

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif kausal. Menurut Sugiyono (2016), analisis kuantitatif kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian kausal variabel *independent* atau variable bebas sebagai variabel sebab yakni Gaya Hidup (X1) dan Promosi Penjualan (X2) dan variabel *dependent* atau variabel terikat sebagai akibat yakni variabel Keputusan Pembelian (Y). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan dengan metode survei. Menurut Dermawan (2015) metode survei yaitu teknik riset dimana informasi dikumpulkan menggunakan penyebaran kuesioner dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap permasalahan penelitian.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya, maka sumber datanya diperoleh dari responden yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti baik pertanyaan tertulis maupun lisan (Sugiyono, 2016).

Sumber data dalam penelitian ini data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang diperoleh dari responden yaitu konsumen Café XCoffee di Bandar Lampung. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuesioner dari responden yang terpilih dan memenuhi kriteria responden.

#### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2018), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data,

maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulam data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018). Peneliti membuat beberapa kuesioner yang akan dibagikan kepada konsumen XCoffee di Bandar Lampung.

Teknik kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Penggunaan angket diharapkan dapat memudahkan responden dalam memberikan jawaban karena telah disediakan *alternative* jawaban, sehingga untuk menjawabnya hanya perlu waktu yang singkat. Pada setiap point soal disediakan 5 pilihan jawaban dengan skor masing-masing sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju	diberi skor 5
S = Setuju	diberi skor 4
KS = Kurang Setuju	diberi skor 3
TS = Tidak Setuju	diberi skor 2
STS = Sangat Tidak Setuju	diberi skor 1

### 3.2 Tabel Bentuk Checklist

#### Contoh tabel kuesioner (Angket)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Produk XCoffee membantu dalam menunjang kegiatan sehari-hari.		√			

Sumber : Sugiyono, 2018

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen XCoffee. Jumlah konsumen didapat dari data penjualan XCoffee selama 7 bulan terakhir dengan asumsi tiap konsumen menghabiskan sebesar Rp. 75.000,-. Besarnya asumsi senilai Rp. 75.000,- ini di tetapkan dari rata-rata pembelian konsumen XCoffee berupa minuman kopi dan *snack*. Maka data yang dapat sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Data Jumlah konsumen XCoffee**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>
Januari	667
Februari	587
Maret	560
April	480
Mei	267
Juni	253
Juli	240
<b>Total</b>	<b>3.053 Konsumen</b>

Sumber : Data XCoffee Lampung

Jumlah konsumen dalam 7 bulan terakhir sebanyak 3.053 konsumen yang terdiri dari beberapa kelompok usia, dari jumlah tersebut didominasi oleh usia  $18 > 30$  tahun.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil harus benar-benar mewakili populasi (Sugiyono, 2017). Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus ukuran sampel yang dinyatakan oleh *Slovin*. Dalam penelitian ini sampel menggunakan rumus *Slovin* yaitu :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai *margin of error* (besar kesalahan) dari ukuran populasi (1% - 10%)

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel yang harus diambil adalah :

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

$$n = \frac{3.053}{(1 + 3.053(0.1^2))}$$

$$n = \frac{3053}{31.53}$$

= **96.828** atau **97** konsumen XCoffee.

Metode Pengambilan sampel ini menggunakan metode *Non-probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Yaitu responden yang minimal melakukan 2 kali pembelian di XCoffee.

### 3.5 Variabel Penelitian

Variabel adalah karakteristik atau atribut dari individual atau organisasi yang dapat diukur observasi yang bisa bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti. Variabel dapat diteliti sehingga menghasilkan data bersifat kategori (data diskrit/nominal) atau data kontinum (ordinal, interval, dan ratio), (Sugiyono, 2018). Hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi :

### 3.5.1 Variabel Independen

Variabel independent merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan yang terjadi pada variabel terikat yaitu variabel X, dalam penelitian ini terdapat dua variabel independent yaitu Gaya Hidup ( $X_1$ ) dan Promosi Penjualan ( $X_2$ ).

### 3.5.2 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, yaitu variabel (Y), dalam hal ini adalah keputusan pembelian.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah Batasan pengertian variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun konsep variabel pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Gaya hidup ( $X_1$ )	Hawkins dan Mothersbaugh (2018), mendefinisikan gaya hidup adalah bagaimana seseorang hidup dan merealisasikan konsep diri masing-masing dan ditentukan oleh pengalaman masa lalu.	Pergeseran gaya hidup konsumen di masa <i>New Normal</i> dalam aktivitasnya.	1. Aktivitas 2. Opini 3. Minat (Kotler dan Keller, 2018)	Interval
2.	Promosi penjualan ( $X_2$ )	Promosi penjualan adalah bahan inti dalam pemasara, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar berjangka pendek, yang	Promosi yaitu kegiatan memperkenalkan barang yang mengarahkan seseorang untuk mengajak dan	1. Frekuensi penjualan 2. Kualitas promosi	Interval

		dirancang untuk menstimulasi pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen. (Kotler dan Keller, dalam Bob Sabran 2017)	membeli barang yang dibutuhkan.	3. Ketepatan waktu atau kesesuaian sasaran.  4. waktu promosi (Fandy Tjiptono, 2018)	
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Schiffman dan Kanuk (2010), menjelaskan keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.	Kegiatan dalam membeli produk XCoffee untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya dengan proses keputusan pembelian.	1. Keinginan untuk menggunakan produk.  2. keinginan untuk membeli produk  3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.  4. Melakukan pembelian ulang. Kotler dan Amstrong (2017)	Interval

### 3.7 Uji Persyaratan Instrument

Uji kualitas instrument bertujuan mengetahui konsisten dan akurasi data yang dikumpulkan. Cara pengujian dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas dari data yang telah didapat melalui kuesioner. Ada dua syarat penting yang berlaku pada kuesioner untuk valid dan reliabel. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pertanyaan atau pernyataan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2018).

### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2016) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validasi tinggi. Sebaliknya yang kurang valid berarti memiliki validasi rendah. Dalam uji ini sampel yang dipakai yaitu 30 responden. Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS v.26. Dalam penujian validitas instrument diuji dengan menghitung koefisien antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikansi atau alpha sebesar 0,05. Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrument tidak valid
3. Bila probabilitas (sig)  $< \alpha$  maka instrument valid
4. Bila probabilitas (sig)  $> \alpha$  maka instrument tidak valid

Pedoman untuk mengambil keputusan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel dengan derajat ( $n-2$ ). Jika nilai  $r$  hasil perhitungan lebih besar dari nilai  $r$  tabel pada alfa tertentu maka berarti signifikan sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau butir pernyataan valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016) reliabilitas adalah derajat kekonsistensi data dalam interval waktu tertentu. Berdasarkan definisi diatas maka dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait keakuratan, ketelitian dan kekonsistensian. Suatu alat disebut reliable apabila beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek sama sekali diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Secara umum uji reliabilitas diartikan sebagai sesuatu hal yang dapat dipercaya atau keadaan dapat dipercaya. Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu angket yang digunakan peneliti.

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2015) menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan Bersama-sama terhadap seluruh butir atau pertanyaan dalam kuesioner penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha  $< 0,60$  maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

### **3.8 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah pengujian mengenai kenormalan distribusi data. Uji ini bertujuan menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual normal atau tidak adalah dengan melihat hasil dari analisis grafik histogram. Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila penyebaran data harus berada disekitar wilayah garis diagonal maka data tersebut normal, begitupun sebaliknya.

#### **3.8.2 Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independent dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari multikolonieritas. Deteksi terhadap ada tidaknya multikolonieritas dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). (Umi Narimawati, 2015). Nilai yang bisa dipakai adalah :

1. Jika nilai *tolerance*  $> 0,05$  atau 5% dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel dengan model regresi.
2. Jika nilai *tolerance*  $< 0,05$  atau 5% dan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa multikolonieritas antar variabel dengan model regresi.



### 3.8.3 Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2016) Uji Linieritas untuk melihat hubungan antara variabel bebas dan variabel terhubung. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test of linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan linier bila signifikansi lebih dari 0,05.

## 3.9 Uji Metode Analisa Data

### 3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah studi mengenai ketergantungan variable dependen dengan variable independent dengan satu atau lebih. Analisis kuantitatif berisi data yang berbentuk angka-angka yang merupakan hasil penjumlahan atau pengukuran terhadap data yang diperoleh dari jawaban responden dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka tersebut dengan perhitungan statistik. Software yang digunakan untuk mempermudah menganalisis data tersebut adalah software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) yang berfungsi untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows. Analisis berganda dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Keputusan pembelian
- a : Konstanta
- $\beta$  : Koefisien regresi
- $\beta X_1$  : Koefisien regresi dari gaya hidup
- $\beta X_2$  : Koefisien regresi dari promosi penjualan
- e : Random error

### 3.10 Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis diterima atau ditolak dilakukan pengujian hipotesis, yaitu terdiri dari uji partial (uji t).

#### 3.10.1 Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui suatu variabel independent secara simultan terhadap variasi variabel dependen. Bentuk pengujiannya adalah :

1.  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara serempak, Gaya Hidup dan Promosi Penjualan XCoffee terhadap Keputusan Pembelian.
2.  $H_a : \text{miniman satu } b_{ii} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara serempak, Gaya Hidup dan Promosi Penjualan XCoffee terhadap keputusan Pembelian.

Dengan menggunakan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) 5%, jika nilai  $\text{sig.F} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai  $\text{sig.F} < 0,05$  maka  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent. Pengambilan keputusan juga dapat membandingkan nilai  $F_{\text{hitung}}$  dan nilai  $F_{\text{tabel}}$ . Kriteria pengambilan keputusannya yaitu :

1. Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  diterima atau nilai signifikansi  $\alpha < 0,05$ .
2. Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima atau nilai signifikansi  $\alpha > 0,05$

#### 3.10.2 Uji T

Uji regresi berganda parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghazali, 2013).

1. Apabila  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji t dapat dilakukan dengan hanya melihat nilai signifikan t masing-masing variabel yang terdapat dari output regresi menggunakan SPSS v.26. Jika angka signifikan  $t_{tabel} < \alpha (0,05)$  maka dapat dikatakan bahwa ada pengaruh yang kuat antara variabel independen.

### **3.11 Pengolahan Data**

Pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumus-rumus tertentu. Pengolahan data bertujuan mengubah data mentah dari hasil pengukuran menjadi data yang lebih halus sehingga memberikan arah untuk pengkajian lebih lanjut. Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 26.