

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian yang dilakukan, peneliti ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yang dinyatakan pada satuan angka yang kemudian akan dianalisis dengan menggunakan teknik statistik. Dalam metode penelitian kuantitatif tujuannya agar dapat mengembangkan juga menggunakan suatu model matematis, teori, serta hipotesis yang berhubungan dengan fenomena yang dapat diartikan sebagai sebuah metode yang dianggap berlandaskan filsafat yang positivisme yang dapat digunakan seorang peneliti untuk meneliti di populasi dan sampel tersebut dengan tujuannya untuk menguji hipotesis yang peneliti sudah tetapkan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Kausalitas yang dimana kausalitas yaitu sesuatu penelitian yang mencari suatu hubungan sebab akibat antara satu variabel independen (variabel bebas) dimana Gaya Hidup *Brand Minded* (X1) serta Citra Merek (X2) dan dengan variabel dependen (variabel terikat) adalah Keputusan Pembelian (Y)

#### **3.2 Sumber Data**

##### **3.2.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang di dapatkan dari sumber pertama baik itu ataupun dari perseorangan individu, misalnya : dari hasil pengisian kuisisioner yang biasanya dilakukan oleh seorang peneliti. Jenis data yang sudah diperoleh langsung dari pengisian kuisisioner berdasarkan daftar pertanyaan yang diberikan kepada para konsumen Produk Tas Imitasi di Bandar Lampung pada saat penelitian dimulai.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Kuesioner**

Dalam penggunaan kuisisioner ini agar peneliti dapat menilai sikap maupun tingkah laku dengan cara yaitu mengajukan beberapa suatu pertanyaan yang diberikan kepada responden, yang dimana seorang responden diminta agar jawabannya atau dengan skala ukur yang peneliti sudah sediakan untuk skala likert dimana, sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS), skala ini akan diletakan berdampingan dengan sebuah pertanyaan yang sudah disediakan oleh peneliti yang diharapkan responden lebih mudah dalam memberiikan jawaban yang sesuai dengan pertimbangan pada setiap responden

### **1.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Dalam populasi pada penelitian ini adalah wilayah yang akan dilakukan oleh peneliti. Dalam populasi dapat dianggap sebagai wilayah generalisasi yang mencakup bagian yang terdiri oleh obyek/subyek yang dimana populasi memiliki kualitas dan juga karakteristik yang sudah ditetapkan oleh seorang peneliti agar mudah dipelajari dan kemudian bisa ditarik sebuah kesimpulan. Pada penelitian ini populasi yang dapat digunakan yaitu konsumen yang menggunakan produk tas imitasi di Bandar Lampung.

#### **3.4.2 Sampel**

Yang dimana sampel merupakan sebagian ataupun mewakili suatu populasi yang dapat diteliti, jika terdapat populasi yang besar juga penelitian yang tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada pada populasi bisa karena keterbatasan dana, tenaga ataupun waktu. Pada suatu penelitian yang menggunakan metode survey, tidak perlu meneliti semua konsumen atau individu di dalam populasi, karena selain memakan biaya besar, dan membutuhkan waktu lama.

Dengan meneliti pada sebagian dari populasi, kita juga mengharapkan hasil yang akan diperoleh bisa menggambarkan sifat populasi yang saling bersangkutan. Pada teknik pengambilan sampel ini ialah non probabilitas. Dalam metode pemilihan sampel yang digunakan dengan *purposive sampling* dengan berdasarkan merek tas yang dipergunakan, yang mana peneliti juga memiliki kriteria ataupun tujuan tertentu terhadap sampel yang akan ditelitinya

Adapun alasan kenapa menggunakan metode tersebut ialah agar peneliti bisa mendapatkan informasi yang tepat dan dengan cara yang praktis atau (populasi yang banyak dan juga ketiadaan alamat). Karena populasi merek tas imitasi di Bandar Lampung diketahui namun jumlahnya tak terhingga, maka populasi dalam penentuan jumlah populasi dengan menggunakan sampel *representative* menurut Hair *et al.* dimana pada jumlah banyaknya sebuah sampel sebagai responden harus disesuaikan pada banyaknya indikator yang digunakan dalam kuesioner dengan sebuah asumsi  $n \times 5$  *observed variabel* (indikator) sampai dengan  $n \times 10$  *observed variabel* (indikator) yang mana jumlah sampel di dalam penelitian ini yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 10 \\ &= 11 \times 10 \\ &= 110 \end{aligned}$$

Dari perhitungan yang dilakukan diatas sudah didapatkan sampel dengan minimum 110 sampel responden.

### **3.4.3 Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini di dapat dua macam variabel, seperti variabel terikat (*dependent*) dan variabel yang bergantung dengan variabel lain dan juga variabel bebas (*independent*) ataupun variabel yang tidak memiliki ketergantungan pada variabel lain. Dan variabel-variabel yang peneliti gunakan yaitu :

- 1) Variabel terikat dalam penelitian ini merupakan keputusan pembelian produk tas imitasi (Y)
- 2) Variabel bebas yang merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk tas imitasi di Bandar Lampung antar lain :
  - I. Gaya Hidup (X1)
  - II. Citra Merek (X2)

### 3.4.5 Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1**

Variabel	Definisi konsep Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> (XI)	Yang didefinisikan sebagai seseorang didunia yang mengekspresikan kedalam aktivitas, cara hidup, minat, yang mana seseorang dalam menghabiskan waktu mereka serta tentang apapun yang mereka pikirkan.  Fitriya Manjasari(2017)	Dalam artian yang ditujukankedalam aktivitas dimana konsumen lebih tertarik pada produk tas imitasi bermerek mewah yang berkaitan langsung dengan citra diri sebagai status sosial tentang produk bermerek mewah imitasi	1. Aktivitas 2. Ketertarik an atau minat 3. Opini  Erlita Prasetya dan Diah Fristini Sukardiman (2015)	Interval
Citra Merek (X2)	Citra Merek merupakan sebuah persepsi ataupun sebuah keyakinan yang sudah dipegang oleh seorang konsumen	persepsi atau ingatan tentang produk tas imitasi bermerek mewah bagi seorang konsumen, yang sudah tertanam di	1. Atribut merek 2. Kegunaan konsumen 3. Kepribadi an merek	Interval

	yang telah digambarkan oleh asosiasi merek yang sudah ada dalam ingatan konsumen. Ike Venessa (2017)	dalam pikirannya tetap mengasosiasikan dirinya akan produk bermerek mewah	Menurut Ratri (dalam Suri Amalia 2017)	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian merupakan tahapan suatu proses dalam pengambilan keputusan akan suatu pembelian yang juga mencakup penentuan atas apa yang hendak dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itulah yang diperoleh dari kegiatan sebelumnya. Assauri (dalam Dedy Ansari Harahap 2015)	Dapat diartikan suatu kegiatan yang dimana seorang konsumen dalam membelanjakan uangnya mereka tidak segan untuk membeli sebuah produk tas imitasi asalkan mempunyai suatu merek terkenal.	1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan penyalur 4. Jumlah pembelian 5. Pemilihan waktu pembelian (Tjipto 2012)	Interval

### 3.5 Uji Persyaratan Instrumen

#### 3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas ini yaitu sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu instrument pengukur (tes) didalam melakukan sebuah fungsi ukurannya, dan suatu tes dikatakan memiliki yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan

fungsinya dengan tepat atau memberikan hasil yang sesuai dengan yang dimaksud dilakukannya pengukuran. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuisisioner yang digunakan itu valid atau tidak.

Dan jika apabila seluruh instrument yang disajikan tersebut valid maka kriteria pengujian nya yaitu :

- a) Jika nilai Sig < Alpha (0,05) maka instrumen dinyatakan valid
- b) Jika nilai Sig > Alpha (0,05) maka instrument dinyatakan tidak valid

Uji validitas bisa dilakukan dengan melihat dari korelasi dari masing-masing item pada kuisisioner correlation pearson pada program IBM SPSS version 20.

Dalam kriteria pengambilan keputusan yang dilakukan pada uji validitas yaitu apabila nilai sig kurang dari alpha (0,05) maka dinyatakan valid, sedangkan apabila nilai sig lebih besar dari alpha (0,05) maka dapat dinyatakan tidak valid.

### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas merupakan tingkat kehandaaan dari kuesioner. Yang dimana kuesioner yang reliable merupakan kuesioner yang apabila dicoba secara berulang-ulang pada kelompok yang sama akan tetap menghasilkan data yang sama dengan asumsi dan tidak mengalami perubahan psikologis kepada responden.

Uji realibilitas pada penelitian ini dengan menggunakan program SPSS. Kuesioner dapat dikatakan realible apabila hasil uji statistic Alpha  $\alpha > 0.60$ . selanjutnya dalam menginterpretasikan suatu besarnya nilai r alpha indeks korelasi, dan mengkonsultasikan suatu hasil alpha cronbach dengan suatu nilai interpretasi koefisien, yang ada dibawah ini

**Tabel 3.2**  
**Interprestasi Nilai R**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 - 0,3999	Rendah
0,0000 - 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : sugiyono (2017)

Dengan kaidah dalam pengambilan keputusan reliabilitas antara lain :

1. Jika terdapat nilai Alpha Cronbach  $> 0,6$  maka reliabel.
2. Jika terdapat nilai Alpha Cronbach  $< 0,6$  maka tidak reliabel.
3. Adapun criteria dalam pengambilan keputusan pada uji reliabilitas adalah apabila nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6 maka dinyatakan reliabel, sedangkan apabila nilai Alpha Cronbach lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel. Dengan pengujian yang dilakukan dengan program IMB SPSS version 20.

### **3.6 Uji Persyaraatan Analisis Data**

#### **3.6.1 Uji Asumsi Klasik**

Dalam model linier berganda dapat dikatakan baik jika data terbatas dengan asumsi-asumsi klasik, baik normalitas, dan multikolineritas, anta lain :

#### **I. Uji Normalitas**

Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi, variabel terikat serta variabel bebas memiliki distribusi yang normal atau bahkan tidak dapat dilihat dengan bentuk distribusi data. Untuk menguji apakah data-data tersebut sudah memenuhi asumsi normalitas karenanya dilakukan proses uji normalitas yang mana :

- a. Jika terdapat data menyebar di daerah diagonal dan dapat mengikuti arah garisdiagonal, makaa model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data terdapat menyebar jauh dari area daerah diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak bisa memenuhi asumsi normalitas.

## II. Uji Multikolinearitas

Dalam hal ini bisa dilakukan untuk menguji terhadap model regresi, apakah model regresi tersebut sudah memiliki hubungan antara variabel independent, jika terjadi korelasi diantara variabel independent tersebut, maka dapat dikatakan terdapat problem multikolinieritas.

Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi diantara variabel independen. Dalam hal ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi yaitu sebagai berikut :

- a) Nilai R<sup>2</sup> yang sudah dihasilkan oleh estimasi model regresi empiri sangat tinggi, namun antara variabel independen dan dependen tidak ada pengaruh.
- b) Jika dalam variabel independen ada korelasi yang tinggi ( pada umumnya diatas 0,90) maka dapat dinyatakan hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.

## III. Uji Heteroskedastisitas

Dalam hal ini berarti terdapat varian yang tidak sama (konstan) pada sebuah regresi, juga sebaliknya pada varian sebuah model regresi terdapat nilai yang sama atau (konstan) maka dapat disebut homoskedastisitas dan bukan kondisi heteroskedastisitas, jika variabel dinyatakan pada posisi tidak terjadi heteroskedastisitas jika pada penyebaran titik observer diatas dan ataupun dibawah angka nol pada sumbu Y dan mengarah kepada satu pola yang tidak jelas.

## IV. Uji Autokorelasi

Merupakan sebuah keadaan dimana terjadinya sebuah korelasi antara residual pada sebuah pengamatan lain pada model regresi. dalam sebuah uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya sebuah korelasi pada model regresi. Pada umumnya untuk mengetahui adanya



sebuah autokorelasi maka dilakukan uji durbin-watson. Dalam pengambilan keputusan durbin watson dengan menggunakan ketentuan:

- a) Jika nilai durbin watson lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka terdapat autokorelasi
- b) Jika durbin watson diantara  $dU$  dan  $(4-dU)$  maka tidak ada autokorelasi
- c) Jika nilai durbin watson terletak antara  $dL$  atau  $Du$  ( $4-dL$ ) atau  $(4-dU)$  maka tidak dapat menghasilkan kesimpulan yang pasti

#### V. Linieritas

Dalam suatu uji linieritas ini dapat digunakan ketika memilih suatu model yang hendak digunakan, pada uji linieritas ini bermaksud untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya sebuah hubungan secara linier dengan variabel dependen terhadap masing-masing variabel independen yang akan diujikan, dan jika pada suatu model yang tidak memenuhi syarat uji linieritas maka suatu model regresi tidak dapat dipergunakan, dan dalam menguji linieritas aturan yang harus dilakukan pada suatu keputusan linieritas yaitu dengan cara membandingkan suatu nilai sig yang dihasilkan pada deviation from linearity dengan menggunakan alat bantu SPSS dengan ketentuan nilai alpha yang dipergunakan. Maka jika nilai sig pada deviation from linearity  $>$  alpha sebesar (0,05) maka hasilnya adalah linear M. Dzajari (2013).

#### VI. Uji Homogenitas

Dalam suatu uji homogenitas ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu populasi serta sampel yang telah digunakan pada penelitian ini homogen atau tidak (sejenis) pada suatu uji homogenitas ini dapat dilakukan dengan cara menggunakan levene's test dengan alasan mengapa menggunakan levene's test yaitu pada penelitian yang dilakukan ini hanya membandingkan dua varians, maka pada data homogen jika nilai sig  $>$  dari 0,05.

### 3.7 Metode Analisis Data

Pada sebuah data yang ingin dikumpulkan bermanfaat, maka harus diolah serta dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar di dalam pengambilan keputusan.

Maksud dari tujuan metode analisis data merupakan sebagai alat untuk menginterpretasikan dan dapat menarik kesimpulan dari sejumlah data yang sudah terkumpul. Dan adapun analisis yang peneliti gunakan yaitu sebagai berikut.

#### 3.7.1 Analisis Data Kuantitatif

Analisis ini sebagai bentuk analisa yang menggunakan angka didalam perhitungan dengan menggunakan metode statistic, maka data harus di klarifikasikan kedalam kategori tertentu menggunakan table-table tersebut. Dan untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis dapat menggunakan SPSS (Statistical Package For Social Science version 20).

#### 3.7.2 Analisis Regresi Berganda

Dalam hal ini analisis ini digunakan untuk meneliti adanya pengaruh variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y). pada regresi berganda variabel independen yaitu (variabel X) yang sedang diperhitungkan adanya pengaruh terhadap variabel dependen (variabel Y) dan jumlah nya yang lebih dari satu.

Pada penelitian ini variabel independen merupakan gaya hidup *brand minded* (X1) dan citra merek (X2) sedangkan pada variabel dependen yaitu keputusan pembelian produk tas imitasi (Y) sehingga persamaan regresi berganda nya ialah :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

b1 = Koefisien regresi variabel X1 ( gaya hidup *Brand minded* )

b2 = Koefisien regresi variabel X2 (citra merek)

X1 = Gaya hidup *brand minded*

X2 = Citra merek

E = eror

### 3.8 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini dengan menggunakan data ordinal untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan uji signifikansi parameter individual atau (uji t). pada dasarnya uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen dengan secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam pengujian dilakukan dengan signifikansi level 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Dan hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

Ho :  $b = 0$ : Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

H1 :  $b \neq 0$ : Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Berikut ini adalah penerimaan atau penolakan hipotesis dengan menggunakan kriteria antar lain :

- a. Jika pada nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < sig_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ) maka Ho dinyatakan ditolak dan H1 diterima yang mana berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen
- b. Jika pada nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $sig_{hitung} > sig_{tabel}$  ( $\alpha = 0,05$ ) maka dinyatakan Ho diterima dan H1 ditolak berarti terjadi pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 3.8.1 Uji t

Pada uji t dilakukan untuk melihat signifikansi antara pengaruh independen secara individual terhadap variabel dependen yang menganggap variabel lain

yang bersifat konstan. Pada tingkat signifikasinya adalah ( Sig t) yang masing-masing variabel independennya sama dengan taraf

$\text{sig} = \alpha = 0.05$ . dan apabila tingkat signifikasinya (Sig t) lebih rendah/kecil daripada  $\alpha = 0,05$ , maka hipotesis yang diterima berarti variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Dan sebaliknya jika tingkat signifikansi (sig t) terdapat lebih besar daripada  $\alpha = 0,05$ , maka hipotesis tersebut berarti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dapat dinyatakan secara statistik ialah:

- a.  $H_0$  ( Hipotesis nol) yang akan di uji ialah ( $\beta_i$ ) apakah suatu parameter sama dengan nol, atau :

$$H_0 : \beta_i = 0$$

Yang dalam artian apakah suatu variabel independen bukan penjelas yang signifikan terhadap variabel independen tersebut.

- b. Dalam hipotesis alternatif (  $H_1$ ) parameter pada satu variabel yaitu sama dengan nol, atau dengan rumus :

$$H_1 : \beta_i \neq 0$$

Uji t merupakan alternative perbandingan nilai statistik t dengan sebuah titik kritisnya berdasarkan  $t_{\text{tabel}}$ , jika apabila nilai statistiknya menunjukkan hasil perhitungan lebih tinggi dibanding nilai  $t_{\text{tabel}}$ , maka bisa diterima hipotesis suatu alternative yang menyatakan bahwa variable independen secara individual mempengaruhi variabel dependennya.

### 3.8.2 Uji F

Uji F merupakan metode yang digunakan dalam pengujian hipotesa yang mana kegunaan Uji F ialah untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependent. Dari dasar pengambilan keputusan keputusan yaitu dengan cara membandingkan antara nilai  $F_{\text{hitung}}$  dan  $F_{\text{tabel}}$ . Ghozali (2013), pada Uji F dilakukan agar dapat melihat suatu pengaruh variabel-variabel independen dengan secara keseluruhan terhadap variabel dependennya. Dalam pengujian ini dengan cara membandingkan pada nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan  $F_{\text{tabel}}$ .