

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif yang mencari hubungan asosiatif antara dua variabel ataupun lebih dan penelitian kausatif atau kausal (Sugiyono, 2008:36). Penelitian kuantitatif digambarkan sebagai pendekatan penelitian yang menggunakan konsep ilmiah yang spesifik, metodis, logis, dan dapat diukur. Pendekatan penelitian kuantitatif meliputi data numerik dan statistik (Sugiyono, 2014:7). Akibatnya, penelitian ini memiliki dua variabel: variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).

Variabel bebas (X) terdiri dari gaya hidup dan citra merek terhadap niat beli ulang (Y), maka dalam penelitian ini dengan memakai teknik analisa regresi linier berganda, solusi yang menyatakan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) akan dicari.

3.2 Objek Penelitian

Variabel independen dan dependen membentuk objek penelitian. Faktor independen meliputi gaya hidup dan citra merek, sedangkan variabel dependen adalah keinginan untuk melakukan pembelian kembali ponsel Apple. Sasaran penelitian ini adalah mahasiswa ITB WIGA Lumajang yang memanfaatkan perangkat Apple. Dari Januari sampai Februari 2023, jangka waktu penelitian ini ditetapkan sampai selesai.

Peneliti melakukan penelitian terhadap pengguna smartphone Apple khususnya mahasiswa ITB WIGA Lumajang guna mengetahuinya seberapa besar

pengaruh lifestyle dan citra merek sebagai variabel independen terhadap variabel dependen yaitu *repurchase intention*.

3.3 Jenis dan Sumber data

3.3.1. Jenis Data

Data yang diaplikasikan dalam penelitian ini ialah data primer. Menurut Amirullah (2013), data primer merupakan informasi yang terkumpul secara tegas untuk kepentingan penelitian saat ini. Tujuan pengumpulan data primer ialah guna memenuhi permintaan penelitian yang sedang berlangsung. Hasil kuesioner oleh responden yaitu mahasiswa ITB WIGA Lumajang yang menggunakan smartphone Apple menjadi data primer dalam penelitian ini karena penggunaan data primer dapat meningkatkan validitas penelitian.

3.3.2. Sumber Data

Penelitian berikut mengandalkan data eksternal sebagai sumber informasi. Menurut Ratna dan Noviansyah (2018), data eksternal adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari luar himpunan. Akibatnya, data yang dikumpulkan peneliti merupakan data yang dikembangkan dan dirilis oleh kelompok selain organisasi atau korporasi tempat penelitian dilakukan. Data eksternal penelitian ini ialah elemen-elemen yang memengaruhi niat beli ulang konsumen atau mahasiswa yang menggunakan perangkat Apple.

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018), populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari individu-individu dan objek-objek dengan kualitas dan ciri khas yang ditetapkan

oleh penelitian untuk diteliti dan kemudian ditariknya simpulan. Penelitian ini melibatkan 42 orang mahasiswa Program Riset Manajemen mata kuliah pagi (A) dan sore (B) ITB WIGA Lumajang 2019 yang memanfaatkan ponsel Apple.

3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Menurutnya (Sugiyono, 2018), sampel merupakan himpunan dari ukuran dan ciri populasi. Karena sulit untuk menyelidiki objek dalam jumlah yang besar karena keterbatasan dana, orang, dan waktu, peneliti bisa memakai sampel yang dikumpulkan dari komunitas tersebut. Sampel ialah bagian dari ukuran dan fitur populasi. Menurut Sugiyono (2017), pendekatan sampling yang digunakan ialah non-probability sampling, yaitu strategi pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampling jenuh dipakai sebagai strategi pengambilan sampel dalam penelitian ini, dengan sampel 42 siswa yang semuanya akan menjadi responden. Kuesioner disebarakan melalui penyebaran survei menggunakan formulir Google, yang memastikan bahwa jawaban kuesioner itu sah.

Dalam penelitian ini, nonprobability sampling digunakan dengan memakai pendekatan Sampling Jenuh. Responden mengevaluasi kriteria berikut:

- a. Responden adalah mahasiswa ITB WIGA lumajang.
- b. Responden adalah mahasiswa yang menjadi konsumen *smartphone* merek Apple minimal 2 kali pembelian.

Kriteria utamanya adalah mahasiswa Program Studi Manajemen kelas pagi (A) dan malam (B) angkatan 2019 ITB WIGA Lumajang yang mengoperasikan produk *smartphone* Apple.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian ialah ciri-ciri, sifat, nilai individu, benda, atau aktivitas yang memiliki suatu keragaman yang telah ditetapkan peneliti guna ditinjau serta diambil kesimpulannya, menurut Sugiyono (2015). Tiga faktor dimasukkan kedalam penelitian ini: kualitas gaya hidup, citra merek, dan niat pembelian kembali, yang semuanya merupakan variabel independen.

a. Variabel Independen

Sugiyono (2015) menjelaskan variabel ini disebut juga sebagai variabel antededen yang dikenal sebagai variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel independen adalah faktor-faktor yang mempengaruhi variabel bebas (tergantung) berubah. Dalam penelitian ini variabel bebasnya ialah gaya hidup (X1) dan citra merek (X2).

b. Variabel dependen

Variabel dependen sering disebut selaku variabel output, kriteria, dan konsekuensi, klaim Sugiyono (2019). Variabel yang terikat atau dipengaruhi sebagai akibat dari variabel independen dikenal sebagai variabel dependen. Niat Pembelian Kembali berfungsi sebagai variabel dependen penelitian.

3.5.2. Definisi Konseptual

a. Gaya hidup (X1)

Mowen dan Minor (2018) mengklaim bahwa gaya hidup memengaruhi cara orang hidup, menghabiskan uang, dan mengatur waktu.

b. Citra Merek (X2)

Kotler dan Keller (2016) memaparkan merek ialah nama, kata, simbol, desain, yang merupakan perpaduan elemen-elemen tersebut yang diantisipasi untuk mendapati dan membedakannya barang atau jasa dari sekelompok penjual.

c. Minat beli ulang (Y)

Hasan (2018) memaparkan Minat beli ulang ialah minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pelanggan yang sudah melakukan pembelian serupa dimasa lampau. Tingkat kepuasan yang tinggi dari pelanggan merupakan indikator tingkat kepuasan yang tinggi.

3.5.3. Definisi Operasional

Sugiono (2015), definisi operasional ialah nilai, ataupun karakter dari suatu barang, kegiatan yang mengandung varian tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti guna diteliti dan dikembangkan kesimpulannya. Variabel independen ialah faktor-faktor yang bisa memengaruhi perubahan variabel dependen dan mempunyai hubungan positif ataupun negatif di masa depan dengannya. Pada penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat yang diantaranya sebagai berikut:

1. Gaya Hidup (X1)

Mowen dan Minor (2018) mengklaim *life style* mengidentifikasikan cara individu hidup, bagaimana mereka menggunakan uangnya, dan bagaimana mereka mengatur waktu hidupnya.

Menurut Sumarwan (2014:45), indikator gaya hidup yang banyak diperhatikan dalam penelitian antara lain:

- a) *Activity* (aktivitas) Ini adalah aktivitas asli. Pekerjaan, hobi, pertemuan sosial, liburan, browsing internet, dan belanja adalah contoh dari kegiatan tersebut. Aktivitas pelanggan adalah fitur konsumen dalam kehidupan sehari-hari mereka. *Interest* (minat) merupakan faktor individu pelanggan dalam mengatasi cara menentukan keputusan. Factor itu mendeskripsikan apa ketertarikan, kegemaran, dan keutamaan hidup pelanggan tersebut.
- b) *Opinion* (opini) adalah reaksi *verbal* atau *non verbal* yang ditawarkan individu guna respons terhadap skenario dengan ide dan emosi pelanggan mereka sebagai respons terhadap masalah global, lokal, ekonomi, dan sosial.

Berdasarkan uraian di atas, kuesioner dibuat sebagai berikut:

- a) Saya cenderung tertarik membeli *Smartphone* Apple dengan model terbaru
- b) Saya membeli *Smartphone* Apple yang iklannya pernah saya lihat di media sosial
- c) Saya membeli *Smartphone* Apple karena suka, bukan karena kebutuhan.

2. Citra Merek (X2)

adalah pernyataan, baik secara lisan maupun tertulis, yang dibuat sebagai tanggapan atas suatu peristiwa yang mengungkapkan pendapat dan sentimen khalayak mengenai masalah ekonomi dan sosial lokal, nasional, dan internasional.

Berdasarkan penjelasan di atas, kuesioner dibuat sebagai berikut:

- a) *Functional Image* (Citra terlihat dari fungsi produk) artinya, produk ini mempunyai kualitas yang lebih tinggi daripada produk serupa di pasaran, dan merek ini dapat diandalkan.

- b) *Affective Image* (Citra terlihat dari sikap terhadap merek) Akibatnya, produk ini mempunyai kualitas yang lebih baik daripada barang pesaing, dan mereknya memiliki reputasi yang baik.
- c) *Reputation* (Citra dilihat dari reputasi merek) Misalnya, suatu produk memiliki salah satu merek terkuat di industrinya dan mendominasi pasar.

Berdasarkan indikator diatas maka dirangkai kuisisioner guna mendapatkannya persepsi responden yang dipaskan oleh objek penelitian berikut:

- a) Menurut saya *smartphone* Apple memiliki karakteristik dan kualitas yang unggul dari pesaing.
- b) *Smartphone* Apple mempunyai kepribadian yang membedakan dari pesaing dan merek ini tidak mengecewakan pelangganya.
- c) *Smartphone* Apple salah satu merek terbaik di sektornya dan merek ini sangat kuat di pasar.

3. Minat Beli Ulang (Y)

Niat pembelian ulang menurut Hasan (2018) adalah keputusan untuk membeli berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya. Tingkat minat yang tinggi dalam pembelian berulang menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas.

Ferdinand (2012) mencantumkan indikasi berikut untuk bunga pembelian kembali:

- a) Minat transaksional adalah keinginan untuk membeli produk sekali lagi dan ajakan untuk melakukannya.
- b) Minat referensial, seperti mendukung dan mengedukasi produk.

- c) Kepentingan preferensial, yaitu berdasarkan kualitas dan preferensi pribadi
- d) Rasa ingin tahu eksploratif, yang meliputi belajar tentang berbagai macam barang dan menentukan nilai atau kelayakan produk.

Dari berbagai indicator yang dijelaskan di atas disusunlah kuesioner berikut:

- a) Saya berkeinginan untuk beli ulang *smartphone* Apple.
- b) Saya akan merekomendasikan *smartphone* Apple kepada teman-teman.
- c) Saya membeli *smartphone* Apple karena produk yang berkualitas.
- d) *Smartphone* Apple sangat unggul dipasaran.

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang sering dikenal dengan skala ialah pengukur data yang digunakan guna mengkuantifikasi kejadian yang dapat diamati. Skala pengukuran ialah jenis alat ukur data yang dipakai selaku pedoman guna mengidenifkasi panjang interval pengukuran guna menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini skala ordinal dipilih sebagai skala ukur. Skala ordinal menurutnya Paramita (2018) adalah skala yang menunjukkan informasi dalam urutan tertentu. Tabel 3.1 mencantumkan instrumen penelitian berikut dengan urutan berikut:

Tabel 3. 1 Variabel Indikator dan Skala Penelitian

| No | Variabel | Indikator | Instrumen | Skala | Sumber |
|----|------------------|---|---|---------|---------------------------------|
| 1. | Gaya Hidup | Aktivitas | Saya cenderung tertarik membeli <i>Smartphone</i> Apple dengan model terbaru | Ordinal | Sumarwan (2014:45) |
| | | Minat | Saya membeli <i>Smartphone</i> Apple yang iklannya pernah saya lihat di media sosial | | |
| | | Opini | Saya membeli <i>Smartphone</i> Apple karena suka, bukan karena kebutuhan. | | |
| 2. | Citra Merek | Citra di lihat dari fungsi produk | Menurut saya <i>smartphone</i> Apple memiliki karakteristik dan kualitas yang unggul dari pesaing. | Ordinal | Nailil Muna dan Sulaiman (2020) |
| | | Citra dilihat dari sikap terhadap merek | <i>Smartphone</i> Apple memiliki kepribadian yang membedakan dari pesaing dan merek ini tidak mengecewakan pelangganya. | | |
| | | Citra dilihat dari reputasi merek | <i>Smartphone</i> Apple salah satu merek terbaik di sektornya dan merek ini sangat kuat di pasar. | | |
| 3. | Minat Beli Ulang | Minat transaksional | Saya ingin untuk membeli kembali <i>smartphone</i> Apple | Ordinal | Ferdinand (2012) |
| | | Minat referensial | Saya akan merekomendasikan <i>smartphone</i> Apple kepada teman-teman | | |
| | | Minat preferensial | Saya membeli <i>smartphone</i> Apple karena produk yang berkualitas. | | |
| | | Minat eksploratif | <i>Smartphone</i> Apple sangat unggul dipasaran. | | |

3.7. Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Dokumentasi

Dokumentasi digunakan guna menyatukan data sekunder dari banyak sumber, baik secara individu ataupun kelembagaan. Sanusi (2011). Karena data yang dikumpulkan melalui pendekatan dokumentasi merupakan data mentah, maka harus disusun secara teratur. Dokumentasi yang dipakai dalam penelitian ini pada saat kuesioner dikirimkan ialah dokumen.

3.7.2 Kajian Pustaka

Widodo (2017) mendefinisikan studi sastra sebagai kegiatan yang melibatkan membaca, menyelidiki, dan mengutip teori dan konsep dari berbagai karya sastra, termasuk buku dan majalah. Mengutip buku-buku dan artikel-artikel penelitian terdahulu yang mendukungnya menjadi studi pustaka dalam penelitian ini.

3.7.3 Survei online

Sugiyono (2018) menjelaskan kuesioner sebagai teknik pengumpulannya data yang melibatkan pengajuan pertanyaan tertulis kepada responden. guna pengiriman survey kepada mahasiswa ITB WIGA Lumajang yang memiliki perangkat Apple sebagai bahan belajar. Dengan menetapkan skor untuk setiap tanggapan terhadap pertanyaan kuesioner, pengukuran data dampak kualitas layanan, kualitas produk, dan faktor promosi penjualan pada pilihan pembelian dilakukan. Skala Likert yang dipakai dalam mengukurnya sikap, pandangan, dan persepsi individu ataupun kelompok terhadap sosial menjadi dasar penilaian dalam penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2019:166), skala Likert meliputi antara lain:

- a. Setuju/selalu/sangat/positif diberi skor 5
- b. Setuju/sering/positif diberi skor 4
- c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
- d. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2
- e. Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif diberi skor 1

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Instrumen

Sanusi (2011) berpendapat bahwasannya alat analisis adalah instrumen yang digunakan oleh para akademisi untuk mengkaji fenomena sosial dan alam. Validitas dan reliabilitas kuesioner yang dipakai guna mengumpulkan data dari responden harus dievaluasi sebelum hipotesis dapat diuji, serta premis yang mendasari bahwa data harus akurat dan dapat diandalkan untuk memajukan proses pengujian hipotesis.

a. Uji Validitas

Sugiyono (2012), Ukuran validitas digunakan untuk mengetahui keabsahan atau keakuratan data real objek penelitian dibandingkan dengan data simulasi. Analisa faktor dilakukan dengan membandingkan skor keseluruhan dengan jumlah skor faktor. Jika terdapat korelasi positif antara masing-masing variabel tersebut dan besarnya 0,3 atau lebih besar, maka faktor tersebut ialah susunan yang kuat. Dalam penelitian ini, butir-butir instrumen dianggap keliru jika korelasi skornya dengan skor total kurang dari 0,3.

b. Uji Reabilitas

Sugiyono (2012) mengartikan konsistensi dan stabilitas data berdampak pada ketergantungan. Jika dua atau lebih peneliti mempelajari hal yang sama dan sampai pada kesimpulan yang sama, atau jika kumpulan data dipisahkan menjadi dua dan keduanya menunjukkannya temuan yang sama, data tersebut akan dianggap dapat dipercaya dari perspektif kuantitatif. Karena konsistensi dan dependabilitas berkorelasi, jika peneliti lain melakukan lebih banyak studi pada objek yang sama dengan metodologi yang sama, mereka akan sampai pada kesimpulan yang sama. Data yang konsisten biasanya valid, tetapi tidak selalu. Menurut Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dilakukannya dengan menguji koefisien *Cronbach's Alpha* yang bisa dihitung dari indeks dependabilitas sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reabilitas

| No. | Interval <i>Alpha Cronbach</i> | Tingkat Reabilitas |
|-----|--------------------------------|--------------------|
| 1. | 0,00-0,20 | Kurang Reliabel |
| 2. | 0,201-0,40 | Agak Reliabel |
| 3. | 0,401-0,60 | Cukup Reliabel |
| 4. | 0,601-0,80 | Reliabel |
| 5. | 0,801-1,00 | Sangat Reliabel |

Sumber: Nugroho (2011)

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Estimasi regresi dengan menggunakan Kuadrat Terkecil Biasa (OLS) akan menjadi BIRU (Best Linear Unbiased Estimator) jika Asumsi Klasik terpenuhi. Ghozali (2017), yang berarti penilaian yang dilakukan dengan Uji F dan Uji T seharusnya tidak menjadi bias. Ada berbagai uji asumsi tradisional yang dipakai dalam penelitian ini ialah:

1. Pengujian normalitas data

Disarankan untuk menggunakan uji normalitas guna menentukannya apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Ghozali (2017) menjelaskan analisis grafik dan statistik adalah salah satu dari dua metode yang dipakai guna menentukan apakah suatu residual berdistribusi normal.

a. Analisis Grafis

Cara termudah untuk memahami normalitas dalam analisa grafik ini ialah dengan melihat histogram, yang membandingkannya data yang diamati dengan distribusi yang menyimpang dari norma. Berikut adalah ringkasan dari temuan kunci analisis:

1. Distribusi data dianggap normal jika miring secara diagonal dan terlihat seperti busur diagonal ataupun grafik histogram. Dalam hal ini, model regresi tidak memasukkan asumsi normalitas.
2. Data tidak menunjukkannya distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas jika menyimpang dari diagonal dan/atau tidak merespon garis diagonal ataupun grafik histogram.

b. Analisis statistik non parametrik

Temuan kunci dari analisis ini adalah jika model regresi merusak hipotesis berikut tentang normalitas:

1. Nilai residual berdistribusi regular jika nilai Sig lebih besar dari alpha.
2. Nilai residual tidak berdistribusi teratur jika nilai Sig lebih kecil dari alpha.

1. Pengujian Multikolinieritas

Umar (2011) mendeskripsikan cara mengetahui adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi dapat diuji dengan multikolinieritas. Jika korelasi terjadi, maka terdapat suatu masalah multikolinieritas yang harus diselesaikan.

Teknik berikut bisa dipakai untuk menguji multikolinieritas Umar (2011):

- 1) Kolinieritas bisa ditunjukkan dengan keadaan korelasi yang tinggi, di sisi lain korelasi yang tinggi disebabkan karena adanya kolinieritas. Kolinieritas bisa saja ada dalam kondisi rendah.

Jika R^2 sangat tinggi, kita dapat memeriksa koefisien korelasi parsial. Setiap R^2 parsial rendah menunjukkan bahwasannya variabel independen memiliki korelasi yang tinggi dan setidaknya salah satu dari mereka adalah redundan. Namun, multikolinieritas hanya dapat dibentuk jika R^2 tinggi dan setiap R^2 juga tinggi. Dengan memperhatikan VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi mendekati 1 maka dilakukan uji multikolinieritas.

2. Pengujian Heteroskedastisitas

Umar (2011) mengklaim bahwasannya heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah model regresi linier menunjukkan variasi residual yang tidak merata dari satu titik data ke titik data berikutnya. Homoskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya tidak bervariasi, sedangkan heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varians bervariasi.

Menurut Ghozali (2018), ada suatu keputusan yang menjadi dasar menentukannya ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu sebagai berikut:

1. Jika terdapat pola tertentu, maka titik-titik yang membentuk pola teratur bisa dikatakan menunjukkan heteroskedastisitas.

2. Jika pola membingungkan dan distribusi titik lebih tinggi atau lebih rendah dari nilai 0 pada sumbu Y, dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Jika peneliti ingin meramalkan bagaimana situasi (naik dan turun) dari variabel dependen (kriteria) ketika dua atau lebih variabel independen diubah selaku prediktor (fiturnya dinaikkan atau diturunkan), peneliti akan menggunakan analisis regresi berganda. Oleh karena itu, jika terdapat sekurang-kurangnya dua variabel independen, maka akan dilakukan analisa regresi berganda (Sugiyono, 2017: 305). Persamaan untuk regresi linier berganda secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = variabel dependen yaitu Minat Beli Ulang

α = Konstanta

β_1 & β_2 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Variabel independen 1

X_2 = Variabel independen 2

Persamaan regresinya ialah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang

α = Konstanta

B = Koefisien Regresi Variabel Independen

X1 = Gaya Hidup

X2 = Citra Merek

Dengan bantuan analisis regresi berganda ini, juga memungkinkan untuk menentukan elemen mana dari variabel independen gaya hidup dan citra merek yang berdampak pada variabel dependen, niat pembelian kembali. Analisis regresi linier berganda juga dapat dipakai untuk menilai seberapa andal hubungan antara masing-masing faktor lain yang bergantung.

Untuk mengidentifikasi variabel dominan dalam analisis regresi linier multivariat, gunakan uji dominasi. Uji dominasi dijelaskan oleh Gunawan (2017) adalah suatu teknik menilai pengaruh variabel independen (independen) yang paling dominan terhadap variabel dependen, yang ditentukan dengan nilai koefisien regresi (β) yang dibandingkan dengan nilai α .

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan berbagai analisa regresi linier, dilakukannya pengujian hipotesis untuk melihat apakah variabel bebas gaya hidup dan citra merek berhubungan dengan variabel terikat yaitu niat untuk beli ulang secara parsial.

a. Uji t (Uji Parsial)

Untuk menunjukkan apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, maka dilakukannya uji t (Widarjono. 2015).

Tahapan berikut terlibat dalam pengujian teori:

1) Merumuskan hipotesis

a. Hipotesis Pertama

H1 = Gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang *smartphone* Apple pada mahasiswa ITB WIGA Lumajang.

b. Hipotesis Kedua

H2: Citra merk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang *smartphone* Apple pada mahasiswa ITB WIGA Lumajang.

2) Tentukan tingkat signifikansi dengan memakai $\alpha = 0,05$. H_0 diterima jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwasannya variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Namun H_0 ditolak jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwasannya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3) 3) Tetapkan standar pengujian: H_0 ditolak dan H_a diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Rumus Sujarweni untuk larik t (2016) Derajat kebebasan sama dengan $df = n-2$. Jumlah pengamatan (merespons) sama dengan n. $t_{hitung} = \frac{Koefisien \beta}{Standar Error}$ merupakan cara menghitung nilai t_{hitung} .

4) Menarik implikasi dengan menganalisis temuan t_{hitung} & t_{tabel} .

3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Sejauh mana fluktuasi variabel dependen bisa dijelaskan oleh model terutama diukur dengan koefisien pengukuran (R^2). Koefisien peringkat memiliki nilai berkisar antara 0 hingga 1. Kemampuan variabel independen untuk menjelaskan perubahan variabel dependen sangat terbatas, tergantung pada nilai R^2 yang rendah. Data deret waktu biasanya mempunyai koefisien determinasi yang tinggi, tetapi data cross-sectional seringkali mempunyai koefisien determinasi yang rendah karena fluktuasi yang besar di antara setiap observasi. Terlepas dari apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen, R^2 akan selalu naik untuk setiap penambahan variabel independen. Akibatnya, beberapa akademisi menyarankan untuk memakai nilai Adjusted R^2 saat menentukan model regresi mana yang terbaik, per Kuncoro (2013).

Minat mahasiswa ITB WIGA Lumajang untuk melakukan pembelian kembali smartphone Apple akan menjadi variabel dependen dalam penelitian ini, dan koefisien determinasi (R^2) akan dipakai untuk menentukan seberapa besar pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap hal ini.