

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Suliyanto (2018) penelitian merupakan proses pemeriksaan yang bertujuan untuk memecahkan persoalan, baik persoalan yang mudah maupun persoalan teoritis yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Winarni (2018) penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistic tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu Gaya Hidup sebagai variabel independen (X1), Harga sebagai variabel independen (X2), dan Kepercayaan Merek sebagai variabel independen (X3), Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen (Y).

3.2 Sumber Data

Menurut Suliyanto (2018) data ialah bahan mentah dari informasi, sehingga informasi merupakan hasil dari pengelolaan data yang dapat digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan bagi penerimanya. Informasi yang diperoleh berdasarkan hasil analisis data yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah data primer

3.2.1 Data Primer

Menurut Suliyanto (2018) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Cara memperoleh data primer dapat dilakukan seperti pengisian kuesioner yang dilakukan antara penulis dan narasumber dan mewawancarai pihak-pihak yang terkait dengan tujuan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian meliputi data mengenai Gaya Hidup, Harga, Kepercayaan Merek. dan Keputusan Pembelian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dalam bentuk angket atau kuesioner. Menurut Suliyanto (2018) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada narasumber agar narasumber dapat memberikan jawabannya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval. Berikut tabel skala interval pada penelitian ini:

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2018.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas serta karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen online maupun offline yang telah melakukan pembelian sepatu thrift di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti/diobservasi dan dianggap dapat menggambarkan keadaan atau ciri populasi. Menurut Sugiyono (2019) *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Pada *purposive sampling* ini, peneliti akan menentukan kriteria yang memenuhi persyaratan pada penelitiannya, sampel yang terbatas pada jenis audiens atau pun komunitas tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan (Sekaran &

Roger, 2017). Pada penelitian ini dalam menentukan jumlah sampel menurut Hair et al (2017) yaitu :

$$(\text{Jumlah Indikator} + \text{Jumlah Variabel Laten}) \times (5 \text{ sampai } 10 \text{ kali})$$

Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\text{Sampel maksimal} = (19 + 4) \times 5 = 115 \text{ Responden}$$

Jadi dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 115 responden konsumen pada pembelian sepatu thrift di Bandar Lampung.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Suliyanto (2018) variabel merupakan karakteristik objek penelitian yang nilainya bervariasi dari satu subjek ke subjek lainnya. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas atau independen dan variabel terikat (dependen).

3.5.1 Variabel Bebas (Independent)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya nilai variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu Gaya Hidup (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan Merek (X3).

3.5.2 Variabel Terikat (Dependent)

Variabel terikat merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variasi variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel menurut Suliyanto (2018) merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diaminati.

Definisi operasional variabel dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi operasional	Indikator	Skala
Gaya Hidup	Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan minat dan opini dari seseorang (activities, interest, dan opinions). (Sumarwan, 2011)	Gaya hidup merupakan bagian sekunder dari manusia yang bisa berubah didasari oleh lingkungan sekitar pada tindakan tertentu	1) Activities (kegiatan) 2) Interest (minat) 3) Opinion (opini)	Interval
Harga	Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam mengambil keputusan untuk membeli (Andy,2018)	Harga merupakan nilai produk yang berpengaruh terhadap keuntungan produsen.	1) Kesesuaian harga dengan manfaat produk 2) Keterjangkauan harga 3) Daya saing harga 4) Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Interval
Kepercayaan Merek	Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Mamahit et al., 2015)	Kepercayaan merek merupakan kemauan konsumen untuk mempercayai dan merasa aman pada suatu merek dengan segala risikonya.	1) Kehandalan 2) Kejujuran 3) Kepedulian 4) Kredibilitas	Interval
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian konsumen ialah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor berada antara niat pembeli dan keputusan pembelian (Mongisi et al, 2019)	Keputusan Pembelian merupakan sebuah proses konsumen untuk membeli produk di antara beberapa alternatif pada toko sepatu thrift di Bandar Lampung	1) Keputusan tentang jenis produk 2) Keputusan tentang karakteristik produk 3) Keputusan tentang merek 4) Keputusan tentang penjualan 5) Keputusan tentang jumlah produk	Interval

			6) Keputusan tentang waktu pembelian 7) Keputusan tentang cara pembayaran 8) Keputusan tentang pelayanan	
--	--	--	--	--

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Suliyanto (2018) mengatakan penelitian pada dasarnya sebuah proses pengukuran terhadap variabel yang diteliti, sehingga kualitas penelitian sangat tergantung kepada alat ukur yang digunakan. Dalam penelitian ini, uji persyaratan instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Berdasarkan Suliyanto (2018) uji validitas merupakan tingkat ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Instrumen penelitian yang valid artinya instrumen tersebut mampu mengukur apa yang harus diukur dengan tepat dan cermat atau dapat memberikan informasi tentang nilai variabel yang diukur. Instrumen dikatakan valid jika mempunyai nilai signifikansi korelasi r dari 95% atau $\alpha = 0,05$.

Prosedur pengujian :

Ho: Instrumen valid

Ha: Instrumen tidak valid

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

Menurut Suliyanto (2018) uji reliabilitas merupakan kemampuan alat ukur untuk menghasilkan pengukuran yang dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat

dipercaya apabila beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama meskipun tetap ada toleransi bila terjadi perubahan. Uji reliabilitas dapat dilakukan bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan-pertanyaan kuesioner. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama. Hasil penelitian yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan metode Alpha Cronbach. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

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

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Sugiyono (2012) mengatakan bahwa statistic parametris mempunyai syarat bahwa setiap variabel yang akan dianalisis wajib didistribusikan secara normal, untuk itu sebelum melakukan pengujian hipotesis harus dilakukan untuk kedua variabel yang akan diteliti dan di distribusi normal apabila tingkat Sig . $> 0,05$.

Rumusan Hipotesis

Ho : data berasal populasi berdistribusi normal

Ha : data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Kriteria pengambilan keputusan :

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

Jika Probabilitas (Sig.) $< 0,05$ maka Ho ditolak

3.8.2 Uji Linearitas

Uji linearitas berguna untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji linearitas pada penelitian ini penulis menggunakan SPSS.

Rumusan hipotesis :

Ho : model regresi berbentuk linear

Ha : Model regresi tidak berbentuk linear

Kriteria pengambilan keputusan :

Jika probabilitas (Sig.) $>$ maka Ho diterima

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

3.9 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode analisis data dalam suatu proses pengumpulan data berdasarkan variabel dan responden dan berdasarkan variabel seluruh responden, maka disajikan data tiap variabel yang diteliti dan melakukan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan.

3.9.1 Regresi Linear Berganda

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Gaya Hidup (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan Merek (X3) yang mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y) maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan metode program SPSS. Rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Nilai estimasi Keputusan Pembelian (Y)

X1 = Nilai variabel Gaya Hidup (X1)

X2 = Nilai variabel Harga (X2)

X3 = Nilai variabel Kepercayaan Merek (X3)

b1b2 = Koefisiensi regresi (X1,X2)

e = Variabel Pengganggu

Rumusan Hipotesis

Ho : Gaya Hidup, Harga dan Kepercayaan Merek tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Ha : Gaya Hidup, Harga dan Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

3.10 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan Uji-T dan Uji-F. berikut penjelasan dari masing-masing analisis data :

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh Gaya Hidup (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho : Gaya Hidup (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Thrift di Bandar Lampung

Ha : Gaya Hidup (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Thrift di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai t hitung > t table maka Ho ditolak

Jika nilai t hitung < t table maka Ho diterima

Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho : Pengaruh Harga (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Thrift di Bandar Lampung

Ha : Pengaruh Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Thrift di Bandar Lampung

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka Ho ditolak

Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka Ho diterima

Pengaruh Kepercayaan Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho : Pengaruh Kepercayaan Merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Thrift di Bandar Lampung

Ha : Pengaruh Kepercayaan Merek (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Thrift di Bandar Lampung

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai $t >$ tabel maka Ho ditolak

Jika nilai $t <$ tabel maka Ho diterima

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

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

Pengaruh Gaya Hidup (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho : Gaya Hidup (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan Merek (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Thrift di Bandar Lampung

Ha : Gaya Hidup (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan Merek (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Thrift di Bandar Lampung

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut :

Jika nilai f hitung $>$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai f hitung $<$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak