

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu cara prosedur atau langkah yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengelola data serta menganalisis data dengan menggunakan teknik dan cara tertentu. Langkah-langkah dalam metode penelitian ini adalah:

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Tujuan penelitian studi kasus atau lapangan adalah mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau komunitas.¹ Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, citra merek dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian Eiger di Kudus.

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, metode penelitian kuantitatif adalah cara untuk memperoleh ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang dihadapi dan dilakukan secara hati-hati dan sistematis, dan data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka.²

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas, suatu obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³ Populasi (*universe*) merupakan totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang diteliti sebagai bahan penelitian. Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.⁴ Penelitian kali ini populasinya adalah konsumen Eiger di Kudus.

¹ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 8.

² Toto Syatori dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 68.

³ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015), 55.

⁴ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2016), 223.

Sedangkan sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.⁵ Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Eiger di Kudus yang telah melakukan pembelian sebanyak dua kali.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu yang beragam atau bervariasi.⁶ Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Disebut juga variabel pengaruh yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain yang tidak terbatas. Variabel independen dalam penelitian ini adalah gaya hidup, citra merek dan perilaku konsumtif.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain yang sifatnya tidak dapat berdiri sendiri.⁷ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

D. Variabel Operasional

Untuk menguji hipotesis dan mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini serta untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman atau perbedaan pandangan dalam mendefinisikan perbedaan variabel yang dianalisis, maka perlu adanya definisi operasional.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Def. Operasional	Indikator	Skala
Gaya Hidup (X1)	Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh	a. Aktivitas (<i>activity</i>) terdiri dari: bekerja, hobi, liburan,	Likert

⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2018), 78.

⁶ Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2018), 9.

⁷ Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, 9.

	<p>bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya.⁸</p>	<p>olahraga. b. Ketertarikan (<i>interest</i>) terdiri dari: pekerjaan, komunitas, rekreasi, mode. c. Pendapat (<i>opinion</i>) terdiri dari: diri mereka sendiri, isu sosial, budaya.⁹</p>	
Citra Merek (X2)	<p>Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap perusahaan atau produknya. Citra merek tidak dapat ditanamkan di dalam pikiran konsumen dalam waktu cepat dan melalui satu media saja, melainkan harus disampaikan kepada konsumen melalui tiap sarana komunikasi yang tersedia dan disebarakan secara terus menerus, tanpa citra yang kuat sangatlah sulit untuk suatu perusahaan dapat menarik konsumen baru untuk membeli produk dari perusahaan tersebut dan mempertahankan</p>	<p>a. Kepribadian (<i>personality</i>) b. Reputasi (<i>reputation</i>) c. Nilai-nilai (<i>value</i>) d. Identitas Perusahaan (<i>corporate identity</i>)¹¹</p>	Likert

⁸ Yunita dan Yessy Artanti, “Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pria di Kabupaten Mojokerto”, *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 4 (2017): 1435.

⁹ Masnida Khairat, Nur ‘Aisyiah Yusri dan Shanty Yuliana, “Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi”, *Jurnal Al-Qalb* 10, no.2 (2018): 134.

	konsumen yang telah ada. ¹⁰		
Perilaku Konsumtif (X3)	Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas, dimana belum habis produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. ¹²	<ul style="list-style-type: none"> a. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. b. Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap prestige. c. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. d. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. e. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).¹³ 	Likert
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah bentuk pendekatan	<ul style="list-style-type: none"> a. Pilihan produk b. Pilihan merek 	Likert

¹¹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: CV Alfabeta, 2017), 268.

¹⁰ Firman Fauzi dan Ramadhia Asri, “Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di Wilayah Jakarta Barat)”, *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, no. 2 (2020): 87.

¹² Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 117.

¹³ Putri Indar Rahmani, “Pengaruh Perilaku Konsumtif dan *Country of Origin* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Wanita Bekerja di Wilayah Surabaya)”, *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 2 (2019): 510.

(Y)	penyelesaian masalah dengan pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian produk dan jasa. ¹⁴	c. Pilihan saluran pembelian d. Waktu pembelian e. Jumlah pembelian ¹⁵
-----	---	---

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah meliputi :

1. Metode Angket/Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁶ Dalam metode angket didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden.

2. Metode Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.¹⁷ Dalam penelitian ini jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar. Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka

¹⁴ Putri Indar Rahmani, “Pengaruh Perilaku Konsumtif dan *Country of Origin* terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi pada Wanita Bekerja di Wilayah Surabaya)”, *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 2 (2019): 509.

¹⁵ Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 90-92.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 199.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 64.

yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi. Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti meliputi pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu mengamati kondisi fisik Eiger Kudus, mengamati letak geografis Eiger Kudus.

3. Metode Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang berikutnya adalah metode dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang telah tercatat atau terdada dalam suatu laporan atau pembukuan. Sehingga peneliti tidak melakukan pengolahan langsung. Data ini berupa gambaran umum, jumlah karyawan, badan hukum, struktur organisasi dan lainnya.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dalam pemahaman ini, sebuah kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal, dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi.¹⁸

Kaidah pengambilan keputusan uji validitas adalah apabila item pertanyaan mempunyai korelasi yang bermakna (*construct validity*) dengan skor total instrument dengan nilai korelasi lebih dari 0.40 dan atau nilai signifikansi tiap item dibawah 0.05 maka kuesioner dinyatakan valid.¹⁹

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau

¹⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS Untuk Pemula*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2017), 88.

¹⁹ Agus Eko Sujianto, 89.

stabil dari waktu ke waktu.²⁰ Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, bila koefisien $\alpha > 0,60$ maka instrumen dikatakan handal.

2. Deskriptif Statistik

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan hasil penelitian dengan cara menggambarkan objek penelitian yang terdiri dari keadaan responden yang diteliti dan distribusi item masing-masing variabel. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner dalam bentuk pernyataan dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan, maka kegiatan selanjutnya adalah mengolah data dan mentabulasikan ke dalam tabel frekuensi dan kemudian membahas data yang diolah tersebut secara deskriptif.

Dalam statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, piktogram, penjelasan kelompok melalui modus, median, mean dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku.²¹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Berdasarkan *normal probability plot* jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Undip, 2015), 41.

²¹ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 21.

adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.²²

c. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

Tabel 3.2 Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autorekolasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autorekolasi positi	Tidak ada keputusan	$dl < d < du$
Tidak ada autorekolasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autorekolasi negatif	Tolak	$4 - du < d < 4 - di$
Tidak ada autorekolasi positif/negatif	Tidak ada keputusan Terima	$Du < d < 4 - du$

d. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan meliaht grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).²³

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional. Korelasi yang tidak dilanjutkan regresi adalah korelasi antara dua variabel yang tidak mempunyai hubungan kausal atau sebab akibat, atau hubungan fungsional. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti karena peneliti

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Undip, 2015),91.

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, 105.

bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik-turunkan nilainya). Untuk mengungkap sejauh mana variabel pengaruh kepemimpinan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan maka digunakan analisis ini.

Analisis regresi berganda digunakan untuk mencari bentuk pengaruh secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Model persamaan regresi yang digunakan untuk dua prediktor sebagai berikut:²⁴

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Nilai hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat
 a = Bilangan konstanta
 b_1 - b_3 = Koefisien regresi X_1 - X_3
 X_1 = Variabel Gaya Hidup
 X_2 = Variabel Citra Merek
 X_3 = Variabel Perilaku Konsumtif
 e = *error*

b. Uji t Parsial

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.²⁵ Adapun langkah pengujian uji t adalah :

- 1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif
 Ho : $b_i = b_1 = b_2 \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.
 Ho : $b_i = b_1 = b_2 < \neq 0$, ada pengaruh bermakna antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.
- 2) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 5%; $df = n$

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2018), 289.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Undip, 2015), 74.

3) Mengambil keputusan dengan menggunakan kriteria berikut ini :

$$t_{hitung} \leq t_{tabel}; \text{ maka } H_0 \text{ diterima}$$

$$t_{hitung} > t_{tabel}; \text{ maka } H_0 \text{ ditolak}$$

4) kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$$\alpha > 5 \text{ persen : tidak mampu menolak } H_0$$

$$\alpha < 5 \text{ persen : menolak } H_0$$

c. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.²⁶ Uji signifikansi dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Adapun langkah pengujian uji t adalah :

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

H_0 : $b_1 = b_2 = b_3 \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata secara bersama - sama variabel dependen dengan variabel independen.

H_a : $b_1 = b_2 = b_3 < \neq 0$, ada pengaruh bermakna secara bersama - sama variabel dependen dengan variabel independen.

2) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 5%; $df = n$

3) Mengambil keputusan dengan menggunakan kriteria berikut ini :

$$F_{hitung} \leq F_{tabel}; \text{ maka } H_0 \text{ diterima}$$

$$F_{hitung} > F_{tabel}; \text{ maka } H_0 \text{ ditolak}$$

4) Kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$$\alpha > 5 \text{ persen : tidak mampu menolak } H_0$$

$$\alpha < 5 \text{ persen : menolak } H_0$$

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, 44.

sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

