

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan metode kuantitatif yang dimana memfokuskan pada keterkaitan akan variabel satu sama lain. Penelitian kuantitatif yakni jenis penelitian yang bermaksud guna menjawab pertanyaan yang mengaplikasikan rancangan yang terstruktur, menurut Ratna Wijayanti dkk. (2021). Studi ini mengaplikasikan metode survei, dimana peneliti akan membagikan kuesioner kepada pengguna Handphone Oppo di Kecamatan Yosowilangun guna dapat mengumpulkan data. Dalam melakukan studi ini akan membangun sebuah hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang akan diteliti.

Pada studi ini terdapat variabel independen (item yang dapat memberikan pengaruh) juga variabel dependen (variabel yang diberi dampak oleh item independen). Variabel independen (X) pada studi ini terdiri harga, kualitas produk juga gaya hidup pada item dependen (Y) yang berupa minat beli ulang. Mendapati studi ini mengaplikasikan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut langsung diuji hipotesis dengan ini akan ada dampak antara item independen pada variabel dependen.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini berupa tiga variabel bebas juga terikat. Variabel bebas yang diaplikasikan yakni variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan gaya hidup (X_3) sedangkan yang terdapat pada variabel terikat yakni minat beli ulang (Y).

Pada studi ini subyek yang dipilih yakni para konsumen yang mengaplikasikan handphone Oppo di Desa Munder Kecamatan Yosowilangun. Alasan peneliti guna melakukan penelitian pada pengguna handphone Oppo yakni guna pengetahuan juga pengkajian seberapa besar pengaruh variabel harga, kualitas produk juga gaya hidup pada minat beli ulang handphone Oppo. Adapun yang menjadi pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti guna memilih lokasi ini yakni:

- a. Lokasi yang mudah guna di jangkau dalam melakukan penelitian.
- b. Ketersediaan waktu yang dimiliki dan biaya tak begitu besar dalam melaksanakan proses penelitian di Desa Munder Kecamatan Yosowilangun
- c. Ketersediaan data dan kondisi objek memungkinkan guna dilakukan penelitian di Desa Munder Kecamatan Yosowilangun.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data pada studi yakni data primer dan sekunder. Data primer yakni data yang didapati melalui investigasi lapangan dengan mengaplikasikan semua metode penghimpunan data primer, sedangkan data sekunder yakni data yang sudah dihimpun dan dipublikasikan. (Ratna Wijayanti dkk., 2021b)

Data primer yang diaplikasikan pada studi ini dihimpun dari kuesioner yang diisi oleh responden, yakni pengguna handphone Oppo. Kuesioner berisikan

pernyataan akan pengaruh harga, kualitas produk dan gaya hidup pada minat beli ulang, sedangkan data sekunder berasal dari internet, *literature* serta studi terdahulu yang bersambung akan dampak harga, kualitas produk dan gaya hidup pada minat beli ulang.

3.3.2 Sumber Data

Menurut Dr.Ratna Wijayanti et.,al (2021), sumber data ada 2 yakni data internal juga eksternal. Data internal yakni data yang bersumber akan dalam perusahaan, sedangkan data eksternal yakni data yang bersumber dari luar perusahaan. Jadi sumber data dalam penelitian ini yakni data internal dan eksternal, data internal didapat dari profil perusahaan sedangkan data eksternal dari pengguna handphone Oppo.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Dr.Ratna Wijayanti (2021) Populasi yakni kumpulan semua elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau individu yang menarik perhatian peneliti, sehingga dikatakan sebagai subjek penelitian.

Sedangkan menurut Sugiyono (2015) menyatakan bahwa populasi yakni area generalisasi yang terdiri dari: objek atau subjek yang punya kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari dan kemudian menghasilkan kesimpulan.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yakni warga desa Munder Kecamatan Yosowilangun yang menggunakan handphone Oppo.

3.4.2 Sampel

Menurut Dr. Ratna Wijayanti dkk., (2021) Sampel yakni bagian populasi, yang terdiri dari lebih banyak atau lebih sedikit anggota dari populasi.

Menurut Sugiyono, (2015) sampel yakni sebagian dari populasi dalam hal kuantitas dan karakteristiknya. Dengan populasi yang besar, peneliti tak dapat mempelajari semua karakteristiknya.

Sampel yang dipakai pada penelitian ini yakni pengguna handphone Oppo di desa Munder sebanyak 80 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Menurut Dr. Ratna Wijayanti dkk., (2021) teknik sampling yakni suatu proses yang berguna guna penentuan sampel yang akan diaplikasikan pada penelitian guna menarik hasil tentang keseluruhan populasi penelitian.

Teknik sampling yang diaplikasikan studi ini yakni *Non Probability Sampling* yang mengaplikasikan metode *purposive sampling*. Metode *Non Probability Sampling* yakni sistem pengambilan sampel yang tak memberkan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi guna dipakai sebagai sampel. Sedangkan *purposive sampling* yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Dalam Dr. Ratna Wijayanti, (2021) dari berbagai sumber, seperti Roscoe: 1975, didapati standar umum yang dapat digunakan oleh peneliti guna menentukan ukuran sampel yang diaplikasikan:

1. Ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian.
2. Bila sampel dibagi pada beberapa sub sampel, mendapati minimal 30 bagi setiap sub sampel sudah memadai.
3. Dalam penelitian multivariate, kuantitas sampel diraih senilai 25 kali
4. Item independen. Analisis regresi akan 4 item independen memerlukan kecukupan sampel senilai 100.
5. Analisis SEM, sampel harus setidaknya lima kali kuantitas variabel indikator yang digunakan. Studi dengan dua puluh indikator membutuhkan sampel senilai 100 (5 x 20). Selain itu, pengujian terhadap model SEM chi-square yang sensitif terhadap kuantitas sampel. 100 hingga 200 sampel yakni kuantitas sampel yang memadai.
6. Sampel kurang dari 30 tak dapat diterima guna analisis yang mengaplikasikan statistik parametrik.
7. Penelitian eksperimental dengan perlakuan control eksperimen yang ketat dapat dilakukan dengan sampel yang kecil antara 10-20 sampel.

Rumus Roscoe:

$$R = n \times <10$$

Keterangan :

n : variabel

<10 : dikalikan paling kecil 10

Dari keterangan di atas mendapati perhitungan yakni berupa :

$$R = 4 \times <20$$

Catatan : (<10 diganti menjadi <20)

Hasil perhitungan sampel setelah hasil pembulatan, didapati sampel senilai 80 responden.

Pengambilan sampel ini mengaplikasikan teknik *purposive sampling*, yakni :

- a. Sudah membeli dan mengaplikasikan handphone tersebut.
- b. Usia di atas 17 tahun
- c. Domisili wilayah Desa Munder

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Dr. Ratna Wijayanti., (2021) Variabel yakni sebuah hal sebagai obyek pengkajian studi atau apa yang menjadi perhatian penelitian yang selanjutnya akan dijadikan obyek didalam menentukan tujuan. Variabel yakni factor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang dikaji. Guna memudahkan penelitian berangkat dan bermuara pada tujuan yang jelas, variabel-variabel dalam penelitian ini disusun menjadi dua variabel bebas (independen), yaitu Variabel Harga (X1), Variabel Kualitas Produk (X2), dan Variabel Gaya Hidup (X3). Selain itu, variabel terikat (dependen), yaitu Minat Beli Ulang (Y), ditemukan pada pengguna ponsel OPPO di Lumajang.

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual yakni pengertian yang mendeskripsikan akan konsep yang ada atas mengaplikasikan pemahaman dengan singkat, jelas dan tegas.

a. Harga (X_1)

Konsep harga, nilai, dan manfaat yakni konsep yang berkaitan. Utilitas, menurut Manap (2016), yakni karakteristik yang dimiliki oleh suatu barang yang memungkinkan barang tersebut memenuhi tuntutan, keinginan, dan kepuasan konsumen. Nilai yang disebutkan sebagai alat tukar dalam mata uang disebut harga. Menurut Tjiptono (2019), harga dapat didefinisikan sebagai kuantitas uang (satuan moneter) atau elemen lain (non-moneter) yang punya utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu barang.

b. Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan fitur unik pada produknya sehingga pelanggan dapat memahami produk yang dijual. Kotler dan Armstrong (2018:249) dalam Fauzan et al. (2019) menyatakan bahwa kualitas produk yakni karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi tuntutan konsumen, baik yang dinyatakan maupun tersirat. Kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan yakni tiga hal yang terkait erat. Level kepuasan pelanggan meningkat dengan kualitas produk, yang menghasilkan harga yang lebih murah dan seringkali lebih murah.

c. Gaya Hidup (X_3)

Kotler dan Armstrong dalam Nuriyanto et al. (2019) mengatakan bahwa gaya hidup yakni pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang ditunjukkan oleh kegiatan, minat, dan pendapat mereka. Menurut Kotler dalam Prasetya et al. (2014) mengatakan bahwa tipologi nilai dan gaya hidup (VALS) dari Stanford

Research International digunakan untuk mengklasifikasikan gaya hidup menjadi beberapa kategori, yang termasuk:

- a. *Actualizes* yakni individu yang punya pendapatan paling tinggi dengan sumber daya yang ada mereka sertakan dalam suatu atau semua orientasi diri.
- b. *Fulfilled* yakni individu yang profesional yang matang, bertanggung jawab, dan berpendidikan tinggi.
- c. *Believers* yakni konsumen konservatif, kehidupan mereka berpusat pada keluarga, agama, masyarakat dan bangsa.
- d. *Achievers* yakni individu yang sukses, berorientasi pada pekerjaan, konservatif dalam politik yang mendapatkan kepuasan dari pekerjaan dan keluarga mereka.
- e. *Strivers* yakni Individu –individu dengan nilai yang serupa dengan *achivers* tetapi sumber daya ekonomi, social dan psikologinya lebih sedikit.
- f. *Experiences* yakni konsumen yang berkeinginan besar guna menyukai hal-hal baru.

d. Minat Beli Ulang (Y)

Kemungkinan bahwa seseorang akan tertarik untuk membeli suatu barang disebut minat. Menurut Katubi (2020) menyatakan bahwa pelanggan akan berusaha membeli produk jika mereka menginginkannya dan merasa tertarik untuk memilikinya. Namun, Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa ada dua komponen yang memengaruhi pembelian, yaitu

1. Faktor Intern : yaitu faktor dalam diri konsumen itu sendiri yang meliputi: motivasi, pembelajaran sikap dan kepribadian serta konsep diri.

2. Faktor ekstern : yaitu faktor yang berasal dari luar diri konsumen yang meliputi: budaya dan sub budaya, kelas sosial, kelompok sosial dan kelompok referensi, serta keluarga.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Minat Beli Ulang (Y)

Menurut Priansa (2017), minat beli ulang yakni sikap yang muncul sebagai tanggapan pada sesuatu yang menjadi keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian lagi. Ketika pelanggan menerima tanggapan positif atas tindakan masa lalu mereka, ini akan memberikan penguatan, yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian lagi.

b. Harga (X1)

Menurut Stanton (2004) menyatakan bahwa harga yakni kuantitas nilai yang diberikan kepada konsumen sebagai hasil dari memiliki atau menggunakan produk. Nilai produk tersebut dapat ditetapkan oleh pembeli atau penjual melalui tawar menawar atau oleh penjual dengan harga yang sama untuk semua pembeli. Harga, nilai, dan manfaat yakni konsep yang terkait dalam teori ekonomi. Sebagai nilai tukar, harga didefinisikan sebagai nilai yang disebutkan dalam bentuk mata uang seperti rupiah, dinar, dolar, atau medium moneter lainnya. (Harman Malau, 2017).

c. Kualitas Produk (X2)

Kualitas didefinisikan sebagai kemampuan sebuah produk atau jasa untuk memenuhi tuntutan atau tuntutan pelanggan. Tantangan kompetitif penting yang dihadapi pasar yakni meningkatkan kualitas produk atau jasa. Kualitas produk,

menurut Kotler dan Keller (2014) dalam Ibrahim et., al (2019), yakni karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi tuntutan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:249) dalam Fauzan et., al. (2019), kualitas produk yakni karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi tuntutan konsumen, baik yang dinyatakan maupun tersirat. Tiga hal yang sangat terkait: kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Level kepuasan pelanggan meningkat dengan kualitas, yang mengarah pada harga yang lebih tinggi dan, seringkali, biaya yang lebih rendah.

d. Gaya Hidup (X3)

Gaya hidup adalah suatu pola konsumsi yang mencerminkan individu cara mereka menghabiskan uang dan waktunya. Ekonomi gaya hidup didefinisikan sebagai cara seseorang menempatkan tuntutan, pendapatan, dan waktu mereka serta pilihan mereka untuk memenuhi tuntutan mereka. (Katubi, 2020).

Menurut Ardianti et al. (2023) gaya hidup yakni pola hidup individu dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat yang relevan. Pengukuran gaya hidup meliputi pengukuran terhadap aktivitas, minat, opini, dan demografi yang ada dalam diri konsumen.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, (2014:103) alat guna mengukur fenomena alam dan sosial yang dapat diamati yakni instrument penelitian. Studi ini mengaplikasikan empat alat penelitian, antara lain :

Tabel 3.1 Variabel Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Minat Beli Ulang	Minat transaksi	Saya berminat guna melakukan pembelian ulang di masa mendatang	Ordinal	Ferdinand Tae Augusty, (2006)
		Minat referensial	Saya akan merekomendasikan handphone ini kepada teman atau keluarga		
		Minat preferensi/selera	Saya merasa sangat puas dengan layanan yang diberikan dari produk-produk OPPO		
		Minat eksploratif	Saya merasa fitur-fitur dalam handphone Oppo ini sangat canggih dan mampu bersaing dipasaran.		
2.	Harga	Keterjangkauan harga	Saya merasa harga handphone Oppo sangat terjangkau	Ordinal	Dewi & Suprapti, (2018:90)
		Kesesuaian harga dengan kualitas	Saya merasa harga handphone Oppo sesuai dengan kualitasnya		
		Kesesuaian harga dengan manfaat	Saya merasa harga handphone Oppo sesuai dengan manfaatnya		
		Daya saing harga	Saya merasa harga handphone Oppo dapat bersaing dengan produk sejenis.		

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
3.	Kualitas Produk	Bentuk	Saya merasa puas dengan desain dan estetika handphone Oppo	Ordinal	Fauzan et al., (2019)
		Kinerja	Saya merasa puas dengan kinerja handphone Oppo (kecepatan dan daya tahan baterai)		
		Kesesuaian	Saya merasa puas dengan fitur-fitur yang ditawarkan (kamera, layar dan sistem operasi)		
4.	Gaya Hidup	Kegiatan	Saya merasa fitur-fitur handphone Oppo mendukung dalam aktivitas sehari-hari.	Ordinal	Priansa, (2017)
		Minat	Saya merasa layanan handphone Oppo cocok dengan gaya hidup		
		Pendapat	Saya merasa handphone Oppo selalu memberikan kualitas pengalaman yang terbaik.		

Sumber : Priansa, (2017), ; Fauzan et al., (2019); Sulistyan et al., (2023)

3.6.1 Skala Pengukuran

Skala ordinal yang diaplikasikan guna perbedaan data dan menyertakan komponen pemeringkatan, yakni pendekatan skala yang diaplikasikan pada studi ini. Berikut penjelasan tentang skala dan skor ordinal :

Tabel 3.2 Skala Ordinal

No	Pernyataan	Nilai
1.	Setuju, selalu, sangat positif, sangat baik	5
2.	Setuju, sering, positif, baik	4
3.	Ragu-ragu, kadang-kadang, kurang setuju, cukup baik	3
4.	Tak setuju, tak pernah, negative, tak baik	2
5.	Sangat tak setuju, sangat negative, sangat tak baik	1

Sumber : Sugiyono (2015:136)

3.7 Metode Penghimpunan Data

3.7.1 Observasi

Menurut Sugiyono, (2015) Jika dibandingkan dengan metode penghimpunan data lainnya, seperti wawancara dan survey, observasi ini menawarkan kualitas yang unik. Ketika meneliti perilaku manusia, proses kerja, kejadian alam atau ketika responden yang diamati terlalu banyak, diaplikasikan pendekatan penghimpunan data berdasarkan pengamatan. Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap mereka pengguna handphone Oppo di Lumajang.

3.7.2 Kuisisioner

Kuisisioner yakni metode penghimpunan data dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan yang nanti akan ditanggapi oleh responden yang mengisinya. Peneliti berharap dengan memberikan kuisisioner ini kepada masyarakat pengguna Oppo di Lumajang dapat memperoleh informasi terpercaya mengenai harga, kualitas produk, gaya hidup terhadap minat beli ulang handphone Oppo. Metode penilaian

data akan memberikan skor pada setiap tanggapan terhadap pertanyaan - pertanyaan dalam kuisioner.

Peneliti menilai setiap tanggapan guna setiap variabel guna mengukur data. Penelitian ini, peringkat ditentukan yang mengaplikasikan skala likert. Menurut Sugiyono, (2015) skala likert diaplikasikan guna mengukur pandangan, sikap, juga pandangan individu atau kelompok terhadap fenomena social. Berikut ini tabel skala likert :

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Pernyataan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016:135)

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Sugiyono, (2015) Sebelum melakukan pengujian hipotesis, kuesioner harus diuji guna validitas dan kredibilitas. Ini yakni asumsi dasar bahwa data yang dihimpun dari kuisioner harus valid dan kredibel agar pengujian hipotesis tahap berikutnya dapat dilakukan.

a. Uji Validitas

Prof.Dr.Sugiyono, (2015) Validitas yakni derajat ketepatan antara data yang dilaporkan oleh peneliti dan data yang sebenarnya terjadi pada subjek studi. Sedangkan menurut Dr. Ratna Wijayanti, (2021) Uji validitas atau kesalahan

dilakukan guna mengetahui seberapa baik kuisisioner dapat mengumpulkan data atau informasi yang dibutuhkan.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Dr. Ratna Wijayanti et.,al (2021) Uji reliabilitas atau keandalan dilakukan guna mengetahui seberapa tepat kuisisioner menyajikan temuan yang sama jika diuji lagi terhadap subjek yang sama dimasa berbeda. Menurut Slamet Riyanto, (2020) reliabilitas yakni ketepatan atau keajegan alat tersebut dalam mengukur apa yang diukurnya; dengan kata lain, kapan pun alat tersebut digunakan, akan memberikan hasil ukur yang sama.

Untuk menilai reliabilitas, koefisien Alpha Cronbach dapat digunakan. Indeks kriteria reliabilitas disusun dalam tabel, yang terdiri dari:

Tabel 3.4 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Level Reliabilitas
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

Menurut Kurniawan, (2014) Studi ini mengaplikasikan alat analisis regresi berganda dimana perlu mengenali asumsi yang dikira tersebut tak terpenuhi, mendapati temuan analisis mungkin tak sama akan kenyataan. Slamet Riyanto, (2020) Uji Asumsi Klasik yakni uji persyaratan yang digunakan untuk uji regresi mengaplikasikan metode estimasi *Ordinal Least Square* (OLS). Jika hasilnya

memenuhi asumsi, uji asumsi klasik akan memberikan hasil *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Jika hasilnya tidak memenuhi kriteria asumsi, model regresi yang diuji akan memberikan makna bias, yang membuatnya lebih sulit untuk diinterpretasikan. Uji asumsi klasik pada umumnya ada 4 (empat), yakni uji normalitas, uji autokorelasi uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Slamet Riyanto (2020) menyatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Temuan uji normalitas mendapati akan distribusi normal terjadi karena uji t dan F menganggap bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi yakni untuk menentukan apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$) dalam metode regresi linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bermaksud guna pengetahuan akan model regresi menemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen) dan variabel bebas lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak menemukan korelasi antara variabel independen. Dalam model regresi, tidak ada multikolinieritas antara variabel independen jika nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

d. Uji heterokedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas yakni untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan dalam variasi model regresi antara residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Heterokedastisitas sering ditunjukkan dalam data silang di tempat daripada data runtut waktu. Apabila gambar uji heteroskedastisitas mendapati pola titik yang membentuk pola konstan yang mendapati bergerombol, melebar, dan menyempit, ini mendapati akan heteroskedastisitas telah muncul.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yakni teknik analisis yang digunakan untuk mengukur ketepatan prediksi pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Persamaan dasar analisis regresi linier berganda yakni sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = item dependen minat beli ulang

b_1, b_2 & b_3 = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = item harga

X_2 = item kualitas produk

X_3 = item gaya hidup

e = Error

Salah satu dari tiga variabel independen kualitas produk, harga, dan gaya hidup yang berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu minat beli ulang, dapat diidentifikasi dengan menggunakan analisis regresi berganda. Selain itu, analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk menentukan seberapa besar

keterkaitan antara masing-masing dari variabel independen dengan variabel independen lainnya.

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis guna mengetahui pengaruh dengan parsial maupun signifikan antara variabel independen yakni harga (X_1), kualitas produk (X_2), gaya hidup (X_3) pada variabel dependen yakni minat beli ulang (Y).

a. Uji t (parsial)

Menurut Slamet Riyanto, (2020), Uji t dimaksudkan guna mendapati factor independen (harga, kualitas produk, gaya hidup) berdampak dengan parsial atau bersamaan pada variabel dependen (minat beli ulang) Menurut Berikut yakni prosedur yang harus diambil guna menguji teori:

1) Hipotesis Pertama

H_1 : Harga berpengaruh positif signifikan pada minat beli ulang handphone OPPO.

2) Hipotesis Kedua

H_2 : Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan pada minat beli ulang handphone OPPO.

3) Hipotesis Ketiga

H_3 : Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan pada minat beli ulang handphone OPPO.

4) Studi ini mengaplikasikan level signifikan α senilai 5%.

5) Menentukan kriteria pengujian :

a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan $\alpha < 0,05$ mendapati dan H_0 diterima (berpengaruh).

b) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan $\alpha < 0,05$ mendapati dan H_α ditolak (tak berpengaruh).

6) Menentukan nilai t_{tabel} :

Nilai t_{tabel} bisa didapat akan observasi *table statistic* akan level signifikan α senilai 0,05 serta derajat kebebasan $df = n-k$ dengan mengaplikasikan uji 2 sisi (n yakni kuantitas data dan k yakni kuantitas variable independen).

7) Membuat kesimpulan yang mengkorelasi t_{hitung} akan t_{tabel} guna pengetahuan level signifikan.

b. Uji f (Uji Simultan)

Uji f diaplikasikan guna membuktikan apakah variabel independen yakni harga, kualitas produk, dan gaya hidup pada variabel dependen yakni minat beli ulang berpengaruh dengan bersamaan yang dikaji atas cara signifikan. Adapun hipotesisnya yakni berupa :

1) Merumuskan hipotesis

H_4 : Harga, kualitas produk, dan gaya hidup berpengaruh secara simultan pada minat beli ulang Handphone Oppo Di Lumajang.

2) Kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka hipotesis diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka hipotesis ditolak

3) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil f_{hitung} dengan f_{tabel} .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menurut Slamet Riyanto, (2020) menyatakan bahwa guna mengetahui apakah terdapat level ketepatan yang baik akan pengkajian regresi dengan hal ini dapat ditunjukkan akan nilai koefisien determinasi (R^2) dari 0 (nol) sampai 1 (satu).

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil mendapati akan kekuatan item bebas (independen) akan mendeskripsikan item terikat (dependen) sangat terbatas. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi (R^2) yang besar dan mendekati 1 maka variabel bebas (independen) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan guna memprediksi variasi variabel terikat (dependen).

Koefisien determinasi (R^2) pada studi ini yakni guna mencari besarnya dampak dari item independen yakni harga, kualitas produk, dan gaya hidup pada item dependen yakni minat beli ulang handphone Oppo di Lumajang.