

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Setting Penelitian**

Penelitian ini menitik beratkan pada pengaruh perilaku konsumtif dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian hp iphone studi kasus UIN Raden Fatah Palembang. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang, Jln. Prof. KH Zainal Abidin Fikri No. 1 KM 3,5 Palembang.

#### **B. Desain Penelitian**

Penelitian adalah penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu atau masalah, dengan perlakuan tertentu sehingga diperoleh sesuatu.<sup>1</sup> Dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrument berupa survey. Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu metodologi yang berdasarkan data dari hasil pengukuran berdasarkan variabel penelitian yang telah ada. Objek kajian dari metodologi penelitian kuantitatif adalah ilmu pasti.<sup>2</sup>

Lokasi yang di ambil yaitu kampus UIN Raden Fatah Palembang. Penulis mengambil data tentang pengaruh perilaku konsumtif dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian hp Iphone. Dalam penelitian ini penulis telah membatasi responden yang akan dipilih yaitu mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang yang menggunakan hp Iphone.

---

<sup>1</sup> Hasan, Iqbal, *Metodelogi penelitiandan Aplikasinya*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2002, hlm 9.

<sup>2</sup>Hoddemah, "*Hubungan Pengaruh Budaya Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Handphone Android di Lingkungan Pondok Pesantren Putri An-Nuriyah Surabaya*", Skripsi, hlm 31.

## **C. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu :

#### **a. Data Kualitatif**

Analisis kualitatif adalah suatu metode analisis dengan menggunakan data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar.

#### **b. Data Kuantitatif**

Analisis kuantitatif adalah suatu metode dengan menggunakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan.<sup>3</sup>

### **2. Teknik Analisis**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif.

### **3. Sumber Data**

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu :

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh atau data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan.<sup>4</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada mahasiswa/i yang menggunakan hp Iphone tersebut. Data primer berupa pendapat mengenai keputusan mahasiswa/i membeli hp iphone. Data primer dalam

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, ALFABETA, 2011, hlm. 13-14.

<sup>4</sup> Winarto Surahmat, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung, Tarsito, 1994, hlm. 134.

penelitian berupa pendapat yang diberikan dan diisi oleh responden dalam kuesioner.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau data yang dikumpulkan oleh seseorang yang sedang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada atau sumber lain.<sup>5</sup>

### D. Populasi dan Sampel Penelitian

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>6</sup>. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang yang menggunakan Hp Iphone.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)<sup>7</sup>. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* yang mengambil sampel setiap mahasiswa/i yang sesuai kriteria yaitu mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang yang

---

<sup>5</sup> Ibid., hlm. 135.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Op.cit*, hlm. 117.

<sup>7</sup> Ibid., hlm. 118.

menggunakan Hp Iphone dan ditemui saat peneliti melakukan penelitian di UIN Raden Fatah Palembang.

Dalam menentukan ukuran sampel penelitian, peneliti menggunakan rumus Hair et al adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10.<sup>8</sup> Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$S = \text{Jumlah indikator} \times 5 = 16 \times 5 \\ = 80 \text{ sampel}$$

Keterangan:

S = Sampel

Maka sampel penelitian adalah 80 mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Kuesioner (Angket)**

Teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan sejumlah pertanyaan tertulis yang dapat digunakan untuk memperoleh informasi dari data responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui.<sup>9</sup> Adapun metode pengumpulan data yang bisa digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data angket dengan metode skala.

Metode skala adalah suatu metode penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan yang berisi aspek-aspek yang hendak diukur, yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang-orang yang menjadi subjek penelitian

---

<sup>8</sup> Prawira, A. *Metodologi Penelitian Jilid I*, Yogyakarta, PT Grasindo, 2010, hlm. 46.

<sup>9</sup> Suharsimi Arikunto, *Posedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta, 2006, hlm. 140.

tersebut, kemudian peneliti akan mengambil kesimpulan mengenai subyek yang diteliti.<sup>10</sup> Dalam metode pengumpulan data ini, peneliti menggunakan tiga macam skala yaitu skala perilaku konsumtif, gaya hidup, dan keputusan pembelian.

## **F. Variabel-Variabel Penelitian**

### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>11</sup> Di dalam penelitian ini dikembangkan dua jenis variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

#### **a. Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>12</sup> Nilai variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen bisa dilambangkan dengan Y. Variabel terikat (dependent variabel) yaitu keputusan pembelian hp Iphone.

#### **b. Variabel Independen**

Variabel independen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>13</sup> Variabel independen ini

---

<sup>10</sup> Suharyadi, dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta, Selemba Empat, 2005, hlm. 15-16.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung, ALFABETA, 2011, hlm. 60.

<sup>12</sup> Ibid, hlm. 61.

<sup>13</sup> Ibid, hlm. 61.

menjadi sebab terjadinya variabel dependen. Variabel independen biasa dilambangkan dengan X. Variabel - variabel bebas (independent variabel) yaitu :

1. Variabel Perilaku Konsumtif (X1)
2. Variabel Gaya Hidup (X2)

## 2. Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Perilaku Konsumtif (X1)	Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. <sup>14</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membeli produk karena iming-iming mendapatkan hadiah.</li> <li>2. Membeli produk karena kemasannya yang menarik.</li> <li>3. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.</li> <li>4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harganya (bukan atas dasar manfaat).</li> <li>5. Membeli Produk hanya sekedar mempertahankan simbol atau status.</li> <li>6. Memakai produk karena adanya unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.</li> <li>7. Munculnya pemikiran bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.</li> <li>8. Keinginan mencoba lebih banyak produk sejenis yang berbeda.<sup>15</sup></li> </ol>	Skala Likert

<sup>14</sup> Al-Ghifari, *Remaja Korban Model*, Mujahid, Bandung, 2003, hlm. 144.

<sup>15</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan*, Bandung: Alfa Beta, 2002, hlm. 142.

Gaya Hidup (X2)	Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap sangat penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya. <sup>16</sup>	1. Kegiatan. 2. Minat. 3. Opini. <sup>17</sup>	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Proses keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahap yaitu adalah tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, pasca pembelian dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu terjadi. <sup>18</sup>	1. Mengenali kebutuhan. 2. Mencari informasi. 3. Evaluasi alternative. 4. Keputusan untuk membeli. 5. Sikap setelah pembelian. <sup>19</sup>	Skala Likert

<sup>16</sup> Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen*, PT. Kencana, Bogor, 2003, hlm. 80.

<sup>17</sup> Sumarwan, Ujang., *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia., Bogor, 2011, hlm.45.

<sup>18</sup> Simamora, Bilson, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen* , PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,2003, hlm. 14.

<sup>19</sup> Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, Unit Penerbit dan Percetakan, Yogyakarta, 2005, hlm. 43

## **G. Instrumen Penelitian**

### **1. Uji Validitas**

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>20</sup> Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

### **2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas 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 stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*.

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program komputer SPSS.

Kriteria penilaian uji reliabilitas, adalah:

---

<sup>20</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP, 2011. hlm. 54.

- a. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliable.
- b. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.<sup>21</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

#### 1) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hasil yang diharapkan dalam pengujian adalah tidak terjadinya korelasi antar variabel independen. Ada beberapa cara untuk menguji ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi.<sup>22</sup>

Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan analisa matrik korelasi antar variabel independen dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, hal ini berarti tidak terjadi multikolonieritas dalam model regresi.

---

<sup>21</sup> Ibid., hlm. 47-48.

<sup>22</sup> Ibid., hlm. 105.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain.<sup>23</sup> Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependen*) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID.<sup>24</sup>

## 3) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak dimana model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Salah satu cara untuk melihat distribusi normal adalah dengan melihat *normal probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.<sup>25</sup>

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan analisis grafik yang dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu

---

<sup>23</sup> Ibid., hlm. 125.

<sup>24</sup> Ibid., hlm. 126.

<sup>25</sup> Ibid., hlm. 106.

diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal grafik, maka hal ini ditunjukkan pada distribusi normal sehingga model persamaan regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal grafik maka hal ini tidak menunjukkan pola distribusi normal sehingga persamaan regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Alat ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen, dimana variabel independen terdiri lebih dari satu variabel. Pada regresi linear berganda variabel independen (X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (Y). Maka persamaan regresi linear berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana:

Y = keputusan pembelian

a = konstanta

b = koefisien regresi variabel independen

X1 = perilaku konsumtif

X2 = gaya hidup

## 5. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, digunakan mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

### 1) Uji t (Uji Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata  $\alpha = 5$  persen

$H_0 : b = 0$  (tidak ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen)

$H_a : b > 0$  (ada pengaruh positif antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen)

Dasar pengambilan keputusan dapat dengan dua cara:

1. Dengan membandingkan t hitung dan t tabel.

- Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. ( $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima)
- Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka tidak ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. ( $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak).

2. Dengan menggunakan angka signifikansi.

- Apabila angka signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Apabila angka signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 2) Uji-F (Uji Simultan)

Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

$$H_0 : b_1, b_2 = 0$$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) yaitu berupa variabel perilaku konsumtif dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian yaitu variabel terikat ( $Y$ ).

$$H_1 : b_1, b_2 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) yaitu berupa variabel perilaku konsumtif dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian yaitu variabel terikat ( $Y$ ).

Kriteria Pengambilan Keputusan:

$H_0$  diterima apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

$H_a$  diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

## 6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada intinya digunakan untuk seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel

independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.<sup>26</sup>

Kelemahan mendasar menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah bisa terdapat jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka  $R^2$  pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka digunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik karena Adjusted  $R^2$  dapat naik turun apabila satu variabel independen di tambah ke dalam model.

---

<sup>26</sup> Ibid., hlm. 97.