REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Strategi asosiatif digunakan dalam penelitian ini, yaitu strategi dalam penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sementara itu, penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dikarenakan dalam penelitian kuantitatif dilakukan dengan menganalisis statistik untuk dapat menjawab hipotesis atau pertanyaan penelitian dimana hasil data yang diperoleh berupa angka (frekuensi atau peringkat dan nilai atau skor) dan untuk memprediksi mengenai variabel tertentu yang dapat mempengaruhi variabel lainnya dengan syarat sampel yang diambil adalah *representative* (dapat mewakili).[1]

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei yang bertujuan untuk mendapatkan data atau fakta maupun informasi yang akurat terkait penelitian mengenai pengaruh *brand image*, gaya hidup, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada mie gacoan kudus.[2]

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Populasi adalah generalisasi wilayah meliputi subjek ataupun objek yang ciri dan karakteristiknya ditentukan oleh peneliti untuk dikaji dan disimpulkan.[3] Populasi dalam penelitian menggunakan seluruh mahasiswa FEBI IAIN Kudus yang pernah menjadi konsumen di Mie Gacoan Kudus, dapat diperkirakan jumlahnya mencapai lebih dari 1000 mahasiswa.

2. Sampel

   Sampel termasuk dalam bagian dari populasi yang dipilih dengan cara tertentu, untuk kemudian disimpulkan dapat mewakili seluruh populasi. Sampel diambil dikarenakan keterbatasan waktu, dana, tenaga, dll. Sampel itu sendiri memiliki ciri dan karakteristik yang sama dengan populasi.[4]

   Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus tertentu dengan disesuaikan jenis dan persamaan yang ada. Teknik *non probability sampling* digunakan dalam penelitian ini, dengan tipe *purposive sampling* yang dimana

[1] Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitaif* (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 16.
[2] Sidik Priadana and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 24.
[3] Priadana and Sunarsi, 159.
[4] Priadana and Sunarsi, 159.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pengambilan sampel dilakukan dengan beberapa pertimbangan tertentu. Dimana pengambilan sampel itu didasarkan dengan pertimbangan ciri dan karakteristik dari populasi yang dapat mewakili. Pertimbangan tersebut adalah:

a. Mahasiswa FEBI IAIN Kudus
b. Pernah menjadi konsumen Mie Gacoan Kudus

Karena jumlah populasinya tidak diketahui maka, rumus yang digunakan:[5]

$$n = \frac{z^2 xp\ (1-p)}{e^2}$$

Keterangan :
n = Kuantitas sampel minimum
Z = Area dibawah kurva normal
P = Proporsi maksimal estimasi
E = tingkat kesalahan

Cara menghitung sampel ;

Proporsi sampel mahasiswa FEBI IAIN Kudus yang mengkonsumsi mie gacoan akan diestimasi oleh peneliti. Jumlah minimal sampel yang harus digunakan jika nilai Z adalah 1,96 dan tingkat kepercayaan 90 persen. Karena nilai taksiran maksimum tidak diketahui, diasumsikan 0,5, dan tingkat kesalahan 10%, atau 0,10.

$$n = \frac{1{,}96^2 x\ 0{,}5\ x\ (1-0.5)}{0{,}10^2}$$

$$n = \frac{0{,}9604}{0{,}01} = 96{,}04 = 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka, jumlah sampel terpilih yang digunakan adalah sebanyak 100 orang responden.

3. Identifikasi Variabel

Variabael penelitian adalah segala bentuk apapun untuk diteliti yang kemudian menghasilkan data untuk disimpulkan. Variabel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

a. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dari penelitian ini yaitu:
X1 : *Brand Image*
X2 : Gaya Hidup

[5] Edi Supriyadi, *SPSS + Amos: Statistikal Data Analysis* (Bogor: In Media, 2014), 19.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

X3 : Kualitas Poduk

b. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel terikat adala variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

4. Variabel Opsional

Variabel opsional adalah nilai yang mempunyai variasi yang telah ditentukan oleh peneliti untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulan. Variabel opsional harus dijelaskan oleh peneliti agar dapat menghindari kesalahan dalam pengumpulan data nantinya.

Tabel 3. 1
Variabel Opsional

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Teknik Pengambilan Data
1.	*Brand Image* (X1)	*Brand image* adalah keyakinan dan pandangan yang dipegang oleh konsumen, seperti memori yang terdapat dalam ingatan seorang konsumen.[6]	1. *Affinity* (daya Tarik) 2. *Recognition* (pengenalan) 3. *Reputation* (reputasi) 4. *Loyalty* (kesetiaan)	Skala Likert
2.	Gaya Hidup (X2)	Gaya hidup (*life style*) adalah cara pandang, sikap maupun tindakan seorang individu untuk menjalani hidupnya dengan menggunakan kekayaan dan uangnya pada aktivitas atau kegiatan dalam kesehariannya.[7]	1. Aktivitas 2. Minat (*interest)* 3. Pendapat *(Opinion)*	Skala Likert

[6] Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencana, Implementasi Dan Pengendalian*.

[7] Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), 64.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

3.	Kualitas Produk (X3)	kualitas produk adalah fungsi, keadaan fisik, dan sifat produk yang bersangkutan dimana produk tersebut harus dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan menimbulkan rasa puas yang sesuai dengan nilai uang yang telah dikeluarkan untuk produk tersebut.[8]	1. Rasa 2. Aroma 3. Tekstur 4. Porsi 5. Penyajian 6. Suhu.	Skala Likert
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian ialah sebuah keputusan yang diambil oleh calon konsumen pada produk atau jasa yang akan dibelinya. Keputusan pembelian adalah sebuah tingkah laku yang dilakukan konsumen pada saat membeli suatu produk atau jasa.[9]	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian.[10]	Skala Likert

[8] Supriyadi and dkk., "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang)," *2017*, *Jurnal Bisnis dan manajemen 4*, no. 1, 76.

[9] Ratna Ekasari and Erni Dwi Mandasari, "Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing, Dan Citra Brand Pada Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo," *2021*, *Iqtisha 4*, no. 1, 9.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

C. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data adalah salah satu langkah dalam mendapatkan data yang nantinya akan diolah dan disimpulkan.

1. Kuesioner

   Kuesioner ialah sebuah alat unuk mengumpulkan data yang berupa serangkaian pertanyaan yang diberikan kepada responden dengan tujuan agar responden menjawabnya.[11] Pengiriman survei kepada responden dapat dilakukan melalui beberapa cara, antara lain melalui surat, *whatsApp, e-mail, g-mail, google form,* atau langsung kepada mereka saat pertemuan tatap muka baik kelompok maupun individu.[12]

   Data tanggapan mahasiswa FEBI IAIN Kudus konsumen mie gacoan dikumpulkan dengan menggunakan teknik ini. Pendekatan kuesioner menggunakan lima tingkat respons dan dibuat menggunakan metode skala Likert untuk mengumpulkan data subjektif meliputi:

Tabel 3. 2
Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	Skor 5
Setuju (S)	Skor 4
Netral (N)	Skor 3
Tidak Setuju (TS)	Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Skor 1

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah Pendekatan analitis yang akan digunakan peneliti untuk mengkaji data yang telah dikumpulkan. Setiap masalah dalam penelitian seringkali menguraikan data yang telah dikumpulkan dan kerumitan masalah mempengaruhi berbagai variabel yang terlibat dalam proses penelitian.[13] Berikut teknik analisis datanya:

1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen
   a. Uji Validitas

      Uji validitas digunakan untuk mengetahui akurat atau tidaknya informasi yang diperoleh dari kuesioner penelitian. Klaim yang disertakan dalam data harus signifikan dan dapat

---

[10] Kotler, Philip, and Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1* Edisi Ke 13. Diterjemahkan Oleh Bob Sabran. (Jakarta: Erlangga), 2009.

[11] Husein Umar, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002).

[12] Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2020), 92.

[13] Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 115.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dipercaya agar data memiliki tingkat akurasi dan konsistensi yang lebih baik. Berikut korelasi *person product moment* yang dikembangkan dalam uji validitas untuk memastikan nilai korelasinya.[14] Kriteria penentuan uji validitas adalah sebagai berikut:

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

1) Butir tersebut dianggap valid apabila sig < 0,1 atau r hitung > r tabel.
2) Butir dinyatakan tidak valid adalah butir dengan r hitung < r tabel atau sig > 0,1.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk menunjukkan seberapa konsisten data pengukuran diperoleh. Temuan uji reliabilitas bersifat obyektif karena orang yang mengukur tidak mempunyai pengaruh terhadap hasilnya. Untuk uji reliabilitas dibandingkan dengan nilai *Cronbach's alpha* pada taraf signifikansi 0,60. Pedoman pengujiannya adalah sebagai berikut:[15]

1) Jika nilai *Cronbach's alpha* suatu instrumen lebih dari 0,60, maka dianggap reliable.
2) Jika nilai *Cronbach's alpha* suatu instrumen kurang dari 0,60, maka tidak reiable.

2. Uji Asumsi Klasik

Memastikan bahwa persamaan regresi yang diperoleh menilai data secara tepat adalah tujuan dari pengujian variabel penelitian dan model regresi, yang merupakan uji asumsi klasik. Macam-macam bentuk asumsi klasik adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dan dependen dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang berhasil memerlukan distribusi data yang normal atau mendekati normal. Kemampuan suatu distribusi data untuk mengikuti distribusi normal, kadang disebut distribusi berbentuk lonceng, atau sejenisnya dapat dipastikan dengan menggunakan uji normalitas data.

Semua variabel diuji pada waktu yang sama. Faktanya, uji normalitas dalam analisis *multivariate* dan regresi agak

[14] Sanusi, 76.
[15] Sanusi, 80.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

rumit. Namun pengujian ini dapat dilakukan terhadap setiap variabel, karena jika secara individual semuanya ditemukan normal, maka variabel tersebut secara keseluruhan *(multivariat*e) juga dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas.[16]

b. Uji Multikoliniearitas

Adanya korelasi antar variabel independen dalam regresi adalah tujuan dari uji multikolinieritas. Sama sekali tidak ada korelasi antar variabel independen dalam model regresi yang layak. Ketika variabel independen dikorelasikan satu sama lain, variabel ortogonal tidak dihasilkan. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang tidak mempunyai hubungan satu sama lain. Memeriksa nilai R2, jaringan interaksi faktor antara variabel independen, nilai toleransi dan nilai berlawanan, serta faktor ekspansi fluktuasi (VIF) untuk menilai apakah model regresi menunjukkan multikolinieritas.[17]

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah varians residu bervariasi dari satu observasi ke observasi berikutnya dalam model regresi, digunakan uji heteroskedastisitas. Disebut homoskedastisitas jika varian antar observasi tetap, dan disebut heteroskedastisitas jika varian antar observasi berbeda-beda. Kerangka pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas didasarkan pada:

1) Tidak terjadinya heteroskedastisitas disimpulkan jika nilai signifikansi lebih besar dari α (0,1).
2) Jika nilai signifikansinya kurang dari α (0,1), maka disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.[18]

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai dampak terhadap variabel dependen. Jika terdapat beberapa variabel independen dalam penyelidikan, analisis regresi linier berganda digunakan. Penelitian ini memiliki tiga variabel independen, sehingga masuk akal jika dimasukkan ke dalam persamaan di bawah ini[19]

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

[16] Umar, *Metode Riset Bisnis*, 101-102.
[17] Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitaif*, 106.
[18] Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (New Edition Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian)* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 108.
[19] Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 135.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Diketahui:

Y : Keputusan Pembelian
a : Konstanta
b1 : Koefisien regresi *brand image*
b2 : Koefisien regresi gaya hidup
b3 : Koefisien regresi kualitas produk
x1 : *Brand image*
x2 : Gaya hidup
x3 : Kualitas Produk

4. Uji Hipotesis
   a. Uji t, atau uji signifikansi koefisien regresi secara parsial

      Tujuan dari penerapan uji ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *brand image*, gaya hidup, dan kualitas produk (X) berpengaruh terhadap varibel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut.[20]

      1) Buat hipotesis alternatif dan hipotesis nol.
         H1 : b1 ≠ 0
         H0 : b1 = 0
      2) Gunakan rumus t = $\frac{b_1}{s_{b_1}}$ untuk menentukan nilai t.
      3) Untuk inisial asli tertentu, bandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel.
      4) Mengambil keputusan berdasarkan sifat-sifat berikut ini:
         Jika t hitung > t tabel, maka H0 ditolak, sedangkan Ha diterima jika t hitung ≤ t tabel.

   b. Uji R^2 atau koefisien determinasi

      Koefisien determinasi merupakan salah satu ciri pembeda yang dapat digunakan untuk menilai apakah terdapat hubungan dampak antara kedua komponen tersebut. Persentase varians nilai variabel terikat yang dapat dipertanggungjawabkan persamaan regresi yang dihasilkan ditampilkan dengan koefisien determinasi..[21] Koefisien determinasi dapat digunakan untuk menghitung sejauh mana perubahan nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variabel

[20] Sanusi, 138.
[21] Algifari, *Analisis Regresi Teori Kasus Dan Solusi* (Yogyakarta: BPFE, 2011), 66.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

bebas. Kisaran nilai koefisien determinasi adalah nol sampai satu.[22]

[22] Purbayu Budi Santosa and Muliawan Hamdani, *Statistika Deskriptif Dalam Bidang Ekonomi Dan Niaga* (Jakarta: Erlangga, 2007), 256.

REPOSITORI IAIN KUDUS