemilihan produk action camera	Primer	kuisisioner
4	Pertimbangan dalam memilih action camera	Primer	kuisisioner

*Sumber: Hasil olahan penulis, 2016*

### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebuah cara sistematis dan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan mengenai fenomena dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- **Studi Kepustakaan**  
Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari setiap hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal yang dipelajari untuk penelitian ini bisa didapatkan dari buku, ataupun internet yang dapat membantu memberi informasi dalam pemahaman, konsep maupun teori yang berkaitan dengan kualitas produk, *lifestyle* dan *repurchase intention*.
- **Wawancara**  
Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka langsung dengan narasumber dengan mengajukan pertanyaan seputar kualitas produk, *lifestyle* dan *repurchase intention*. Narasumber dalam penelitian ini adalah anggota komunitas SJCAM Kaskus.

- Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada setiap responden yang merupakan anggota komunitas SJCAM Kaskus mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai kualitas produk, *lifestyle* dan *repurchase intention*.

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

#### 3.4.1 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2011, hlm. 80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi sarasanya adalah anggota komunitas SJCAM Kaskus. Populasi dalam penelitian ini adalah 200 anggota komunitas SJCAM Kaskus.

Arikunto (2010, hlm. 174) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Tidak terdapat batasan tertentu mengenai berapa besar sampel yang diambil dari populasi, karena absah tidaknya sampel bukan terletak pada besar atau banyaknya sampel yang diambil tetapi terletak pada sifat karakteristik sampel apakah mendekati populasi atau tidak.

Untuk penarikan jumlah sampel penelitian, dihitung dengan rumus *slovin* yang berasal dari buku metodologi penelitian pendekatan praktis dalam penelitian (Simamora, 2004, hlm. 37) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

e<sup>2</sup> : Presisi yang ditetapkan 0,01

N : Jumlah populasi

Berdasarkan rumus *slovin* maka dapat diukur minimal besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{200}{1 + 200 \cdot 0,01} = \frac{200}{341,39} = 66,6 \approx 67 \text{ orang.}$$

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 70 responden dari 200 anggota komunitas SJCAM Kaskus.

### 3.4.2 Teknik Penarikan Sampel

Peneliti menggunakan teknik penarikan sampel secara *Non Probability Sampling*. Teknik *non probability sampling* menurut Sugiyono (2011, hlm. 66) yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena seperti diungkapkan dalam Sugiyono (2011, hlm. 68) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampel yang dijadikan responden dengan sengaja dipilih sesuai karakteristik yang telah ditentukan dengan mencerminkan populasinya.

Alasan mengambil *purposive sampling* karena kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan dimana kriteria untuk sampel pada penelitian ini diantara lain adalah:

- Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *action camera* dan atau memiliki minat beli ulang terhadap *action camera*.

### 3.5 Uji Instrumen Penelitian

Untuk bisa mendapatkan data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian, maka diperlukan instrumen yang tepat agar data yang terkumpul sesuai dengan yang diharapkan. Dalam pengumpulan data sebuah penelitian, sering terjadi instrumen bertindak sebagai alat evaluasi.

Instrumen penelitian yang telah disusun kemudian diuji cobakan kepada responden yang berada diluar sampel penelitian untuk mendapatkan gambaran validitas dan reliabilitas instrumen.

#### 3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Adapun rumus yang digunakan untuk



menghitung suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh *Pearson* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber: Suharsimi Arikunto, 2010, hlm. 213

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam jumlah Y

$\sum X^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Dengan menggunakan rumus dan langkah yang sama, maka dapat dilakukan pengujian validitas untuk seluruh item yang seluruhnya 30 item. Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikan 5% dengan  $n = 30 - 2 = 28$  didapat r tabel sebesar 0,374. Keputusan pengujian validitas adalah menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan atau pernyataan tersebut dikatakan tidak valid apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil daripada  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).

Uji validitas instrumen penelitian untuk variabel kualitas produk, *lifestyle* dan *repurchase intention* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3. 3**

**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel X<sub>1</sub>(Kualitas Produk)**

No.	Butir Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Tingkat ketahanan lensa action camera SJCAM	0,577	0,374	Valid
2	Tingkat keawetan fitur tambahan <i>action camera</i> SJ Cam	0,747	0,374	Valid
3	Tingkat daya tahan baterai <i>action camera</i> SJ Cam	0,478	0,374	Valid
4	Tingkat kehandalan lensa action camera SJ Cam	0,793	0,374	Valid
5	Tingkat kehandalan mesin action camera SJ Cam	0,653	0,374	Valid
6	Tingkat ketepatan bentuk action camera SJ Cam disesuaikan dengan kebutuhan untuk kegiatan ekstrem/liburan	0,513	0,374	Valid
7	Tingkat Kemudahan dalam pengoperasian action camera SJ Cam	0,576	0,374	Valid
8	Tingkat Kenyamanan dalam pengoperasian action camera SJ Cam	0,669	0,374	Valid
9	Tingkat Kemudahan servis action camera SJ Cam	0,538	0,374	Valid
10	Tingkat kemudahan perawatan action camera SJ Cam	0,534	0,374	Valid
11	Tingkat kualitas dari kelengkapan accessories action camera SJ Cam	0,573	0,374	Valid
12	Tingkat kelengkapan accessories action camera SJCam dapat memenuhi kebutuhan diberbagai keperluan	0,525	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2016 dengan SPSS 22.0 for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel  $X_1$  (kualitas produk) pada tabel 3.3 diatas, dapat dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan dikatakan valid karena  $r_{tabel} \leq r_{hitung}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa 12 item pertanyaan dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dalam kuesioner dinyatakan valid.

**Tabel 3. 4**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian**  
**Variabel  $X_2$  (lifestyle)**

No	Butir Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Tingkat pemilihan <i>action camera</i> sebagai alat untuk mengabadikan momen aktivitas ekstrem/liburan	0,536	0,374	Valid
2	Tingkat ketertarikan menggunakan <i>action camera</i> karena sesuai dengan gaya hidup yang sedang berkembang saat ini	0,588	0,374	Valid
3	Tingkat ketertarikan menggunakan <i>action camera</i> karena merupakan salah satu media untuk mengabadikan momen yang tidak bisa menggunakan camera jenis lain	0,536	0,374	Valid
4	pendapat yang memperlihatkan identitas diri jika memiliki <i>action camera</i>	0,764	0,374	Valid
5	pendapat yang memperlihatkan pengakuan status sosial jika memiliki <i>action camera</i>	0,471	0,374	Valid
6	Tingkat kesesuaian produk dan fitur yang ditawarkan dengan usia pengguna	0,734	0,374	Valid
7	Tingkat kesesuaian harga yang ditawarkan <i>action camera</i> SJ Cam dengan pendapatan pengguna	0,710	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2016 dengan SPSS 22.0 for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel  $X_2$  (*lifestyle*) pada tabel 3.4 diatas, dapat dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan dikatakan valid karena  $r_{tabel} \leq r_{hitung}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa 7 item pertanyaan dari variabel *lifestyle* ( $X_2$ ) dalam kuesioner dinyatakan valid.

**Tabel 3. 5**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian**  
**Variabel Y (*Repurchase Intention*)**

No.	Butir Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Tingkat kecenderungan untuk menggunakan kembali produk <i>action camera</i> SJCam	0,817	0,374	Valid
2	Tingkat mereferensikan <i>action camera</i> SJCam kepada orang lain	0,844	0,374	Valid
3	Tingkat kepercayaan terhadap <i>action camera</i> SJ Cam yang dapat mendorong minat beli ulang	0,884	0,374	Valid
4	Tingkat preferensi utama <i>action camera</i> SJCam	0,765	0,374	Valid

5	Tingkat pencarian informasi <i>action camera</i> SJ Cam	0,733	0,374	Valid
6	Tingkat pencarian informasi citra perusahaan dan keunggulan yang dimiliki <i>action camera</i> SJCam	0,691	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2016 dengan SPSS 22.0 for Window

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Y (*repurchase intention*) pada tabel 3.6 diatas, dapat dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan dikatakan valid karena  $r_{tabel} \leq r_{hitung}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa 6 item pertanyaan dari variabel *repurchase intention* dalam kuesioner dinyatakan valid.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Suharsimi Arikunto, 2010:221). Sugiyono (2012:184) menyatakan bahwasuatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai apabila koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70.

Untuk menguji tingkat realibilitas, dalam penelitian ini digunakan rumus *Cronbach Alpha's*, degan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Sumber: Suharsimi Arikunto, 2010, hlm. 239

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sigma t^2$  = Varians total

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian dijumlahkan Sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

(Suharsimi Arikunto, 2010, hlm. 239)

Keterangan:

$\sigma^2$  = Varians

$\sum X^2$  = Jumlah skor

N = Jumlah responden

Ketentuan uji reabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
  2. Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.
- pengujian instrument dengan rumus-rumus diatas menggunakan fasilitas software SPSS 22.0 for window, dengan hasil yang tercantum pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk, Lifestyle dan Repurchase Intention**

Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Kualitas Produk</b>	0,820	0,700	Reliabel
<i>Lifestyle</i>	0,762	0,700	Reliabel
<i>Repurchase Intention</i>	0,869	0,700	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2016 dengan SPSS 22.0 for Window

Hasil pengujian pada Tabel 3.7 dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas instrumen penelitian variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan variabel Y dinyatakan reliabel, hal ini dikarenakan masing-masing nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ .

Hasil kedua pengujian instrumen yang telah dilakukan di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan karena tidak ada sesuatu hal

yang menjadi kendala terjadinya kegagalan penelitian dikarenakan oleh instrumen yang belum teruji kevalidan dan kereliabilitasnya.

### 3.6 Rancangan Analisis Data

Seluruh data yang telah terkumpul dari responden harus dilakukan pengolahan dan penafsiran data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat pengaruh antara variabel X kualitas produk dan *lifestyle* dan variabel Y *repurchase intention*. Arikunto (2010, hlm. 278) menyatakan bahwa secara garis besar, analisis data meliputi tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian sebagai berikut:

- *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden seperti mengecek kelengkapan data artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembar instrumen barangkali ada yang terlepas atau sobek).
- *Coding*, yaitu pemberian skor atau kode untuk setiap pilihan dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam angket menggunakan skala likert kategori lima. Skor atau bobot untuk jawaban positif diberi skor 5-4-3-2-1, sedangkan untuk jawaban negatif diberi skor 1-2-3-4-5.

**Tabel 3.7**  
**Kriteria Bobot Nilai Alternatif**

Pilihan Jawaban	Bobot Pernyataan
Sangat setuju / sangat sesuai / sangat baik / sangat tinggi / sangat menarik	5
Setuju / sesuai / baik / tinggi / menarik	4
Ragu-ragu / cukup sesuai / cukup baik / cukup tinggi / cukup menarik	3
Tidak setuju / tidak sesuai / buruk / rendah / tidak menarik	2
Sangat tidak setuju / sangat tidak sesuai / sangat buruk / sangat rendah / sangat tidak menarik	1

- *Tabulating*, adalah menghitung hasil skoring dan dituangkan dalam tabel rekapitulasi secara lengkap.

**Tabel 3.8**  
**Tabel Rekapitulasi Pengolahan Data**

Responden	Skor Item					Total
	1	2	3	...	N	
1						
2						
3						
...						
N						

### 3.6.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Untuk mendapat data yang akurat, penelitian ini menggunakan data deskriptif. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner/survei lapangan. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah kumpulan data yang mentah menjadi informasi yang mudah dipahami serta untuk mendeskripsikan skor variabel X dan variabel Y serta kedudukannya, dengan prosedur sebagai berikut :

- a. Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan rumus :

$$SK = ST \times JB \times JR$$

Dimana :

SK = skor kriterium

ST = skor tertinggi

JB = jumlah bulir

JR = jumlah responden

- b. Membandingkan jumlah skor hasil kuisisioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner dengan rumus :

$$\sum x_i = x_{1+} + x_{2+} + \dots + x_n$$

Dimana :

$x_i$  = jumlah skor hasil kuisisioner variabel X

$X_1 - X_n$  = jumlah skor kuisioner masing-masing reponden

c. Membuat daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- Menentukan kontinum tertinggi dan terendah.

$$\text{Tinggi : SK} = \text{ST} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

$$\text{Rendah : SK} = \text{SR} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

Dimana :

ST = skor tertinggi

SR = skor terendah

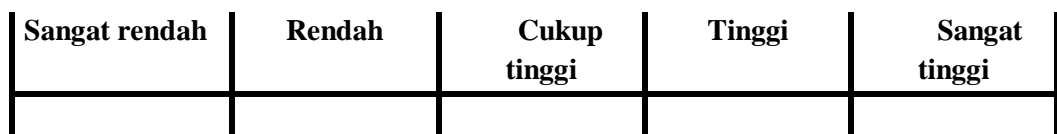
JB = jumlah bulir

JR = jumlah responden

- Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus :

$$R = \frac{\text{Skor kontinum tinggi} - \text{Skor kontinum rendah}}{5}$$

d. Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum ( $S/\text{Skor maksimal} \times 100\%$ ).



**Gambar 3. 1**  
**Contoh Garis Kontinum Penelitian**

Membandingkan skor total tiap variabel dengan parameter di atas untuk memperoleh gambaran variabel kualitas produk ( $X_1$ ), *lifestyle* ( $X_2$ ) dan variabel *repurchase intention* ( $Y$ ).

### 3.6.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kedua variabel dan menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.



Dalam penelitian ini variabel yang diteliti terdiri dari tiga variabel yaitu  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$ , dikarenakan penelitian ini meneliti tiga variabel, maka teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis korelasi dan regresi linier berganda. Berikut langkah-langkah dalam melakukan analisis verifikatif.

### 3.6.2.1 Method of Successive Interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan skala ordinal, maka semua data yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasikan ke tingkat interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

- Perhatikan setiap butir
- Untuk setiap butir tersebut tentukan berapa orang yang menjawab skor 1,2,3,4,5.
- Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi, dengan menggunakan rumus :  $P_i = \frac{f}{N}$
- Tentukan proporsi kumulatif.
- Dengan menggunakan tabel distribusi normal, hitung nilai  $z$  untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
- Tentukan nilai densitas untuk setiap nilai  $z$  yang diperoleh.
- Tentukan *Skala Value* (SV) dengan rumus :

$$SV = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Below Upper Limit} - \text{Area Below Lower Limit}}$$

Dimana :

*Scala Value* : Nilai Skala

*Density at Lower Limit* : Densitas batas bawah

*Density at Upper Limit* : Densitas batas atas

*Area Below Upper Limit* : Daerah dibawah batas atas

*Area Below Lower Limit* : Daerah dibawah batas bawah

- Tentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus :

$$Y = NS + k$$

$$K = [1 + |NS_{\min}|]$$

Langkah-langkah diatas apabila dijabarkan dalam bentuk tabel akan terlihat sebagai berikut :

Kriteria	1	2	3	4	5
Frekuensi					
Proporsi					
Proporsi Kumulatif					
Nilai					
Scale Value					

Catatan : Skala terkecil dibuat sebesar 1, maka SV terkecil adalah +

Secara teknis untuk mentransformasikan data menjadi skala interval akan dibantu dengan aplikasi *Microsoft Office Excel* dengan menggunakan fasilitas *Method of Successive Interval (MSI)*.

### 3.6.2.2 Uji Normalitas Data

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal maka digunakan uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P-Plot, uji Chi Square, skewnes dan Kurtonis atau uji Kolmogorov Smirnov.

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov*, dengan uji ini dapat diketahui data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Apabila nilai Sig > 0,1, maka data tersebut berdistribusi normal dan begitu juga sebaliknya.

### 3.6.2.3 Analisis Korelasi

Uji korelasi dimaksudkan untuk menguji hubungan antara dua variabel atau lebih yang tidak menunjukkan hubungan kausal. Karena penelitian ini

menggunakan dua buah variabel bebas, yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), *lifestyle* ( $X_2$ ), dan satu variabel terikat yaitu *repurchase intention* ( $Y$ ), maka analisis korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment* (*Person's Product Moment Coefscient of Correlation*) dan analisis korelasi ganda.

Teknik korelasi *product moment* digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio. Rumus koefisien korelasi *Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

(Sugiyono, 2012, hlm. 193)

Koefisien korelasi ganda merupakan hubungan secara bersama-sama antara  $X_1$  dan  $X_2$ . Pada penelitian ini korelasi ganda yang dimaksud merupakan hubungan antara variabel kualitas produk dan *lifestyle* dan terhadap *repurchase intention*.

Terdapat dua jenis hubungan variabel yaitu hubungan positif dan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan X pada umumnya diikuti kenaikan Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut Koefisien korelasi ( $r$ ). Nilai  $r$  harus paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya:

- Jika nilai  $r = +1$  atau mendekati +1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan positif.
- Jika nilai  $r = -1$  atau mendekati -1, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan negatif.
- Jika nilai  $r = 0$  atau mendekati 0, maka korelasi antara kedua variabel yang diteliti tidak ada sama sekali atau sangat lemah.

Untuk mengetahui tingkat hubungan kedua variabel tersebut maka dapat dilihat pada tabel 3.10 dibawah ini:

**Tabel 3. 9**  
**Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2012, hlm. 184)

#### 3.6.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda biasanya dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Analisis regresi digunakan peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), (Sugiyono, 2012, hlm. 188). Analisis berganda ini adalah analisis tentang hubungan antara satu *dependent variabel* dengan dua atau lebih *independent variabel*.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang dianalisis adalah variabel bebas (X) yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan *lifestyle* ( $X_2$ ) Sedangkan variabel terikat (Y) yaitu *repurchase intention*. Persamaan regresi linier berganda dua variabel bebas tersebut dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sugiyono (2012, hlm.192)

dimana :

$Y = \text{Repurchase Intention}$

$X_1 = \text{Kualitas Produk}$

$X_2 = \text{Lifestyle}$

A = harga Y apabila  $X=0$  (harga konstan)

$b_1, b_2$  = koefisien regresi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila  $b (+)$  maka naik, bila  $b (-)$  maka terjadi penurunan.

### 3.6.2.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah alat statistik untuk mengetahui besarnya presentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan asumsi  $0 \leq r^2 \leq 1$ , maka dari itu digunakan koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2010, hlm. 144})$$

Dimana:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Nilai koefisien penentu berada diantara 0 – 100%. Jika nilai koefisien penentu makin mendekati 100%, berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3.7 Rancangan Uji Hipotesis

Setelah pasangan data dari masing-masing sub-variabel independen dengan variabel dependen diperoleh, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang cukup jelas dan dapat dipercaya antara variabel bebas (X) yaitu  $X_1$  (kualitas produk) dan  $X_2$  (*lifestyle*) terhadap variabel terikat (Y) yaitu *repurchase intention*.

Rumus yang digunakan penulis untuk menguji hipotesis yaitu uji signifikan koefisien korelasi (uji t-student) yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011, hlm. 184). Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka

pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama
  - $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk dan lifestyle terhadap *repurchase intention*
  - $H_0 : \rho \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk dan lifestyle terhadap *repurchase intention*
2. Hipotesis Kedua
  - $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap *repurchase intention*
  - $H_0 : \rho \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap *repurchase intention*
3. Hipotesis Ketiga
  - $H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara lifestyle terhadap *repurchase intention*
  - $H_0 : \rho \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara lifestyle terhadap *repurchase intention*

Sedangkan untuk menguji hipotesis secara simultan pengaruh kualitas produk, harga dan *lifestyle* terhadap *repurchase intention* dapat menggunakan rumus uji F berikut ini :

$$FH = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad (\text{Sugiyono, 2011, hlm. 192})$$

Dimana :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Bila  $F_h$  lebih besar dari  $F_t$  maka koefisien korelasi ganda yang diuji adalah positif, yaitu dapat diberlakukan untuk seluruh populasi, kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Berdasarkan taraf signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) = (n-k-1).

Untuk menguji hipotesis parsial yang tersirat dari hipotesis penelitian, perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sugiyono, 2011, hlm. 184})$$

Keterangan:

t = Distribusi student

$r^2$  = Koefisien korelasi dari uji independen (kekuatan korelasi)

n = Banyaknya sampel

Ketentuan dari pada uji t-student ini adalah:

$H_0 \beta = 0$  : Korelasi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y.

$H_1 \beta \neq 0$  : Korelasi berarti, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y.

Kriteria uji hipotesis adalah:

1. Taraf signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan ( dk ) = n – 2.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
3. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak