

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu dan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Peneliti menggunakan metode penelitian asosiatif atau penelitian berdasarkan hubungan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi, *brand reputation*, dan *hedonism lifestyle* terhadap keputusan pembelian iPhone mahasiswa di Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2018). Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya (Suryabrata, 2017). Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian adalah mahasiswa Bandar Lampung yang telah membeli iPhone.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan metode survei. Metode survei merupakan

suatu hal yang mempelajari dalam proses pengambilan sampel unit individu dari suatu populasi dan teknik terkait pengumpulan data survei, seperti pembuatan kuesioner dan metode untuk meningkatkan jumlah dan akurasi tanggapan dalam survei. Metode ini mencakup instrumen atau prosedur yang berisikan satu atau lebih pertanyaan yang mungkin atau mungkin tidak dijawab.

Instrument atau alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner. Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk tujuan mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner dapat dianggap sebagai semacam wawancara tertulis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada masyarakat Kota Bandar Lampung yang menggunakan *iphone*. Jenis kuesioner tersebut adalah pertanyaan terstruktur dan pertanyaan tidak terstruktur. Pertanyaan terstruktur adalah pertanyaan yang jawabannya telah ditentukan sebelumnya, sehingga responden cukup memilih jawaban yang telah disediakan pada pertanyaan tersebut. Sebaliknya, pertanyaan tidak terstruktur adalah daftar pertanyaan yang memberi kebebasan kepada responden untuk menjawab pertanyaan itu dengan cara yang bebas, menurut pengertiannya sendiri, menurut logikanya sendiri, dengan memakai istilah dan gaya bahasanya sendiri. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala interval. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu Untuk menyaring terhadap data tersebut, maka disediakan lima alternatif jawaban dengan masing-masing skor sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

SS	Sangat Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Lupiyoadi (2017)

Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam suatu penelitian, populasi yang dipilih mempunyai hubungan yang erat dengan masalah yang diteliti. Populasi atau universe adalah jumlah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun & Effendi, 2019). Menurut Sugiyono, (2019) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Ridwan dalam Buchari Alma (2017) Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Melihat pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Bandar Lampung yang telah membeli iPhone

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti Riduwan, (2015). Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Dalam penelitian ini penulis menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan atau metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan karaktersitik yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini menggunakan beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki rentang usia minimal 18 Tahun
2. Telah menggunakan *iphone* lebih dari 6 bulan.

Menurut Roscoe dalam bukunya *Research Methods For Business*, 1982 (dalam Sugiyono, 2011) mengemukakan beberapa saran dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian seperti berikut:

1. Pada sebuah penelitian ukuran sampel yang layak adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Apabila sampel ditentukan berdasarkan kategori (misalnya, pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah penetapan sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya,) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah butir pernyataan/pertanyaan pada variabel yang diteliti. Jumlah butir pernyataan/pertanyaan variabel dalam penelitian ini adalah 14 butir pernyataan, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak $14 \times 10 = 140$.

Berdasarkan penentuan jumlah sampel di atas, maka diperoleh sampel dalam penelitian sebanyak 140 orang. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan bantuan kuesioner yang diberikan langsung kepada responden. Adapun rentang waktu pengambilan data adalah 10 Hari dari tanggal 22 November 2022 hingga 02 Desember 2022.

3.4 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa variabel independen (bebas) adalah variabel stimulus, atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel ini merupakan yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan dengan suatu gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah inovasi produk (X1), *brand reputation* (X2), dan *hedonism lifestyle* (X3).

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah keputusan pembelian

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Oprasional	Indikator	Skala
Inovasi produk (X ₁)	Menurut Hubeis (2016) ,inovasi diartikan sebagai suatu proses yang integrasi dan dinamis, berdasarkan iptek dan system.	Inovasi adalah memodifikasi dan memperbaiki fitur yang lama.	1. Kualitas fitur 2. Varian fitur 3. Gaya dan desain fitur Sumber: Kotler dan Armstrong (2018)	Interval
Brand Reputation (X ₂)	<i>Brand reputation</i> adalah penilaian umum tentang merek yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan, dimana merek tersebut membawa nama perusahaan (Dick, Cakravarty dan Biehal, 2018)	<i>Brand reputation</i> adalah penilaian publik tentang suatu merek baik produk atau jasa yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dan merupakan penghargaan yang didapat oleh suatu perusahaan karena adanya keunggulan– keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut.	1. Nama baik, 2. Reputasi dibanding pesaing, 3. Dikenal luas, dan 4. Kemudahan diingat Sumber: Selness (2018).	Interval
Hedonism lifestyle (X ₃)	Menurut Susianto (2019) <i>hedonism lifestyle</i> adalah pola hidup yang mengarahkan pada semua aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan hidup.	<i>Hedonism lifestyle</i> adalah pola dimana seseorang hidup dan menghabiskan waktu serta uang.	1. Aktivitas (<i>activity</i>) 2. Minat (<i>interest</i>) 3. Opini (<i>Opinion</i>) Sumber: Kotler dan Armstrong (2018)	Interval
Keputusan pembelian (Y)	Schiffman dan Kanuk (2016) mengatakan keputusan pembelian ialah kegiatan memilih dari suatu tindakan berdasarkan berdasarkan dua atau lebih alternatif.	Keputusan pembelian yaitu sebuah proses atau tahapan yang dilalui konsumen dalam memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian yang berawal dari pengenalan produk, pemilihan dari beberapa alternatif hingga terjadinya keputusan pembelian.	1. Kemantapan pada sebuah produk, 2. Kebiasaan dalam membeli produk, 3. Kecepatan dalam membeli produk, 4. Melakukan pembelian ulang Sumber: Kotler dan Armstrong (2018)	Interval

Sumber : Data Diolah, 2023

3.6 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji kelayakan instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Fungsi dari uji validitas adalah untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian instrument. Dalam pengujian validitas *product moment pearson correlation* instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi 95% atau $\alpha = 0,05$, pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21.

1. Prosedur pengujian :

Ho : Instrumen valid

Ha : Instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan :

Ho : Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka Instrumen dinyatakan valid

Ha : Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka Instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 21. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,0000	SangatTinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2015)

3.7 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji Normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametric. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif atau belum, sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini peneliti dibantu oleh program SPSS versi 21. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H₁ : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal.

2. Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Sig < 0.05 maka Ho ditolak (distribusi sampel tidak normal)

Apabila Sig > 0.05 maka Ho diterima (distribusi sampel normal)

3.8.2 Uji Linieritas Sampel

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau pun regresi linier. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 21, dengan melihat tabel Anova atau sering disebut *Test for Linearity*. Berikut ini prosedur pengujian.

1. Rumusan Hipotesis

Ho = Model regresi berbentuk linear.

H₁ = Model regresi tidak berbentuk linear.

2. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka Ho diterima.

Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 21. Batas dari *tolerance value* > 0,1 atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinearitas
Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinearitas
2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 maka ada gejala multikolinearitas
Jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinearitas
3. Penjelasan kesimpulan

3.8 Metode Analisis Data

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen yaitu inovasi produk, *brand reputation*, dan *hedonism lifestyle* yang mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 21. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

β = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X1 = Variabel independen (Inovasi Produk)

X2 = Variabel independen (*Brand Reputation*)

X3 = Variabel independen (*Hedonism Lifestyle*)

3.9 Pengujian Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya.

1. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Bandar Lampung

Ha: inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Bandar Lampung

2. Pengaruh *Brand Reputation* Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: *brand reputation* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Bandar Lampung

Ha: *brand reputation* berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Bandar Lampung

3. Pengaruh *Hedonism Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: *hedonism lifestyle* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Bandar Lampung

Ha: *hedonism lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Bandar Lampung

Kriteria pengujian:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis

3.10.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dengan uji serentak atau uji model/uji anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya

Pengaruh *Inovasi Produk, Brand Reputation, Dan Hedonism Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian

Ho: inovasi produk, *brand reputation*, dan *hedonism lifestyle* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Bandar Lampung

Ha: inovasi produk, *brand reputation*, dan *hedonism lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian iPhone di Bandar Lampung

Kriteria pengujian:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis