

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis riset yang digunakan analisis pada eksplorasi ini adalah kajian lapangan. Kajian lapangan akan menjadi kajian yang dilakukan di mana para spesialis terjun langsung ke daerah untuk penelitian.¹ Eksplorasi ini diarahkan untuk memperoleh bukti yang tepat, dan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh gaya hidup dan citra merek pada keputusan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2021 dalam pembelian produk Ms Glow.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, memakai pendekatan kuantitatif. Riset kuantitatif adalah riset yang menggunakan angka-angka, yang informasinya berupa angka (skor, urutan, atau pengulangan) yang diselidiki melalui pemakaian wawasan guna menanggapi pertanyaan eksplorasi atau spekulasi tertentu untuk meramalkan bahwa variabel spesifik mempengaruhi faktor yang berbeda (Creswell, 2002) dengan ketentuan bahwa Contoh utama yang dipilih hendaknya didelegasikan (bisa ditangani)².

B. Setting Penelitian

Penelitian ini diarahkan ke halaman IAIN Kudus yang terletak di Dukuh Ngetuk, Desa Ngembalrejo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus. Responden yang ditunjuk adalah mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2021 IAIN Kudus.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan yang tercakup mulai obyek atau subjek yang memiliki atribut dan sifat spesifik untuk berkonsentrasi dan selanjutnya mencapai kesimpulan.³ Populasi pada riset ini, semua mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2021 IAIN Kudus, bisa diperhatikan dalam tabel berikut:

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012),13

² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus,2009),7

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), 80

Tabel 3.1
Data Mahasiswa Prodi MBS Angkatan 2021

No.	Kelas	Jumlah
1	A- REG	35
2	B- REG	34
3	C- REG	33
4	D- REG	33
Total		135

Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

Sampel merupakan anggota dari total dan sifat yang dimiliki populasi. Oleh karena itu, sampel yang dipilih dari populasi hendaknya diambil benar-benar mewakili.⁴ Untuk menentukan sampel minimum yang diperlukan apabila takaran populasi diketahui, bisa menggunakan rumus Slovin berikut:

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

dimana:

n = skala sampel

N = skala populasi

E = kelonggaran ketidakteelitian sebab kecacatan pemilihan sampel yang bisa dimaklumi, misalnya 10%.⁵

Berdasarkan rumus diatas, dapat dimasukkan besarnya sampel mahasiswa prodi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2021 IAIN Kudus ialah :

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

$$n = \frac{135}{1 + 135 (0,01)}$$

$$n = 57,4$$

Total sampel pada riset ini sebanyak 57 responden untuk mewakili seluruh sampel.

Teknik pengambilan pada riset ini adalah *probability sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel.⁶ Metode yang digunakan pada eksplorasi ini adalah *Random*

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta,2009),81

⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 141-142

⁶ Sena Wahyu Purwanza, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, (Bandung: PT Media Sains Indonesia,2022),48.

sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dimana setiap orang dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sampel yang dihasilkan *random sampling* disebut *random sample* atau random acak.⁷ Sampel yang dipilih adalah konsumen yang melakukan transaksi pembelian produk Ms Glow.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Desain riset ialah strategi guna mewujudkan maksud kajian yang sudah ditentukan dan bertindak sebagai acuan peneliti ketika tahap kajian.⁸ Makna operasional variabel ialah makna tentang variabel yang dirumuskan beracuan sifat-sifat yang bisa diobservasi dari variabel itu.⁹ Pada riset ini, variabel yang ditelaah digolongkan dalam variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independent*) pada riset ini adalah *life style* (X_1) dan citra merek (X_2), disisi lain variabel terikat (*dependent*) ialah ketetapan pembelian (Y). Riset ini memakai arti operasional variabel yakni:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Gaya Hidup (X_1)	Menurut Kasali (1998) dalam Vinna Sri Yuniarti, <i>life style</i> pada prinsipnya ialah teknik individu menuntaskan masa dan uangnya. ¹⁰	1. Kegiatan 2. Niat/Minat 3. Opini. ¹¹	Likert
Citra Merek (X_2)	Menurut Kotler, Keller, Brady, Goodman, Hansen	1. Strength of brand association	Likert

⁷ I Ketut Swarjana, *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2022), 92.

⁸ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 98.

⁹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 138.

¹⁰ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 154.

¹¹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 155.

	(2019) dan Kotler dan Amstrong (2018) dalam Sunday Ade Sitorus, citra merek bukan hanya sekedar nama maupun simbol, namun merek menjadi elemen kunci dalam hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya, ¹²	(daya dari asosiasi merek) 2. Favorability of brand association (laba dari asosiasi merek) 3. Uniqueness of brand association (keunikan dari asosiasi merek). ¹³	
Keputusan Pembelian (Y)	Pendapat Etta Maman Sangadji dan Sopiah, ketetapan pembelian ialah sistem pengkombinasian yang mengkoalisi ilmu guna menilai dua tingkah laku alternative atau lebih dan menentukan satu dari yang lainnya. ¹⁴	1. Identifikasi kepentingan 2. Pencarian Keterangan 3. Penilaian Penggantian / Alternatif 4. Ketetapan pembelian 5. Tingkah laku setelah membeli. ¹⁵	Likert

¹² Sunday Ade Sitorus dkk, *Brand Marketing: The Art Of Branding*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia,2022),105.

¹³. Sunday Ade Sitorus dkk, *Brand Marketing: The Art Of Branding*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia,2022),109.

¹⁴ Etta Maman Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset,2013),332.

¹⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset,2013),334.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas yang mempertontonkan seberapa baik meteran dapat menakar apa yang hendak ditakar.¹⁶ Ketika pemeriksaan validitas, instrumen diuji melalui pemakaian persamaan kesesuaian *Product-Moment Pearson* guna menakar koefisien kesesuaian antara skor item dengan skor total pada taraf signifikan 0,05. Jika memiliki skor r hitung $>$ r tabel dan taraf signifikansi kesesuaian kurang dari 0,05, maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid.¹⁷

Pengujian reliabilitas digunakan untuk menunjukkan tingkat ketelitian (accuracy), stabilitas, atau kemiripan suatu media ketika mendeteksi suatu gejala spesifik dalam masa yang berbeda. Instrumen disebut terbukti apabila bisa dipakai guna melakukan pengukuran berulang yang menghasilkan data yang serupa atau sedikit berbeda. Pengujian keandalan guna menguji kemiripan peralatan memakai faktor alfa Cronbach untuk memberikan taraf keandalan yang bisa diterima. Skor terukur dengan faktor reliabilitas 0,6.¹⁸

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode survei adalah metode kuesioner. Cara survey dikembangkan melalui pemakaian skala Likert, dimana setiap pilihan dibentuk untuk memperoleh data subjektif dan diberi nilai berikut: sangat setuju (nilai 5), setuju (nilai 5, 4), netral (nilai 3). Saya tidak setuju (nilai 2), saya tidak setuju sama sekali (nilai 1). Penghimpunana data dijalankan melalui menyebarkan angket kepada responden. Survei adalah dokumen survei yang berisi serangkaian pertanyaan terstruktur yang diminta responden untuk mengambil data dari responden. Data adalah informasi untuk menjawab tujuan penelitian Anda. Data yang dikumpulkan harus relevan dan akurat.¹⁹

G. Teknik Analisis Data

1. Deskriptif Statistik

Statistik deskriptif ialah statistik yang dipakai guna mengilustrasikan dan menganalisis data yang dikumpulkan sesuai

¹⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003),103.

¹⁷ M. Askari Zakariah dan Vivi Afriani, *Analisis Statistik Dengan SPSS Untuk Penelitian Kuantitatif*, 2021, 34.

¹⁸ M. Askari Zakariah dan Vivi Afriani, *Analisis Statistik Dengan SPSS Untuk Penelitian Kuantitatif*, 2021, 39.

¹⁹ Ujang Sumarwan, dkk, *Riset Pemasaran dan Konsumen*, (Bogor: IPB Press, 2011), 65.

kenyataan, tidak maksud guna meringkas yang berjalan umum. Statistik deskriptif digunakan ketika seorang peneliti sedang memaparkan data sampel dan tidak mau menarik ringkasan yang berjalan guna populasi dari mana sampel didapatkan. Statistik deskriptif meliputi tabel, grafik, diagram lingkaran, piktoqram, penghitungan mode, perhitungan rata-rata, perhitungan median, perhitungan desil, persentil, penghitungan varians data dengan penghitungan mean dan standar deviasi, dan tampilan data dengan penghitungan persentase.²⁰

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah guna membuktikan apakah baik variabel terikat (dependen) maupun variabel bebas (independen) berdistribusi normal dalam model regresi.²¹ Data baik jika sisa analisis regresi mengikuti distribusi normal. Data Normalitas Jika signifikansi uji normalitas $> 0,05$, dapat digunakan dua uji normalitas. Yaitu, *Kolmogorov-Smirnov* dengan n lebih besar dari 50 ($n > 50$) dan *Shapiro-Wilk* dengan n kurang dari 50 ($n < 50$).²²

b. Uji Multikolinieritas

Maksud dalam uji multikolinieritas ialah guna membuktikan apakah ada korelasi antara variabel bebas dari regresi tersebut. Pola regresi yang baik tidak memiliki kesesuaian antar variabel bebas. Apabila variabel bebas saling sesuai, alhasil variabel itu tidak mewujudkan variabel ortogonal.²³ Uji multikolinieritas dapat diketahui dengan nilai *Margin of Error* dan *Variance Expansion Factor (VIF)*. Kedua skor ini mempertontonkan variabel bebas mana yang dipaparkan oleh variabel bebas lainnya. Skor yang biasanya dipakai guna mempertontonkan terdapat multikolinieritas ialah serupa dengan toleransi VIF10 atau 0,10.²⁴

c. Uji Heteroskedastisitas

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2009),147-148.

²¹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus,2009),187.

²² Joko Subando, *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Klaten,2019),28.

²³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus,2009),180.

²⁴ Indyah Hartami Santi dan Fandi Sudiasmo, *Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing,2020),47.

Uji varians tidak seragam diuji menggunakan cara Glejser melalui membuat regresi antara skor absolut dari residual dan variabel independen. Jika tiap-tiap variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan kepada nilai absolut residual ($\alpha = 0,05$), sehingga tidak ada tanda varians heterogen dalam model regresi.²⁵

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Uji ini digunakan untuk memprediksi bagaimana kondisi (naik turunnya) variabel terikat (*dependent*), apabila dua atau lebih variabel bebas (*independent*) sebagai aspek prediktor kecurangan (kenaikan skornya).²⁶

$$Y = a + b_{31}X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Ketetapan Pembelian

a = Ketetapan (Konstanta)

X_1 = Gaya Hidup

X_2 = Citra Merek

b_1 = Koefisien gaya hidup

b_2 = Koefisien citra merek

e = Standar eror

b. Uji T (Parsial)

Tujuan uji t guna diketahui apakah variabel bebas (*independent*) secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak kepada variabel terikat (*dependent*). Signifikansi yang dipakai yaitu 0,05. Jika skor signifikan lebih kecil dari nilai keyakinan berarti kita menerima dugaan pengantian, yang mengutarakan jika variabel bebas (*independent*) menurut parsial mempengaruhi variabel terikat (*dependent*).

Pengambilan Keputusan :

- Jika T hitung > T tabel sehingga H0 tidak diterima, H1 diterima (signifikan)
- Apabila T Hitung < T tabel sehingga H0 diterima, H1 tidak diterima (tidak signifikan).

Atau nilai Signifikan :

- Apabila Signifikan < 0,05 sehingga H0 tidak diterima, H1 diterima

²⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011),135.

²⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: STAIN Kudus,2009),216.

- Apabila Signifikan $>0,05$ sehingga H_0 diterima, H_1 tidak diterima.²⁷

c. Uji F

Maksud dari latihan ini ialah guna menentukan apakah variabel yang berubah secara independen secara simultan memiliki efek yang signifikan kepada variabel yang berubah secara dependen (dependen). Ambang batas keyakinan yang dipakai ialah $0,05$. Jika skor F lebih dari skor F pada tabel, sehingga hipotesis penggantian mengutarakan jika setiap variabel terikat (dependen).

Pengambilan keputusan :

- Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ sehingga H_0 tidak diterima, H_1 diterima (Signifikan)
- Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ sehingga H_0 diterima, H_1 tidak diterima (Tidak Signifikan)

Atau :

- Apabila $\text{sig} < 0,05$ sehingga H_0 tidak diterima, H_1 diterima.
- Apabila $\text{sig} > 0,05$ sehingga H_0 diterima, H_1 tidak diterima.²⁸

d. Koefisien Determinan (R^2)

Tujuan determinan koefisiensi adalah untuk memahami hubungan utama tertentu antar variabel dalam suatu seni yang lebih jelas. Koefisiensi determinan menjelaskan bahwa ada transformasi atau variasi sebuah variabel dapat dipaparkan oleh ada variasi variabel lain. Jika hasil perbandingan berada di antara 0 dan 1, ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel untuk berkomunikasi secara independen sambil mengekspresikan variabel sangat lemah. Namun, jika hasilnya di atas angka 1, artinya variabel bebas mengandung mendekati segala keterangan yang dipentingkan guna melakukan penentuan variabel terikat.²⁹

²⁷ Lailatus Sa'adah, *Statistik Inferensial*, (Jombang, 2021),35-36.

²⁸ Lailatus Sa'adah, *Statistik Inferensial*, (Jombang, 2021),32-33.

²⁹ Lailatus Sa'adah, *Statistik Inferensial*, (Jombang, 2021),33.