BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dimana data dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisis dengan teknik statistik Sugiyono (2011, p.7). Menurut Sugiyono (2011, p.2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa metodologi penelitian adalah sebuah upaya sistematis dalam rangka pemecahan masalah yang dilakukan peneliti agar dapat menjawab permasalahan-permasalahn atau fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *asosiatif*.

Metode yang digunakan adalah asosiatif yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel atau lebih yang dihubungkan dan dalam penelitian ini akan melihat pengaruh *Activitiy*, *Interest*, dan *Opinion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Apple di Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

3.2.1 Data Primer

Adapun data primernya dalam hal ini adalah data yang diperoleh dari jawaban responden yang diteliti, yaitu berupa data mengenai pendapat atau fenomena dari obyek.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh pihak lain dan bukan secara langsung diperoleh dari sumbernya. Jenis data sekunder yang digunakan oleh peneliti melalui studi kepustakaan, dengan mempelajari literature, bahan-bahan bacaan maupun teori-teori yang berhubungan dengan masalah pokok penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Penelitian Kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literature, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam peneitian tentang Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian pada Handphone Apple di Bandar lampung.

3.3.2 Penelitian Lapangan

Metode ini dilakukan dengan cara turun secara langsung ke lapangan penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara :

Kuesioner, Menurut Sugiyono (2011, p.142) yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengumpulan data dengan cara memberi pentanyaan tertulis kepada responden yang menggunakan Handphone Apple di Bandar Lampung. Peneliti memperoleh langsung data-data yang dibutuhkan berdasar dari keterangan dan informasi yang diberikan responden melalui angket (kuesioner) yang telah disebarkan dengan metode skor, pemberian skor ini digunakan sistem skala interval, yaitu:

1. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5
2. Setuju/sering/positif diberi skor 4

3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3
4. Tidak setuju/hamper tidak pernah/negatif diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1

Sumber: Sugiyono (2011, p.94)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2011, p.80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Apple di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2011, p.81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam pengambilan sampel untuk sebuah penelitian dapat digunakan kuisioner, untuk memperoleh tanggapan dari konsumen yang masuk dalam sampel yang diteliti.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Non Probability Sampling* Sugiyono (2017, p.82) yang artinya teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel, dan teknik sampel yang digunakan adalah menggunakan *Purposive Sampling* Sugiyono (2017, p.82) yang artinya dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1.	Berusia minimal 17-35 tahun baik untuk laki-laki maupun perempuan, dimana dalam usia produktif dengan penghasilan rata-rata 3 juta per bulan dan bisa dikatakan kalangan menengah keatas untuk meningkatkan gengsinya.

Sumber : Data Diolah, 2018

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sample jika populasinya besar dan jumlahnya tidak dikatahui menurut Widiyanto (2008, p.59) digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana ;

n = Ukuran Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10 %

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sample yang harus diambil adalah:

$$n = \frac{1{,}96^2}{4(0{,}1)^2}$$

n = 96,6

n = 100 (dibulatkan)

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014, p.58) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh infomasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2014, p.59) macam-macam variabel menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi : Variabel Independen (Variabel Bebas) dan Variabel Dependen (Variabel Terikat).

3.5.1 Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas (*Independen*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*Dependen*). Dalam penelitian ini adalah *Activity* (X_1), *Interest* (X_2), dan *Opinion* (X_3).

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat (*Dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	***Activity*** **(X_1)**	*Activity* adalah identifikasi atas apa yang konsumen lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka Mowen (2010, p.58)	Kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat berupa penggunaan Handphone Apple untuk chatting dengan menggunakan handphone Apple-nya, ada yang sedang *update* status *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan browsing.	1. Bekerja 2. Hobi 3. Berlibur 4. Menghibur 5. Club	Interval
2.	***Interest*** **(X_2)**	*Interest* adalah suatu bentuk fokus pada preferensi dan prioritas konsumen. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan Mowen (2010, p.58)	Minat masyarakat yang tinggi terhadap pembelian produk Handphone Apple. Dengan motif gengsi dan juga memiliki *Operating System* andalan yakni IOS (iPhone OS) yang kini tengah menjadi trend dan menimbulkan budaya konsumtif yang tak akan pernah habisnya pada masyarakat masa kini.	1. Keluarga 2. *Fashion* 3. Media 4. Lingkungan 5. Trend	Interval

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
3.	***Opinion* (X_3)**	*Opinion* merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri Mowen (2010, p.58).	Dalam mengikuti perkembangan teknologi pada kalangan masyarakat sekarang ini banyak orang-orang tertarik untuk menggunakan handphone Apple.	1. Produk 2. Kepribadian 3. Pendidikan 4. Ekonomi 5. Budaya	Interval
4.	**Keputusan Pembelian (Y)**	Menurut Kotler dan keller (2009, p.188) keputusan pembelian adalah suatu tindakan konsumen untuk membeli suatu produk dari beberapa merek terencana, bedasarakan beberapa faktor diantaranya waktu pembelian, kualitas produk, penyalur , distributor.	Keputusan pembelian adalah pilihan akhir dari sebuah keputusan konsumen untuk membeli suatu poduk.	1. Daya Tarik. 2. Kemantapan Membeli. 3. Sesuai Kebutuhan.	Interval

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

Dalam Penelitian ini penulis mengukur Variabel X1 yaitu faktor *Activity*, Variabel X2 yaitu faktor *Interest*, Variabel X3 yaitu faktor *Opinion*, dan Y pada Keputusan Pembelian. Uji persyaratan instrument penelitan menguji Validitas dan Reabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Sugiyono (2011, p.267) mengatakan bahwa validitas merupakan derajad ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini tehnik yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari pearson yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\mathrm{N}\sum\mathrm{XY} - (\sum\mathrm{X})(\sum\mathrm{Y})}{\sqrt{\{\mathrm{N}\sum\mathrm{X}^2 - (\sum\mathrm{X})^2\}\{\mathrm{N}\sum\mathrm{Y}^2 - (\sum\mathrm{Y})^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel

X = Skor Variabel X

Y = Skor Variabel Y

Sumber : Sugiyono (2011, p.183).

Prosedur Pengujian:

1. Bila Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
   Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
2. Pengujian validitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0).*
3. Tabel interprestasi nilai *r Korelasi Product Moment*

3.7.2 Uji Reabilitas

Menurut Rambat Lupioadi (2015, p.54) Reliabilitas adalah suatu indikator yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang menunjuk pada tingkat keterandalan. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen 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 dikaitkan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi.

Tabel 3.3
Interpretasi 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, 2012

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Alat uji yang digunakan adalah model ***Kolmogorov smirnov*** hal ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesasahan baku dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

Rumus Hipotesis:

Ho : data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Kriteria pengambilan keputusan:

a. Ho ditolak apabila nilai sig < 0,05 berarti distribusi sampel tidak normal
b. Ho diterima apabila nilai sig > 0,05 berarti distribusi sampel adalah normal.

3.8.2 Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu study empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau

kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *Compare Means.*

Rumusan Hipotesis:

Ho : model regresi berbentuk linier.

Ha : model regresi tidak berbentuk linier.

Kriteria Pengambilan Keputusan :

Jika probabilitas (Sig) < 0.05 maka (Alpha) Ho ditolak

Jika probabilitas (Sig) > 0.05 maka (Alpha) Ho diterima

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antar sesama variable independen. Salah satu cara untuk mengetahui apakah terdapat multikolinieritas dengan menggunakan model regresi.

Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan membandingkan antara koefisien determinasi simultan dengan koefisien determinasi antar variable. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF *(Variance Infalution Faktor).* Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur (1-R^2) disebut *collinierity tolerance.* Artinya jika nilai *collinierity tolerance* dibawah 0.1 maka ada gejala multikolinieritas. Kriteria pengujiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.0.

3.8.4 Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji test *homogeneity of variances.*

Rumusan Hipotesis:

Ho : Varians populasi adalah homogeny

Ha : Varians populasi adalah tidak homogeny

Kriteria pengambilan keputusan:

a. Jika probabilitas (Sig) < 0.05 maka (Alpha) Ho ditolak
b. Jika probabilitas (Sig) > 0.05 maka (Alpha) Ho diterima

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variable terikat (Y) terhadap dua atau lebih variabel (X) dengan rumus sebagai berikut:

Y = a + b1 X1 + b2 X2 + b3 X3 et

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = *Activity*

X2 = *Interest*

X3 = *Opinion*

a = Konstanta

et = error term

b1, b2, b3 = Koefisien regresi

3.10 Pengujian hipotesis

3.10.1 Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

Pengaruh *Activity* (X_1), *Interest* (X_2), *Opinion* (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H0 : *Activity*, *Interest*, *Opinion* tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Ha : *Activity*, *Interest*, *Opinion* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Kriteria pengujian :

Membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H0 ditolak
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 diterima

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas *(sig)* dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka H0 ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka H0 diterima

Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.

3.10.2 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen.

Hipotesis yang dipakai adalah :

1. **Pengaruh *Activity* (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

   H0: *Activity* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Apple.

   Ha: *Activity* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Handphone Apple.

Kriteria pengujian :

Membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H0 ditolak
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 diterima

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas *(sig)* dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka H0 ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka H0 diterima

Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.

2. Pengaruh *Interest* (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H0: *Interest* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Apple.

Ha: *Interest* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Apple.

Kriteria pengujian :

Membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H0 ditolak
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 diterima

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas *(sig)* dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka H0 ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka H0 diterima

Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.

3. Pengaruh *Opinion* (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H0: *Opinion* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Apple.

Ha: *Opinion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Handphone Apple.

Kriteria pengujian :

Membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H0 ditolak
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 diterima

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas *(sig)* dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka H0 ditolak
2. Jika nilai sig > 0,05 maka H0 diterima

Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.