

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini hanya membahas faktor pribadi, kelas social, kelompok referensi, dan iklan terhadap keputusan pembelian tas merek Eiger pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UIN Raden Fatah Palembang, JL. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Palembang 30126. Penelitian ini dilaksanakan pada semester Ganjil bulan Desember 2018.

B. Desain Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka desain penelitian menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden,¹ yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung oleh responden pembeli tas merek Eiger pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

¹Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis data penelitian dengan statistik*(Jakarta: Bumi Aksara,2014), hlm. 5.

C. Sumber Dan Jenis Data

Dalam penelitian, data sangat penting sebagai alat pembuktian dengan hipotesis untuk mencapai tujuan penelitian. Peneliti harus mengetahui jenis data apa saja yang diperlukan guna untuk mengidentifikasi, mengumpulkan dan mengolah data. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer.

1. Data Primer

Data primer ialah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi yang menerbitkan atau menggunakannya.² Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa UIN raden fatah Palembang yang melakukan pembelian tas merek Eiger.

2. Data Sekunder.

Data sekunder adalah data yang diterbitkan oleh perusahaan atau organisasi yang bukan pengolahannya³. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh melalui buku, skripsi dan jurnal.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

² Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen, 2008), hlm. 70.

³*Ibid.*, hlm. 71.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya⁴. Adapun yang dijadikan sebagai populasi adalah seluruh Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang yang membeli tas Eiger.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul- betul mewakili.⁵ Sampel diambil dari suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Dari penelitian ini jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair et al ialah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10.⁶

$$S = \text{Jumlah Indikator} \times 5$$

$$= 14 \times 5$$

⁴ Sugiyono, *statistika untuk penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 61.

⁵ *Ibid.*, hlm.62.

⁶ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 20.

= 70 sampel

Keterangan:

S = Sampel

Jadi, dapat disimpulkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 70 sampel.

Teknik sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sampling accidental adalah sampel yang diambil dari siapa saja yang kebetulan ada. Misalnya menanyakan siapa saja yang dijumpai ditengah jalan untuk diminta pendapat mereka tentang sesuatu seperti: kenaikan harga, sesuatu produk, dan lain sebagainya. Melakukan penelitian tentang pemasaran pada suatu produk, maka yang dijadikan sampling adalah orang yang telah membeli produk tersebut.⁷

E. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan maupun pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan/pernyataan tersebut.⁸

Penelitian ini menggunakan Skala likert. Skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons

⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 67.

⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. (Jakarta: Prenada Media, 2016), hlm. 139

pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Adapun pengukuran Skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Alat Ukur Skala Likert

No	Item instrument	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

F. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbrntuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁹

1. Variabel Independent

Variabel independent merupakan variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Dilihat pengaruhnya terhadap variabel terikat/dependen. Dalam penelitian ini terdapat empat

⁹ Sugiyono, *statistika untuk penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 2.

variabel bebas yaitu faktor pribadi (X1), kelas sosial (X2), kelompok referensi (X3), dan iklan (X4).

2. Variabel Dependent

Variabel dependent sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terkait. Merupakan variabel hasil/ dampak/ akibat dari variabel bebas/ perlakuan. Variabel terikat umumnya menjadi tujuan penelitian, sumber masalah, yang ingin ditingkatkan kualitasnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel akan memberikan atau menuntun arah peneliti untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dalam pembahasan dari masing-masing variabel penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Alat Ukur
Faktor Pribadi (X ₁)	Faktor pribadi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap individu	1. Umur dan tahap daur hidup.	

	dalam memutuskan suatu keputusan pembelian dari diri konsumen itu sendiri, seperti umur dan tahap daur hidup, gaya hidup, situasi ekonomi, dll.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Situasi ekonomi. 3. Gaya hidup. 	Skala Likert
Kelas sosial (X ₂)	Kelas sosial merupakan suatu alat ukur untuk melihat perekonomian atau strata sosial seseorang yang mana memiliki pengaruh dalam memutuskan membeli suatu produk dan minat dengan menyesuaikan kelas sosial seseorang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penghasilan. 2. Strata sosial 3. minat 	Skala Likert
Kelompok referensi (X ₃)	kelompok referensi adalah seseorang atau sekelompok orang yang mempengaruhi perilaku individu baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan kelompok referensi 2. Kredibilitas kelompok referensi 3. Daya tarik kelompok referensi 	Skala Likert
Iklan (X ₄)	Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi komersial dengan menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menarik 2. Dapat menimbulkan perhatian 	

	suatu media untuk menyiarkan informasi produk kepada konsumen		Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Sebagai suatu proses dimana konsumen mengenali kebutuhannya, mencari informasi mengenai produk yang sesuai dan mengambil keputusan tentang produk mana yang akan dibeli dan digunakan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari informasi lebih lanjut tentang produk. 2. Keinginan membeli. 3. Keputusan pembelian. 	Skala Likert

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dipakai sebelum angket penelitian digunakan dalam penelitian yang sesungguhnya, angket di uji coba kebenarannya terlebih dahulu dengan menggunakan :¹⁰

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihannya suatu instrumen. Instrumen sah atau valid, berarti memiliki validitas tinggi, demikian pula sebaliknya. Sebuah instrumen dikatakan sah apabila mampu mengukur apa yang diinginkan atau mengungkap data dari variabel yang diteliti secara

¹⁰ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis data penelitian dengan statistik*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 303.

tepat. Instrumen dikatakan valid dengan menggunakan kriteria apabila nilai signifikansi korelasi $\leq \alpha = 0,05$ atau nilai koefisien korelasi $(r) \geq 0,30$. Validitasnya sebuah instrumen dapat diketahui dengan melakukan pengujian secara eksternal dan pengujian secara internal. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka pernyataan tersebut valid, demikian pula sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Jadi, reliabilitas menunjukkan apakah instrumen tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui keandalan alat ukur atau untuk mengetahui konsistensi alat ukur jika digunakan untuk mengukur obyek yang sama lebih dari sekali. Dengan kata lain uji reliabilitas ini dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan terhadap hasil suatu pengukuran. Rumus yang digunakan adalah rumus *Alpha Cronbac*. Menurut Suharsimi Arikunto, untuk mengetahui tingkat keandalan instrumen, maka hasil uji coba instrumen ditelaah dengan ketentuan sebagai berikut dibawah ini :¹¹

¹¹Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis data penelitian dengan statistik*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm.298.

Tabel 3.3
Pedoman Untuk Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Nilai	Kriteria
0,80 – 1	Sangat tinggi
0,60 – 0,79	Tinggi
0,40 – 0,59	Cukup
0,20 – 0,39	Rendah
< 0,20	Sangat rendah

Sumber: Misbahuddin dan Iqbal Hasan (2014)

3. Uji Asumsi Klasik

Dalam dalam penelitian ini ada beberapa pengujian asumsi klasik yang digunakan, yaitu sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat

penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.¹² Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji statistik kolmogorof-smirrow (K-S). Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, menurut Hadi data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,50$, sebaliknya jika nilai signifikannya $\leq 0,05$ maka sebarannya dikatakan tidak normal. Hipotesis yang dikemukakan :

- 1) H_0 : Data residual berdistribusi normal (Asymp. Sig $> 0,05$).
- 2) H_a : Data residual tidak berdistribusi normal (Asymp. Sig $< 0,05$).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model saling berkorelasi linear. Biasanya, Korelasinya mendekati sempurna atau (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu)¹³. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang sangat kuat atau sempurna antar variabel-variabel bebas (X). Apabila ditemukan terdapat korelasi antara

¹²Imam Ghazali, *Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS Ver.5.0*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2008), Hlm.113.

¹³Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis data penelitian dengan statistik*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 110.

variabel-variabel terikatnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

Bisa dikatakan terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antara variabel bebas (x_1 dan x_2) lebih besar dari 0,60 (0,50 dan 0,90). Dikatakan tidak dapat terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antara variabel bebas lebih kecil 0,60 ($r \leq 0,60$). Jika nilai tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 maka dapat terjadi gejala multikolinieritas yang cukup tinggi.¹⁴ Dan sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui perbedaan varians error setiap variabel X. Analisis regresi baik mensyaratkan tidak terjadi heteroskedastisitas atau terjadi homokedastisitas. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji glesjer dengan bantuan program SPSS. Uji glesjer merupakan cara meregresi nilai kuadrat error atas seluruh variabel bebas, jika hasil pengujian nilai signifikansi $F \leq 0,05$ maka menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikansi $F \geq 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Linearitas

¹⁴ Danang Sunyoto, *Analisis regresi dan uji hipotesis*, (yogyakarta: CAPS, 2011), hlm. 79.

Uji linearitas adalah uji prasyarat analisis yang bertujuan untuk mengetahui pola data, apakah data nya memiliki pola linear atau tidak. Uji ini berkaitan dengan penggunaan regresi linear. Maka data nya harus menunjukkan pola (diagram) yang berbentuk linear (lurus). Jika akan menggunakan jenis regresi nonlinear, maka data nya tidak perlu menunjukkan pola linear. Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, untuk mengetahui hal ini digunakan uji F dengan taraf signifikansi 5%. Jika nilai Sig. F \leq 0,05 maka hubungannya tidak linear, sedangkan jika nilai Sig. F \geq 0,05 maka hubungannya linear (Ali Muhson, 2015:36).¹⁵

4. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis Regresi linier berganda dengan lima variabel, adalah regresi linier berganda yang menghubungkan antara satu variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X).¹⁶ Dalam penelitian ini akan dilihat pengaruh antar variabel. Variabel independen adalah faktor pribadi (X₁), kelas sosial (X₂), kelompok referensi (X₃), iklan (X₄) dan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Sehingga persamaan regresi linier berganda yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

¹⁵ Mansuri, *Modul Praktikum Eviews, Analisis Regresi Linier Berganda Menggunakan Eviews*, (Jakarta: BPFE Universitas Borobudur, 2016). hlm. 40.

¹⁶ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis data penelitian dengan statistik*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 89.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + Y$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

X₁ = faktor pribadi

X₂ = kelas sosial

X₃ = kelompok referensi

X₄ = iklan

a = konstanta

b₁ dan b₂ = koefisien regresi, yaitu seberapa besarnya perubahan variabel terikat akibat perubahan antar tiap-tiap variabel bebas (kemiringan)

5. Uji Hipotesis

A. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (faktor pribadi, kelas sosial, kelompok referensi, dan iklan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial.

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau tidak yaitu dengan kriteria bila t hitung > t tabel maka H₀ ditolak dan

h_1 diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas dan terikat dengan derajat keyakinan yang dipakai sebesar $\alpha = 1\%$, $\alpha = 5\%$ dan $\alpha = 10\%$. Begitu pula sebaliknya jika t hitung $< t$ tabel maka menerima h_0 dan menolak h_1 artinya tidak ada terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

B. Koefisien Determinasi (Adjusted R₂)

Koefisien determinasi (R²) artinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai R² yang mendekati 1 berarti kemampuan variabel bebas memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat secara simultan.¹⁷

¹⁷*Ibid.*, hlm. 45.