

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Pendekatan

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian kepustakaan merupakan jenis penelitian yang digunakan, di mana dalam penelitian ini menggunakan literatur (kepustakaan), seperti jurnal, artikel, buku, catatan, dan laporan dari hasil penelitian sebelumnya.<sup>1</sup>

#### 2. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode ini merupakan pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi.<sup>2</sup> Dimana dalam penelitian kuantitatif data yang diambil kemudian dianalisis dalam bentuk angka. Proses ini dimulai dengan mengumpulkan data, dilanjutkan dengan penerjemah data, dan kemudian menampilkan hasil dari data. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, yaitu suatu model penelitian untuk melakukan analisis mengenai pengaruh dari beberapa variabel terhadap variabel lainnya.

### B. Setting Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Situasi dan kondisi lingkungan sebuah penelitian dilaksanakan merupakan definisi dari lokasi penelitian. Lokasi yang diambil adalah pada akun twitter @collegmenfess.

#### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah situasi masa pelaksanaan penelitian. Pada bulan Juli 2021 waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai.

### C. Populasi Dan Sampel

#### 1. Populasi

Wilayah penyangkapan yang didalamnya berisikan objek atau subyek yang memiliki kualitas dan ciri khas yang sudah ditentukan untuk dipelajari dan akan diambil

---

<sup>1</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 5.

<sup>2</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Amp Ykpn, 2001), 1.

kesimpulannya.<sup>3</sup> Populasi yang digunakan yaitu seluruh pengikut akun twitter @collegmenfess pada bulan September 2021 dengan keseluruhan terdapat 757000 pengikut.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah dari populasi. Jika populasi yang diteliti besar, dan peneliti mungkin tidak dapat mempelajari semuanya, maka peneliti diperbolehkan untuk mempergunakan sampel yang diambil pada populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar dapat mewakili sebab apa yang dipelajari dari sampel kesimpulannya bisa digunakan untuk populasi.<sup>4</sup>

Adapun dalam pengambilan sampel menggunakan metode simple random sampling. Dimana dalam metode ini pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi telah diketahui, berikut rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini adalah 10%)

Dari rumus di atas, maka perhitungan jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{757000}{1 + 757000 \cdot 0,1^2} \\ n &= \frac{757000}{1 + 757000 \cdot 0,01} \\ n &= \frac{757000}{1 + 7570} \\ n &= \frac{757000}{7571} \\ n &= 99,98 \end{aligned}$$

<sup>3</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA CV, 2017), 61.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA CV, 2017), 62.

$$n = 100$$

Dari rumusan di atas, dengan demikian  $n$  yang diperoleh yaitu 100 maka dari itu dalam penelitian ini diharuskan adanya pengambilan data melalui sampel setidaknya sebanyak 100 sampel.

#### D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

##### 1. Desain Variabel

Variabel didefinisikan sebagai objek yang mempunyai perbedaan dari satu objek dengan objek lainnya. Sedangkan kegiatan, objek, nilai atau sifat yang telah ditentukan dan memiliki perbedaan tertentu yang akan dipelajari lalu akan diambil kesimpulannya disebut dengan variabel penelitian.<sup>5</sup>

##### a. Variabel Independen

Variabel bebas merupakan nama lain dari variabel independen. Variabel bebas merupakan variabel yang tindakannya bisa mempengaruhi variabel lain.<sup>6</sup> Variabel independen merupakan variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependennya mulai dari pengaruh secara positif ataupun pengaruh yang secara negatif. Variabel independen yang diteliti dalam hal ini meliputi atas pengetahuan jual beli, *economic benefit*, *past-experience*, dan sikap konsumen pada pemalsuan merek mewah.

##### b. Variabel Dependen

Variabel terikat adalah sebutan lain dari variabel dependen. Variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas dan mendapat pengaruh (dipengaruhi), karena adanya variabel independen.<sup>7</sup> Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian penelitian. Minat beli produk adalah variabel dependennya.

##### 2. Definisi Operasional Variabel

##### a. Variabel Independen

##### 1. Pengetahuan Jual Beli

Pengetahuan yang dipunyai individu bisa memberikan pengaruh pada perilaku individu itu sendiri. Jual beli diartikan yakni memindahkan hak kepemilikan pada individu lainnya disertai adanya imbalan harga.

<sup>5</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Stain Kudus, 2009), 134.

<sup>6</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Stain Kudus, 2009), 134.

<sup>7</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Stain Kudus, 2009), 135.

Pengetahuan jual-beli teridentifikasi menjadi faktor yang memberi pengaruh pada penentuan keputusan untuk membeli.<sup>8</sup>

2. *Economic Benefit*

Semakin banyak pengguna yang tertarik dengan manfaat produk, umur panjang produk dan keandalan produk pada frekuensi tertinggi, terutama jika produk tersebut hanya memiliki nilai fungsi. Konsumen juga menemukan keuntungan lain dalam pembelian mereka. Dua manfaat utama tersebut adalah manfaat ekonomi dan manfaat barang yang dibeli.<sup>9</sup>

3. *Past Experience*

Perilaku masa lalu dianggap sebagai pendahulu untuk perilaku di masa depan dibandingkan dengan efek lain dari persepsi dan niat manajemen perilaku. Perilaku masa depan berdasarkan pengalaman masa lalu.<sup>10</sup>

4. Sikap Konsumen Pada Pemalsuan Merek Mewah

Sikap merujuk terhadap seberapa jauh individu mempunyai nilai yang membawa keuntungan oleh tingkah laku yang ditunjukkannya. Persepsi konsumen maupun sikap mengenai memasukkan barang bisa diberikan pengaruh dari beberapa pendahulu yang sebelumnya.<sup>11</sup>

b. Variabel Dependen

1. Minat Beli

Minat beli yaitu tindakan individu pada saat dirinya memiliki pemikiran oleh tiap-tiap barang serta hal-hal yang muncul di dalam benaknya pada saat awal kali mengenai perihal tersebut serta hal-hal yang

---

<sup>8</sup> Sa'adah Yuliana, dkk., *Transaksi Ekonomi Dan Bisnis Dalam Tinjauan Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Idea Press, 2017), 54.

<sup>9</sup> Khalid Jamil, Muhammad Asghar Ali, dan Naem Akram, "A Study Of Factors Affecting Consumer's Willingness To Buy Counterfeit Products," *Information Management and Business Review* 9, no. 6, (2017): 19.

<sup>10</sup> Khalid Jamil, Muhammad Asghar Ali, dan Naem Akram, "A Study Of Factors Affecting Consumer's Willingness To Buy Counterfeit Products," *Information Management and Business Review* 9, no. 6, (2017): 19.

<sup>11</sup> Balgis Hikmah Fitriyamani, "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Nilai Dan Sikap Terhadap Pemalsuan Merek Mewah Terhadap Minat Membeli Produk Imitasi Sepatu Converse Di Surabaya" (Tesis, STIE Perbanas Surabaya, 2015), 6.

dipikirkan ataupun dilakukan pada saat melakukan pembelian terhadap barang yang serupa.<sup>12</sup>

### E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pada penelitian dapat disimpulkan berbentuk jawaban ataupun memecahkan permasalahan penelitian yang diharuskan untuk membuatnya dengan didasari oleh hasil uji data yang telah dilakukan. Maka dari itu data penelitian yang telah dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diisi dari para responden diperlukan adanya pengujian validitas maupun reliabilitas lebih dulu. Mutu kesimpulan melalui suatu penelitian tergantung dengan mutu data yang dianalisis dan alat-alat yang diperbuat demi kebutuhan pada saat mengumpulkan data yang akan diteliti. Kesimpulan suatu penelitian dapat mengalami kesalahan apabila data yang dipergunakan tidak terlalu valid serta mengandung reliabilitas.<sup>13</sup>

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>14</sup>

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (untuk setiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item-total correlations), dengan  $r$  tabel dengan mencari degree of freedom ( $df = N - k$ ), dalam hal ini  $N$  adalah jumlah sampel, dan  $k$  adalah jumlah variabel independen penelitian. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dan bernilai positif, maka dapat disimpulkan semua indikator tersebut dinyatakan valid.<sup>15</sup>

#### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang

---

<sup>12</sup> Balgis Hikmah Fitriyani, "Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Nilai Dan Sikap Terhadap Pemalsuan Merek Mewah Terhadap Minat Membeli Produk Imitasi Sepatu Converse Di Surabaya" (Tesis, STIE Perbanas Surabaya, 2015), 21.

<sup>13</sup> Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2002), 179.

<sup>14</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 52.

<sup>15</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 53.

terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>16</sup>

Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan program SPSS. Menurut Ghozali, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ .<sup>17</sup>

## F. Teknik pengumpulan data

Dalam memperoleh data yang digunakan yaitu berupa data primer. Dimana data tersebut diperoleh dari responden. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka.<sup>18</sup> Indikator-indikator diatas diukur dengan skala penilaian Likert yang mempunyai lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

- 1 = sangat tidak setuju
- 2 = tidak setuju
- 3 = ragu-ragu
- 4 = setuju
- 5 = sangat setuju

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode statistik untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif menjelaskan data yang bisa menunjukkan nilai minimal (terendah), nilai maksimal (tertinggi), nilai *mean* (rata-rata), dan standar deviasi yang terbentuk. Di dalam statistik deskriptif menyajikan data yang diperoleh secara ringkas, rapi, dan memberikan kesimpulan dari kumpulan data yang ada. Tujuan dari analisis deskriptif untuk memberikan penjelasan tentang variabel-variabel yang akan diamati.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 47.

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 48.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: ALFABETA CV, 2012), 199.

<sup>19</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 19.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.<sup>20</sup>

Pengujian terhadap ada tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan metode VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan:

$VIF \geq 10$  terdapat masalah multikolinieritas

$VIF \leq 10$  tidak terdapat masalah multikolinieritas<sup>21</sup>

### b. Uji Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau yang tidak terjadi Heterokedastisitas.

Dalam menemukan heterokedastisitas terdapat cara yang digunakan yaitu dengan melihat grafik plot residual, jika residual terdistribusi secara acak disekitar titik nol maka menunjukkan tidak terjadi Heterokedastisitas.<sup>22</sup>

### c. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen mempunyai distribusi normal. Adapun untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data, yaitu jika terbentuknya *bell shaped* (lonceng) pada distribusi data. Dimana kontribusi data yang baik adalah data yang terdistribusi tidak miring ke kiri atau kanan ataupun

---

<sup>20</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 103.

<sup>21</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 104.

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 134.

keruncingan ke kanan atau ke kiri.<sup>23</sup>

d. Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Spesifikasi model yang dimaksud apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Uji linieritas ini biasanya digunakan sebagai prasarat dalam analisis korelasi atau regresi berganda.<sup>24</sup>

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Tujuan dari penggunaan analisis ini yaitu untuk memperkirakan keadaan naik turunnya variabel terikat, jika variabel bebas dua atau lebih diturun naikan nilainya. Apabila variabel independennya berjumlah minimal dua maka bisa menggunakan analisis regresi ganda. Adapun persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Dari persamaan tersebut maka didapat persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Keterangan:

Y = minat beli

a = konstanta

$b_{1-4}$  = koefisien regresi  $X_{1-4}$

$X_1$  = pengetahuan jual beli

$X_2$  = *economic benefit*

$X_3$  = *past experience*

$X_4$  = sikap konsumen pada pemalsuan merek mewah

a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini menilai tingkat kemampuan model regresi dalam menerangkan variansi variabel terikat. Makin besar nilai koefisien determinasi yang diperoleh akan menunjukkan makin besar pula kinerja variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Akan tetapi, koefisien determinasi memiliki kelemahan yaitu nilai  $R^2$  akan meningkat apabila ada penambahan setiap satu variabel

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 154.

<sup>24</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 159.

independen. Perubahan tersebut tidak memperhatikan apakah variabel yang ditambah berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, penggunaan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* lebih banyak disarankan untuk mengevaluasi model regresi yang terbaik. Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.<sup>25</sup>

b. Uji Simultan (Uji statistik F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian yang dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>26</sup>

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

a. Uji Parsial (Uji statistik t)

Pada pengujian ini memperlihatkan tingkat pengaruh dari satu variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikatnya.<sup>27</sup> Adapun rumus  $t_{hitung}$  pada analisis regresi sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Keterangan:

$b_i$  = Koefisien regresi variabel

$s_{b_i}$  = standar error variabel

Langkah-langkah pengujian:

1.) Menentukan Hipotesis

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara pengetahuan jual beli terhadap minat beli produk imitasi

$H_1$  : ada pengaruh antara pengetahuan jual beli terhadap minat beli produk imitasi

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara *economic benefit* terhadap minat beli produk imitasi

$H_2$ : ada pengaruh antara *economic benefit* terhadap minat beli produk imitasi

<sup>25</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 95.

<sup>26</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 96.

<sup>27</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 97.

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara *past experieece* terhadap minat beli produk imitasi

$H_3$  : ada pengaruh antara *past experience* terhadap minat beli produk imitasi

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara sikap konsumen pada pemalsuan merek mewah terhadap minat beli produk imitasi

$H_4$  : ada pengaruh antara sikap konsumen pada pemalsuan merek mewah terhadap minat beli produk imitasi

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara pengetahuan jual beli, economic benefit, past experience, dan sikap konsumen pada pemalsuan merek mewah terhadap minat beli produk imitasi

$H_5$  : ada pengaruh antara pengetahuan jual beli, *economic benefit*, *past experience*, dan sikap konsumen pada pemalsuan merek mewah terhadap minat beli produk imitasi

2.) Menentukan tingkat signifikan

Adapun 0,1 ( $\alpha = 10\%$ ) digunakan sebagai tingkat signifikansi

3.) Kriteria pengujian

$H_0$  diterima apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$

$H_0$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$