

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan yang dipakai pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang mana sebagian besar data berupa angka. Penelitian kuantitatif ialah jenis penelitian yang data penelitiannya berupa angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>1</sup> Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan (*Field Research*), dimana pengambilan datanya dilakukan dengan bertatap muka langsung dengan *owner* nyamembahas mengenai berbagai informasi seputar merek Dienna, sedangkan konsumen merek Dienna yang mana proses pengambilan datanya dengan menyebarkan kuisioner melalui *google form* (sebagai responden). Adapun teknik yang dipakai dalam proses pengumpulan data berupa teknik *sampling* karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya.

### B. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi ialah domain generalisasi yang mencakup subjek dan objek yang karakteristik dan kriterianya telah ditentukan peneliti guna diteliti serta diambil kesimpulan.<sup>2</sup> Populasi yang dipakai penilaian ini yakni semua orang yang pernah membeli produk fesyen muslim merek Dienna yang jumlahnya tidak diketahui.

#### 2. Sampel

Sedangkan sampel ialah setengah dari jumlah populasi yang diambil. Berdasarkan informasi yang diambil dari sampel, peneliti dapat menarik kesimpulan yang diberlakukan untuk populasinya. Maka, sampel yang baik diharapkan mampu mewakili populasinya.<sup>3</sup>

Teknik Pengambilan sampel yang peneliti gunakan berupa teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan

---

<sup>1</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* (Bandung: Alfabeta, 2014), 8.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 7 ed. (Bandung: Alfabeta, 2009), 215.

<sup>3</sup> Sugiarto, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 1 ed. (Yogyakarta: ANDI, 2017), 136.

sampel berdasarkan pertimbangan kriteria tertentu.<sup>4</sup> Adapun kriteria yang dipakai pada *riset* ini adalah semua orang yang minat dan pernah membeli fesyen atau pakaian muslim merek Dienna.

Mengingat bahwa jumlah populasi belum diketahui, maka rumus yang dipakai dalam menentukan jumlah sampel adalah rumus *Lameshow*:<sup>5</sup>

$$n = \frac{z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

Dimana:

$n$  : jumlah sampel

$z$  : skor  $z$  pada kepercayaan 95% yakni 1,96

$P$  : maksimal estimasi 50% = 0,5

$d$  : tingkat kesalahan 10% = 10/100 = 0,1

Berpijak dari rumus tersebut, maka:

$$n = \frac{z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) \times 0,5 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Jadi, sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 96,04, kemudian peneliti menyempurnakan menjadi 97 responden.

### C. Identifikasi Variabel

Variabel adalah suatu hal yang ditentukan seorang peneliti, meliputi atribut, karakteristik atau nilai yang dimiliki seseorang,

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 218.

<sup>5</sup> Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 13-14, [https://www.google.co.id/books/edition/Metode\\_Riset\\_Penelitian\\_Kuantitatif\\_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+determinasi&pg=PA141&prints ec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+determinasi&pg=PA141&prints ec=frontcover).

objek atau kegiatan dengan beberapa variasi untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>6</sup> Dalam *riset* ini, variabel yang dipakai peneliti sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat ialah variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, sekaligus menjadi fokus utama peneliti dalam penelitian. Variabel ini disebut juga variabel *output*, kriteria, konsekuen,<sup>7</sup> Dalam penelitian ini, keputusan pembelian dipilih peneliti sebagai variabel terikat yang dilambangkan dengan huruf Y.

2. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas ialah variabel yang menjadi sebab atau munculnya variabel terikat. Variabel ini disebut juga variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*.<sup>8</sup> Yang menjadi variabel bebas dari *riset* ini yakni *brand image* (X1), *lifestyle* (X2), dan persepsi harga (X3).

**D. Variabel Operasional**

**Tabel 3.1**  
**Definisi Variabel Operasional**

Variabel Operasional	Definisi Operasional	Indikator	Referensi
<i>Brand image</i> (X1)	<i>Brand image</i> ialah sekumpulan persepsi, keyakinan dan kesan dari konsumen atau seseorang dalam menentukan suatu merek ( <i>brand</i> ).	- <i>Corporate image</i> (citra pembuat) - <i>Product image</i> (citra produk), - <i>User Image</i> (citra pemakai)	Laila Dairina dan Vicky F Sanjaya, “Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Produk Sepatu Merek Converse),” At-Tawassuth:

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 1999), 32.

<sup>7</sup> Sugiyono, 33.

<sup>8</sup> Sugiyono, 33.

			Jurnal Ekonomi Islam. Vol 7 No 1, 2022.
<i>Lifestyle</i> (X2)	<i>Lifestyle</i> (gaya hidup) ialah gambaran kehidupan sehari-hari seseorang dalam bertingkah laku yang dilihat dari aktivitas, minat, dan ketertarikan yang cenderung berubah dari masa ke masa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktivitas (<i>activites</i>)</li> <li>- Minat (<i>interest</i>)</li> <li>- Pendapat (<i>opinion</i>)</li> </ul>	Philip Kotler dan Gary Armstrong, <i>Prinsip-prinsip Pemasaran</i> , (Jakarta: Erlangga 2008) .
Persepsi harga (X3)	Persepsi harga ialah penilaian oleh konsumen terkait harga terhadap suatu produk apakah termasuk kategori tinggi, rendah atau wajar serta penilaian mengenai kesesuaian manfaat dari produk tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterjangkauan harga,</li> <li>- Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>- Daya saing harga</li> <li>- Kesesuaian harga dengan manfaat.</li> </ul>	Tjong Su Ling dan Anton Widio Pratomo, “Pengaruh <i>Brand Image</i> , Persepsi Harga dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor”, Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Kesatuan, Vol 1 No. 1, 2020.
Keputusan pembelian	Keputusan pembelian ialah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemantapan membeli setelah</li> </ul>	Iis Miati, “Pengaruh

(Y)	tahap terakhir dimana konsumen dihadapkan diantara dua pilihan sebelum melakukan pembelian yaitu memilih untuk membeli atau tidak membeli.	mengetahui informasi produk. - Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai. - Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. - Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain	Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)", Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi, Vol 1 No. 2, 2020.
-----	--	--	--

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan pada *riset* ialah metode kuisisioner melalui *google form* kepada konsumen yang pernah membeli produk fesyen muslim merek Dienna. Metode ini merupakan teknik pengumpulan data yang mana peneliti memberikan beberapa pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>9</sup> Kuisisioner diukur dengan skala pengukuran likert yang diberi skor 1-5 dalam setiap pernyataan. Sehingga peneliti akan memperoleh data guna menyelesaikan suatu masalah serta menguji hipotesis dalam penelitian ini.

#### F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah langkah terakhir dalam kegiatan penelitian untuk menjawab pertanyaan, membuktikan hipotesis serta menjelaskan fenomena yang menjadi latar belakang penelitian.<sup>10</sup> Dalam analisis data ini, peneliti akan menganalisis data dengan alat bantu statistik IBM SPSS versi 25 *for windows*.

<sup>9</sup> Sugiyono, 135.

<sup>10</sup> Muhyiddin, Tarmizi, dan Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal*, 107.

## 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah skala guna memperlihatkan tingkat kebenaran pada suatu alat ukur. Validitas dipakai untuk mengetahui layak atau tidaknya indikator pada *list* pernyataan (kuisisioner) dalam menafsirkan suatu variabel. Dalam perhitungan uji validitas, digunakan rumus uji korelasi *product moment* atau korelasi *pearson* yaitu dengan menghubungkan antara item yang didapat dari beberapa pertanyaan. Adapun rumus korelasi *product moment* jika dihitung secara manual adalah sebagai berikut:<sup>11</sup>

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dimana:

r : koefisien korelasi

x : nilai skor butir

y : nilai skor total

N : jumlah responden

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df)= n-2, dimana n merupakan keseluruhan sampel dan taraf signifikan (*alpha*) sebesar 0,05 didapat dari  $r_{tabel}$ .<sup>12</sup> Kriteria dalam pengujian validitas instrumen yakni jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (menggunakan taraf signifikansi 0,05) maka setiap pernyataan dinyatakan valid, sebaliknya.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang dipakai mengukur indikator dari variabel dalam suatu kuisisioner. Kuisisioner dinyatakan reliabel apabila diperoleh hasil pengukuran yang sesuai dari waktu ke waktu.<sup>13</sup> Ketetapan dalam mengukur uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), artinya suatu variabel dikatakan reliabel apabila *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,70. Adapun rumus uji reliabilitas jika dihitung secara manual adalah:

<sup>11</sup> Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, 89–90.

<sup>12</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS 25*, 9 ed. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 51.

<sup>13</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS 25*, 9 ed. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 45.

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{1 - \sum \frac{\partial^2}{t}}{\partial \frac{2}{t}} \right)$$

Dimana:

$r$  : koefisien reabilitas instrument (*cronbach's alpha*)

$k$  : banyaknya butir pertanyaan

$\partial \frac{2}{t}$  : total varian

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji statistik yang dipakai untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Kriteria regresi dinyatakan baik apabila memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Dalam hal ini, uji normalitas tidak dilakukan pada setiap variabel melainkan pada nilai residualnya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P Plot, *Skewness* dan *Kurtosis* atau uji *Kolmogorov Smirnov*.<sup>14</sup>

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dipakai untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier berganda memiliki korelasi yang tinggi di antara beberapa variabel bebas. Jika terdapat korelasi yang tinggi di antara beberapa variabel bebas, maka hubungan/korelasi antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Sehingga disimpulkan, asumsi dikatakan baik apabila terbukti bebas dari multikolinearitas. Ada tiga kriteria dalam mendeteksi multikolinearitas pada suatu model:

- 1) Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1, maka model bisa dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Singkatnya, semakin tinggi VIF, maka semakin rendah *Tolerance*.
- 2) Apabila nilai koefisien korelasi antar setiap variabel *independent* < 0,70, maka model bisa dinyatakan bebas dari multikolinearitas, dan sebaliknya.
- 3) Apabila nilai koefisien determinasi ( $R^2$  maupun *Adjusted R<sup>2</sup>*) > 0,60, namun tidak ada variabel *independent* yang berpengaruh terhadap variabel

---

<sup>14</sup> Kurniawan, 156.

dependent, maka diasumsikan model terkena multikolinearitas.<sup>15</sup>

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang dipakai untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu di mana terdapat kesamaan *varians* dari residual satu ke pengamatan yang lain biasa disebut Heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas bisa dilakukan melalui metode *scatter plot* dengan cara memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Kriteria model dikatakan baik apabila tidak terjadi heterosdastisitas, dibuktikan ketika setelah dilakukan pengujian tidak adanya pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit lalu melebar atau sebaliknya. Adapun uji statistik yang dipakai meliputi, uji *Glejser*, uji *Rho Spearman*, uji *Park* atau uji *White*.<sup>16</sup>

## 3. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang dipakai untuk menguji pengaruh atau hubungan secara linear dua atau lebih variabel *independent* terhadap satu variabel *dependent*.<sup>17</sup> Terkait penelitian ini, variabel *independent* berupa *brand image* ( $X_1$ ), *lifestyle* ( $X_2$ ), persepsi harga ( $X_3$ ) dan variabel *dependent* berupa keputusan pembelian ( $Y$ ). adapun rumus dalam model persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_1$$

Keterangan:

$Y$  : variabel *dependent* (keputusan pembelian)

$\alpha$  : koefisien konstanta

$\beta_1$  : koefisien regresi *brand image*

$\beta_2$  : koefisien regresi *lifestyle*

$\beta_3$  : koefisien regresi persepsi harga

<sup>15</sup> Kurniawan, 157.

<sup>16</sup> Kurniawan, 158.

<sup>17</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, 2 ed. (Ponorogo: CV. WADE GROUP bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press, 2016), 161, [https://www.google.co.id/books/edition/Analisis\\_Statistik\\_Ekonomi\\_dan\\_Bisnis\\_De/MQCGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Statistik_Ekonomi_dan_Bisnis_De/MQCGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0).

- $X_1$  : variabel *independent* (*brand image*)  
 $X_2$  : variabel *independent* (*lifestyle*)  
 $X_3$  : variabel *independent* (*persepsi harga*)  
 $\varepsilon_1$  : Error

b. **Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dipakai guna mengukur besarnya kemampuan model dalam menjelaskan variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi berkisar nol sampai satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin baik pula kemampuan yang didapat dari variabel *independent* dalam menjelaskan variasi *dependent*. Apabila  $R^2$  nilainya kecil, maka kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent* sangat terbatas. Sebaliknya, apabila nilai  $R^2$  mendekati 1, maka variabel *independent* mampu memberikan banyak informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel *dependent*.<sup>18</sup>

c. **Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)**

Uji F dipakai guna menguji pengaruh variabel *independent* ( $X_1, X_2, X_3$ ) secara bersamaan (simultan) terhadap variabel *dependent* (Y).<sup>19</sup> Adapun langkah dalam uji F adalah:

- a) Hipotesis
  - $H_0 : \beta < 0$ , variabel *independent* secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
  - $H_0 : \beta > 0$ , variabel *independent* secara simultan berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b) F tabel,
  - df pembilang = k.
  - df penyebut = n-k-1.
- c) Kriteria penentuan hipotesis
  - $H_0$  ditolak, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau  $sig \leq 0,05$ .
  - $H_0$  diterima, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$ .

<sup>18</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS 25*, 97.

<sup>19</sup> Riyanto dan Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 183.

**d. Uji Parsial (Uji Statistik T)**

Uji T dipakai guna melihat seberapa kuat variabel saling mempengaruhi.<sup>20</sup> Adapun tata cara dalam uji T sebagai berikut:

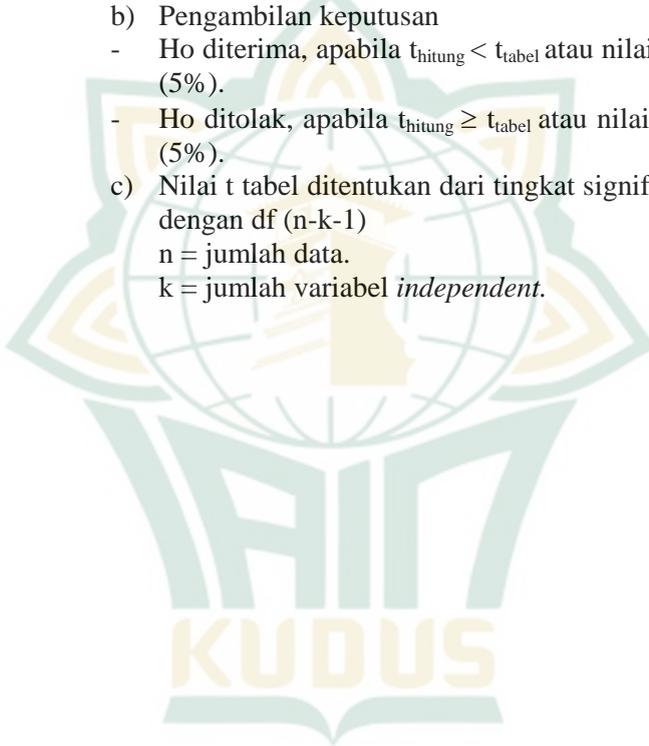
## a) Hipotesis

- $H_0 : b_i = 0$ , variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- $H_0 : b_i \neq 0$ , variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependen*.

## b) Pengambilan keputusan

- $H_0$  diterima, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai sig  $> 0,05$  (5%).
- $H_0$  ditolak, apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau nilai sig  $\leq 0,05$  (5%).

- c) Nilai t tabel ditentukan dari tingkat signifikan (0,05) dengan df (n-k-1)  
n = jumlah data.  
k = jumlah variabel *independent*.



---

<sup>20</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*, 98-99.