

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Terkait judul yang telah dibuat, penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan). penelitian dilapangan digunakan dalam hal mengumpulkan data ataupun informasi langsung dari responden.¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode statistika, jadi fokus penelitian adalah data *numerical*. Tujuannya adalah untuk membuktikan hipotesis dan memastikan bahwa kemungkinan kesalahan penolakan hipotesis adalah nihil.²

B. Setting Penelitian

Penentuan tempat lokasi bermaksud untuk memudahkan dan juga memperjelas hal-hal yang nantinya akan menjadi target penelitian. Tempat ini ditentukan karena adanya korelasi dengan judul penelitian. Mengingat bahwa mahasiswa sekarang selalu mengikuti perkembangan teknologi termasuk *smartphone*, maka iphone merupakan merek yang selalu dipertimbangkan dalam pemilihan *smartphone*. Hal ini berorientasi pada peneliti yang ingin meneliti seberapa banyak mahasiswa yang memiliki ataupun menggunakan *smartphone* iPhone. Lokasi penelitian ini dilakukan di IAIN Kudus tepatnya pada mahasiswa prodi Ekonomi Syari'ah.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Area generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang kualitas dan karakteristik sudah ditetapkan oleh penentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik

¹ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Pers, 2009), 43.

² Saifudin Anwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2001), 5.

kesimpulanya disebut populasi.³ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi Ekonomi Syari'ah IAIN Kudus yang membeli dan menggunakan *smartphone* iPhone. Namun, pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlah mahasiswa yang membeli dan menggunakan *smartphone* iPhone.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap telah mewakili atau menggambarkan populasi.⁴ Rumus pendekatan *Isac Michel* dipergunakan untuk penentu jumlah sampel karena jumlah dalam penelitian ini yang tidak diketahui secara pasti.⁵

$$n = \frac{(Z\alpha/2)^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- Z = tingkat kepercayaan/signifikansi 5% (1,96)
- p = proporsi yang diharapkan (0,5)
- q = proporsi yang tidak diharapkan (1-p = 0,5)
- e = *margin of error* (0,10)

Berdasarkan rumus yang dijelaskan di atas, maka diperoleh hitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2} \\ &= 96,04/97 \text{ responden} \end{aligned}$$

Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel karena dianggap sesuai dengan kriteria sampel penelitian yang dibutuhkan.⁶

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 80.

⁴ Nurlita T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep Dan Rencana Proposal*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 70-71.

⁵ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual. Dan Aplikasi Spss Versi 17, 1st Ed.* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 149.

⁶ Muhyiddin Dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial Teori, Konsep, Dan. Rencana Proposal*, 74.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

- a. Variabel Bebas (*variable independen*)

Merupakan suatu variabel dimana bisa memberikan pengaruh variabel lain.⁷ Berdasar pada penelitian variabel independen pada penelitian ini ialah *life style, reference group* dan citra merek.

- b. Variabel Terikat (*variable dependen*),

Merupakan variabel terstruktur dimana bisa terpengaruhi variabel lain.⁸ Berdasar pada penelitian variabel dependen penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Variabel dan Definisi	Dimensi	Indikator
1.	<i>Life style (X1)</i> <i>Lifestyle</i> (gaya hidup), adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. ⁹	<i>a. Activities</i>	➤ Aktivitas kegiatan sehari-hari dalam membeli produk
		<i>b. Interest</i>	➤ Ketertarikan dalam produk
		<i>c. Opinion</i>	➤ Rekomendasi mengenai produk
2.	<i>Reference group (X2)</i> <i>Reference group</i>	a. pengetahuan	➤ memberi informasi detail tentang jenis produk.

⁷ Jonathan Suwono, *Statistik Multivariat Aplikasi Untuk Riset Skripsi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013),62.

⁸ Hardani, Dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, 305.

⁹ Yanna Christina Marini, Marsudi Lestariningsih, Pengaruh Kualitas Produk Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Celebrity Endorser Mglow, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 2022.

No.	Variabel dan Definisi	Dimensi	Indikator
	digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respons afektif, kognitif, dan perilaku. ¹⁰	b. kredibilitas	➤ teman yang memberikan informasi perihal produk dan bisa dipercaya.
c. pengalaman		➤ pengalaman mempengaruhi keputusan pembelian produk.	
d. Keaktifan		➤ teman yang sering memberi usulan mengenai produk.	
3.	Citra merek (X3) Citra merek adalah asosiasi yang aktif di memori ketika seseorang berpikir tentang merek tertentu. ¹¹	a. <i>Recognition</i>	➤ kemudahan mengenal dan mengingat merek.
b. <i>Reputation</i>		➤ kepercayaan produk ➤ reputasi merek produk dimata konsumen	

¹⁰ Keren Happuch Risananda Rosandy, Syaifuddin Fahmi, Pengaruh Social Media Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Purchase Decision Dengan Group Reference Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Rias Di Wilayah Kabupaten Pasuruan), *Jurnal Ilmiah Hospitality*, Juni 2022.

¹¹ Heru Noor Rokhmawati, Heru Kuncorowati, Lalu Supardin, Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta, *Jurnal Ilmiah Hospitality*, Juni 2022.

No.	Variabel dan Definisi	Dimensi	Indikator
		c. <i>affinity</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ kesesuaian merek ➤ kebanggaan terhadap merek
4.	Keputusan pembelian (Y)	a. pilihan produk	➤ keputusan membeli produk
	keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh kebiasaan, dalam kebiasaan membeli ini termasuk kapan pembelian dilakukan, kapan pembelian dilaksanakan dan dimana pembelian tersebut dilakukan. ¹²	b. pilihan merek	➤ keputusan tentang merek
		c. pilihan penyalur	➤ penyalur
		d. waktu pembelian	➤ kapan akan melakukan pembelian
		e. jumlah pembelian	➤ seberapa banyak produk yang akan dibeli
		f. metode pembayaran	➤ pilihan pembayaran menggunakan cash atau kartu debit

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Instrument yang menghitung korelasi antara skor uji coba dan skor dari alat ukur lain yang telah dibakukan atau diasumsikan sangat valid.¹³

¹² Maulina Br Marbun, Hapzi Ali, Fransiskus Dwikoco, Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran), *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Juli 2022.

¹³ Nurlita T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, Anna Yulianita, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep Dan Rencana Proposal*, 94-95.

Peneliti menggunakan SPSS dalam menguji uji validitas. Hasil r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* ($df = n-2$), dimana n yaitu jumlah sampel dengan nilai signifikansi 5% (0,05). Jika r tabel $<$ r hitung maka item dinyatakan valid.¹⁴

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan stabilitas item angket. Pengukuran uji reliabilitas menggunakan rumus *cronbach alpha* (α). item pertanyaan dinyatakan reliabel bilamana nilai *cronbach alpha* (α) $>$ 0,6.¹⁵

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner ialah rangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk diisi oleh responden.¹⁶ Dalam metode angket ini nantinya akan menggunakan skala likert. Skala likert adalah suatu ukuran yang dimanfaatkan untuk menguji tindakan, anggapan, dan pandangan individu berkaitan dengan fenomena-fenomena dimasyarakat.¹⁷ Dengan mengacu pada indikator variabel, skala likert digunakan untuk mengukur perilaku, pendapat, dan persepsi individu terhadap situasi sosial yang kemudian dapat dibuat pertanyaan. Adapun pemberian nilai pada skala likert sudah digambarkan pada tabel berikut:¹⁸

Option skala likert	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2

¹⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Spss Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 192.

¹⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Spss Untuk Penelitian*, 192.

¹⁶ Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 162.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R & D*, 134.

¹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 104.

Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

2. Metode Dokumentasi

Cara pengumpulan informasi atau data-data melalui pengujian arsip dan dokumen-dokumen.¹⁹ Data yang diperlukan dalam hal ini adalah gambaran umum IAIN Kudus.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data ditujukan guna melihat variabel melakukan distribusi normal atau sebaliknya. Uji ini bisa dilaksanakan melalui beberapa cara seperti uji kolmogorof smirnov. Dengan ketentuan syarat dimana signifikan $> 0,05$ diartikan variabel melakukan distribusi normal.²⁰

b. Uji Multikolinieritas

Tujuannya untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam satu model regresi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).²¹ Tidak terjadi masalah multikolinieritas ketika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Sebaliknya, terjadi masalah multikolinieritas ketika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 .²²

c. Uji Heterokedastisitas

Menguji ketidaksamaan *variance residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika hasil *variance residual* dari satu pengamatan ke pengamatan

¹⁹ Vina Febiani Musyadad Dkk, Supervisi Akademik Untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Dalam Membuat Perangkat Pembelajaran, *Jiip (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, Vol 5 No. 6, Juni 2022.

²⁰ Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 187-195.

²¹ V. Wiratna Sujarweni, *Spss Untuk Penelitian*, 185.

²² Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss21 Update Pls Regresi, 7th Edn* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 108.

lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut dengan heterokedastisitas.²³

Adapun dalam mendeteksi adanya heterokedastisitas, peneliti bisa melalui beberapa metode yakni :

1) Metode grafik *scatter plot*

Metode grafik *scatter plot* merupakan suatu metode dengan menggunakan pola grafik *scatter plot* antara *studentized residual* (SRESID) dan *standardized predicted value* (ZPRED) dimana sumbu Y ialah yang sudah diperkirakan, dan sumbu X ialah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$). Pokok analisis datanya yaitu bila terdapat pola khusus seperti berbagai titik yang terdapat mewujudkan model spesifik yang beraturan (bergelombang, melebar kemudian menyempit), Sehingga bisa diringkas ada heterokedastisitas. Sedangkan bila tidak terdapat konsep yang jelas seperti berbagai titik menyebar diatas dan dibawah 0 dalam sumbu Y, maka tidak ada heterokedastisitas.²⁴

2) Uji Glejser

Adapun ketentuan dasar dalam pengujian yakni signifikansi 0,05, diartikan tidak ada heterokedastisitas, sedangkan bila signifikansi 0,05, bisa diartikan terdapat heterokedastisitas.²⁵

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Pembuktian dipakai guna memperkirakan skor variabel dependen bila skor independen terjadi penambahan atau penurunan serta guna menganalisis

²³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS21 Update PLS Regresi, 7th Edn*”, 139.

²⁴ Dewi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan Spss 20*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 165.

²⁵ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), 122-123.

hubungan diantara variabel independen dan variabel dependen.²⁶ Bentuk persamaan regresi berganda:²⁷

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi untuk variabel independen *life style*

b2 = Koefisien regresi untuk variabel independen *reference group*

b3 = Koefisien regresi untuk variabel independen citra merek

X1 = *Life style*

X2 = *Reference group*

X3 = Citra merek

e = Koefisien error

b. Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tujuan uji koefisien determinasi (Uji R²) adalah mengukur kemampuan dalam menjelaskan variabel dependen. Syarat dalam pengambilan keputusan uji ini dinyatakan sebagaimana berikut:²⁸

- 1) Ketika nilai koefisien determinasi (R²) kecil atau mendekati nol, maka kemampuan menjelaskan variabel independen pada variabel dependen kecil atau terbatas.
- 2) Ketika nilai koefisien determinasi (R²) mendekati satu, maka kemampuan menjelaskan variabel independen pada variabel dependen lebih besar.

c. Uji Statistik F

Pada dasarnya Uji statistik F dilaksanakan dengan maksud supaya diketahui variabel independen secara simultan berpengaruh pada variabel dependen. Ketentuan syarat pengujian uji ini dilihat dari nilai signifikansi < 0,05 dan skor F hitung > F table, maka bisa disederhanakan jika variabel independen memiliki

²⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistic Data Dengan Spss*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 61.

²⁷ Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 123.

²⁸ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS21 Update PLS Regresi, 7th Edn*, 97.

pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.²⁹

d. Uji Statistik t

Adanya pengaruh uji statistik t dipakai guna menilai secara pasial variabel bebas bisa mempengaruhi variable terikat. Pengujian ini dilaksanakan melalui perbandingan dua sampel terhadap nilai rata-rata dengan standar eror. Adapun kriteria ketentuan pengujian ini yaitu :

- 1) Membandingkan nilai signifikansi
 - a) Jika skor signifikansi $<$ probabilitas 0,05, diartikan hipotesanya tidak ditolak.
 - b) Jika skor signifikansi $>$ probabilitas 0,05, diartikan hipotesanya tidak diterima
- 2) Membandingkan nilai t hitung dan t tabel
 - a) Bila t hitung $>$ t tabel, artinya hipotesa tidak ditolak.
 - b) Bila t hitung $<$ t tabel, artinya hipotesa tidak diterima.³⁰

²⁹ Iriilus Seran , *Metode Penelitian Ekonomi Dan Sosial*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 188-189.

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS21 Update PLS Regresi, 7th Edn*”, 98.