

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Deskripsi Penelitian

Menurut Kuncoro (2009:10), penelitian ilmiah adalah aplikasi secara formal dan sistematis dari metode ilmiah untuk mempelajari dan menjawab permasalahan. Berdasarkan metode penelitian yang dilakukan, penelitian dapat diklasifikasikan menjadi penelitian historis, penelitian deskriptif, penelitian korelasional, penelitian kausal komparatif dan penelitian eksperimental.

Jenis penelitian ini adalah kausal komparatif. Penelitian kausal komparatif adalah penelitian yang menyelidiki hubungan sebab akibat melalui pengamatan terhadap hal yang sudah terjadi dan menegok ulang data yang ada (Azwar, 2010:9). Menurut Kuncoro (2009:15) studi kausalitas adalah studi penelitian yang menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, disamping mengukur kekuatan hubungannya.

Penelitian ini bertujuan agar peneliti dapat menganalisis dengan tepat pengaruh antara gaya hidup dan persepsi terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini menggunakan satu atau lebih variabel dan menguji hubungan sebab akibat dari variabel bebas dan terikat (Maholtra *et al*, 2008:69,74)

Selain itu, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2010:5). Data penelitian diperoleh dari kuisisioner yang dibagikan kepada responden.

B. Populasi dan sampel

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu. Anggota populasi adalah elemen populasi. Unit yang dianalisis dapat berupa individu, organisasi atau juga produk perusahaan (Indriantoro & Supomo, 2009:115). Menurut Kuncoro (2009:123) elemen dapat dianalogikan sebagai unit analisis, sepanjang pengumpulan data untuk penelitian bisnis dilakukan hanya kepada responden.

Jumlah populasi toko Conter Jeans setiap bulannya diperkirakan sebanyak 600 orang. Didapatkan dari jumlah pembeli/*buyer* setiap harinya ada 20 orang, sehingga dalam satu bulan jumlah konsumen toko Conter Jeans ada 600 orang.

Sampel adalah himpunan dari unit populasi yang diharapkan mampu mewakili jumlah dari populasi penelitian. Metode pemilihan sampel ini yaitu dengan *non probability sampling*, yaitu *convenience sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. (Sugiyono, 2009:66). Teknik *convenience sampling* merupakan bagian dari *non probability sampling*, yaitu prosedur atau cara untuk mendapatkan unit sampel menurut keinginan peneliti (Kuncoro, 2009:138).

Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin karena ukuran populasi sudah diketahui dengan pasti Umar (2008:78). Berikut adalah rumus slovin :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = taraf kesalahan 10%

Maka dapat dihitung jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu:

$$\begin{aligned} N &= 600 / 1 + 600(0.1)^2 \\ &= 85.71 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan sampel menunjukkan sebanyak 85,71 orang, maka jumlah orang tersebut dibulatkan sehingga diperoleh jumlah sampel 86 orang.

C. Metode pengumpulan data

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuisisioner yang dibagikan kepada 86 responden. Kuisisioner menggunakan skala Likert 1-5. Skala Likert adalah dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai perilaku, objek, orang atau kejadian (Kuncoro, 2009:178). Pertanyaan dalam kuisisioner dijawab oleh responden berdasarkan kesetujuan atau ketidak setujuan

Berikut adalah penyusunan skala Likert :

Sangat setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Tidak setuju	= 2
Sangat tidak setuju	= 1

Skala Likert menggunakan ukuran data interval, dimana cara pengukuran skala Likert adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban (Kuncoro, 2009). Skala Likert menggunakan pernyataan dalam beberapa respons alternatif (sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju). Sehingga skala ini dapat menunjukkan secara jelas tentang pendapat dan sikap responden mengenai isu yang dipertanyakan.

D. Variabel penelitian

1. Keputusan pembelian (Y)

Setiap konsumen selalu membuat keputusan saat mereka akan memutuskan untuk membeli sesuatu produk (Amstrong & Kotler, 2007). Keputusan pembelian dapat didefinisikan sebagai preferensi yang dibentuk oleh konsumen atas objek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai. Penelitian ini akan menggunakan indikator dari segi gaya hidup dan persepsi. Pengukuran kuisioner menggunakan skala Likert 1-5 yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Untuk itu keputusan pembelian akan diukur melalui:

- a. Keputusan pembelian berdasarkan gaya hidup
- b. Keputusan pembelian berdasarkan persepsi

2. Gaya hidup (X_1)

Pola kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, ketertarikan, dan opini orang tersebut. Orang-orang yang datang dari kebudayaan, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Menurut (Kotler, Amstrong, 2008) “sikap tertentu yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu objek tertentu (misalnya merek suatu produk) bisa mencerminkan gaya hidupnya”.

Rocha *et al* (Hsu dan Chang, 2008) mengatakan “*Emphasised the importance in understanding behavioural preference in fashion and clothing consumption based on physical, identity, and lifestyle dimentions in targeting consumers*” Kecenderungan perilaku konsumen dalam memilih mode pembelian baju berdasarkan pada keadaan fisik, identitas, dan dimensi gaya hidup mereka. Jadi menurut pernyataan-pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengukuran kuisisioner menggunakan skala Likert 1-5 yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah psikografi, yaitu faktor gaya hidup. Gaya hidup dapat diukur dengan pengukuran *AIO* (*activities, interest, and opinion*). Kegiatan, ketertarikan dan pendapat tentang konsumen menjadi dapat variabel keputusan pembelian konsumen. Menurut Joseph Plummer (dalam Kasali, 2007) pengukuran terhadap gaya hidup dapat diukur melalui:

- a. *Activity*, mengukur aktivitas, bagaimana konsumen menghabiskan waktunya.

- b. *Interest*, ketertarikan, bagaimana konsumen memilih dan memprioritaskan.
- c. *Opinion*, pandangan/ pendapat, bagaimana konsumen merasakan dan berpendapat.

3. Persepsi (X_2)

Seseorang yang termotivasi siap untuk melakukan suatu perbuatan. Bagaimana seseorang yang termotivasi berbuat sesuatu adalah dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi yang dihadapinya.

Sedangkan menurut Schiffman & Kanuk (2007:137) persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Seseorang dapat membentuk berbagai macam persepsi yang berbeda dari rangsangan yang sama. Oleh karena itu, persepsi berpengaruh yang sangat penting terhadap keputusan pembelian, untuk itu persepsi akan diukur melalui:

- a. Mutu kualitas produk pakaian.
- b. Model *up to date*.
- c. Harga yang terjangkau dan bersaing.

E. Uji validitas dan reliabilitas

Sebuah penelitian dikatakan *valid* apabila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur (Kuncoro, 2009:172). Penelitian ini diukur dengan melihat nilai *pearson corellation* antara indikator variabel dengan totalnya dimana batas toleransi $\alpha= 0,05$ (5%). Apabila nilai

signifikan lebih kecil dari tingkat kesalahan yang ditoleransi (α), maka indikator tersebut *valid* (Lacobucci & Churchill, 2010:107).

Suatu alat dapat dikatakan reliabel apabila menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari satu skala pengukuran. Perbedaan antara validitas dan reliabilitas ada pada fungsinya, jika validitas menekankan pada ketepatan sebaliknya reliabilitas menekankan pada konsistensi. Reliabilitas ini dapat diukur dengan menggunakan dua cara yaitu dengan menggunakan *construct reliability* dan *cronbach alpha* (Kuncoro, 2009:175). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan tes *cronbach alpha* yang diaplikasikan melalui program SPSS. Nilai *cronbach alpha* yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 berarti diterima, dan jika diatas 0,8 berarti baik. Oleh karena itu, suatu indikator dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* diatas 0,6 dan *cronbach alpha if item deleted* untuk semua indikator harus lebih kecil dari *cronbach alpha* yang dihasilkan (Priyatno, 2009:172).

F. Analisis data

Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Kuncoro (2009:230) mengatakan bahwa regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y) dengan berdasarkan dua atau lebih variabel independen (X). Permasalahan yang dibahas yaitu sejauh mana pengaruh gaya hidup (X_1) dan persepsi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan menggunakan analisis regresi berganda karena variabel dependen dipengaruhi dua

variabel independen. Formulasi regresi linier berganda menurut Sugiyono (2009:261):

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

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi X_1

X_1 = Gaya hidup

β_2 = Koefisien regresi X_2

X_2 = Persepsi

ε = Residual

Suatu perhitungan statistik dianggap signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (H_0 ditolak). Dalam analisis regresi terdapat tiga jenis kriteria ketepatan yaitu :

1. Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel terikat. Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka menggunakan uji statistik F dengan *level of significant* (α) yaitu sebesar 0,05 dan ketentuan hasil sebagai berikut (Kuncoro, 2009:240):

- a. Nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka variabel bebas secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Uji t (parsial)

Uji t pada dasarnya untuk membandingkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. H_0 diuji apakah sama dengan nol. Maksudnya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, maka menggunakan uji statistik t dengan *level of significant* (α) sebesar 0,05 (Kuncoro, 2009:238):

- a. Nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka tidak adanya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.
- b. Nilai signifikansi $< 0,05$, menunjukkan adanya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

3. Koefisien determinasi

Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap naik atau turunnya variabel dependen. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2007:213), dalam analisis korelasi (r) terdapat suatu angka yang disebut koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat koefisien korelasi (r^2).

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel independent terhadap variasi variabel dependen dalam satuan persentase.

Analisis regresi berganda akan disebut baik jika memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk membuktikan kebenaran hipotesis. Uji asumsi klasik merupakan uji validitas atas model regresi yang meliputi uji autokorelasi, normalitas, heterokedasitas, dan multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah sebuah data berdistribusi normal atau tidak. Dalam analisis regresi, uji ini digunakan untuk mengetahui apakah residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji yang dilakukan untuk melihat normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (Santoso, 2007:154). Hipotesis untuk pengujian ini adalah:

H_0 : Residual berdistribusi normal.

H_1 : Residual tidak berdistribusi normal.

Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima artinya residual berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada atau tidak hubungan korelasi antara residual pada runtut waktu tertentu. Uji yang digunakan adalah uji Durbin Watson. Hipotesis untuk pengujian ini adalah

H_0 : tidak ada autokorelasi.

H_1 : terjadi korelasi.

Jika nilai *Durbin-Watson* berkisar 1,55 sampai 2,46 dikatakan tidak terdapat autokorelasi. (Priyatno, 2009:158).

Tabel 3.1

Pengukuran Autokorelasi

Durbin Watson	Kesimpulan
Kurang dari 1,10	Ada autokorelasi
1,10 sampai dengan 1,54	Tanpa kesimpulan
1,55 sampai dengan 2,46	Tidak ada autokorelasi
2,47 sampai dengan 2,90	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,90	Ada autokorelasi

Sumber : Algifari dalam (Sukardi, 2008)

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat variansi kesalahan bersifat konsisten atau tidak, hal ini dapat dilihat melalui *plot* antara residual dengan prediksinya. Jika *plot* tersebut membentuk pola tertentu atau teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya apabila Hasil *plot* atau titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, uji Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan absolut residual

sebagai variabel terikat (Priyatno, 2009:160). Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikansi semua variabel pada uji $t > 0,05$. Model regresi yang baik adalah jika tidak ditemukan adanya heterokedastisitas (Sunyoto, 2009:82).

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan linear antar variabel bebas. Dalam model regresi tidak seharusnya terjadi hubungan diantara variabel bebas. Untuk melihat terjadi atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 atau VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Priyatno, 2009:156).