

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian untuk mengetahui dan menjadi mampu menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Anwar Sanusi (2019) menyatakan bahwa desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian.

#### **B. Tahapan Penelitian**

##### **1. Teknik Sampling**

###### **a. Populasi**

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. Anwar Sanusi (2019).

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh Mahasiswi IAIN Metro yaitu sebanyak 5342 (lima ribu tiga ratus empat puluh dua), diambil pada tahun 2020.

###### **b. Sampel**

Menurut Sugiyono (2017) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya dari keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul representatif (mewakili).

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Data dari kuesioner yang diisi oleh Mahasiswi IAIN Metro yang menggunakan jilbab

Zoya yang ditemui secara kebetulan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus **slovin**.

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

Keterangan:

$n$  : jumlah sampel

$N$  : jumlah populasi

$e$  : tingkat kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{5.342}{1 + (5.342 \times 0,1^2)} = 98,162$$

Dari hasil perhitungan, didapatkan jumlah minimum sampel yang dibulatkan menjadi 100 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel.

### C. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah penjelasan atau uraian mengenai penelitian yang akan diteliti yang berisikan indikator dari masing-masing variabel yang telah ditentukan. Variabel dalam penelitian ini dapat dikelompokan sebagai berikut :

#### 1. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel variabel lain, Anwar Sanusi (2019). Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah Harga (X1) Citra Merek (X2) Preferensi Merek (X3) dan Gaya Hidup Hedonisme (X4)

#### 2. Variabel Terikat

Variabel terikat atau variabel tergantung (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, Anwar Sanusi (2019). Dalam hal ini yang mejadi variabel terikat adalah Keputusan Pemebelian (Y).

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Harga	<p>Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk.</p> <p>Kotler dan Amstrong (2008:343)</p>	<p>Harga diartikan sebagai sejumlah uang yang ditentukan perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang mereka perdagangkan dan “sesuatu yang lain” yang diadakan perusahaan untuk memuaskan keinginan konsumen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>
Citra Merek	<p>Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya.</p>	<p>Citra Merk merupakan salah satu bagian terpenting dari suatu produk. citra merek adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan pemahaman seseorang tentang sesuatu.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan yaitu tingkat dikenalnya sebuah merek oleh konsumen</li> <li>2. Reputasi yaitu suatu tingkat reputasi atau status yang cukup tinggi bagi sebuah merek karena lebih memiliki track record yang baik</li> <li>3. Daya tarik yaitu <i>Emotional Relationship</i> yang timbul antara sebuah merek dengan</li> </ol>

	Kotler dan Keller (2009:403)		konsumennya 4. Kesetiaan Menyangkut seberapa besar kesetiaan konsumen dari suatu produk yang menggunakan merek yang bersangkutan
Preferensi Merek	Preferensi Merek yaitu konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan terakhir.  Kotler (2000)	Preferensi merek adalah merek yang dipilih dari beberapa merek yang di sukai. Jika merek tersebut memiliki kepribadian yang sesuai atau memberikan nilai yang optimal maka konsumen akan cenderung menyukai merek tersebut.	1. Menyukai merek 2. Memilih merek 3. Kecenderungan membeli 4. Keinginan mengonsumsi
Gaya Hidup Hedonisme	Gaya hidup hedonis adalah suatu pola yang aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah , lebih	Gaya hidup <i>hedonis</i> adalah cenderung <i>implusif</i> , cenderung <i>irrasional</i> , <i>follower</i> dan mudah dibujuk secara emosional dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.  Kasali (2003: 242-243)	1. Kecenderungan <i>followers</i> 2. Prilaku konsumsi 3. Tempat 4. Aktivitas 5. Suka menjadi pusat perhatian

	<p>banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal atau branded yang di senangnya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.</p> <p>Kasali (2003:242)</p>		
Keputusan Pembelian (Y)	<p>Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai.</p> <p>Kotler dan Armstrong (2012)</p>	<p>Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan dari beberapa alternatif dan penyelesaian masalah yang dimiliki konsumen, kemudian konsumen dapat mengevaluasi berbagai pilihan tersebut, dan dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Tahap penentuan</li> <li>5. Prilaku setelah membeli</li> </ol>

#### D. Teknik Pengumpulan Data

##### 1. Sumber data

Data penelitian adalah faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017) data primer adalah data yang sebenarnya yang kemudian

dikumpulkan oleh peneliti yang dikhususkan untuk menjawab masalah-masalah yang ada di dalam penelitian. Jenis data yang digunakan adalah suatu data dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu konsumen jilbab zoya di kalangan Mahasiswi IAIN Metro.

Adapun metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu:

#### **a. Studi Lapangan (Field Research)**

Metode ini dilakukan dengan cara turun secara langsung kelapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner:

#### **1) Kuisisioner**

Menurut Sugiyono (2017) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner yang berisi daftar atau butir pertanyaan yang berkaitan dengan harga, citra merek, preferensi merek gaya hidup hedonisme dan keputusan pembelian, didistribusikan kepada responden yaitu para konsumen jilbab zoya di kalangan Mahasiswi IAIN Metro. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah skala Likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

**Tabel 3.2 Skala Likert**

<b>Skala</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju(S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## E. Instrumen Penelitian

Tabel 3.3 Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Butir Angket
<b>Harga (X1)</b>	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16
<b>Citra Merek (X2)</b>	1. Pengenalan 2. Reputasi 3. Daya tarik 4. Kesetiaan	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16
<b>Preferensi Merek (X3)</b>	1. Menyukai merek 2. Memilih merek 3. Kecenderungan membeli 4. Keinginan mengkonsumsi	1,2,3,4 5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16
<b>Gaya Hidup Hedonisme (X4)</b>	1. Kecenderungan <i>followers</i> 2. Prilaku konsumsi 3. Tempat 4. Aktivitas 5. Suka menjadi pusat perhatian	1,2,3 4,5,6 7,8,9 10,11,12 13,14,15
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Tahap penentuan 5. Prilaku setelah membeli	1,2,3 4,5,6 7,8,9 10,11,12 13,14,15

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian Persyaratan Instrumen

Uji persyaratan analisis diperlukan guna mengetahui apakah data untuk pengujian hipotesis dapat di lanjutkan atau tidak. Beberapa teknik analisis data menuntut uji persyaratan analisis:

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Naskah, 2018:36). Agar diperoleh kevalidan kuesioner, maka sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data dilakukan uji coba. Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Pada uji validitas ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Teknik *Product Moment* ini adalah mengkorelasikan skor item dengan skor total. Suatu item valid atau gugur adalah dengan membandingkan antara  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dimana  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel. Rumus dari korelasi *product moment* dari person yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2 - (\sum X)^2)][(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

Keterangan :

$r$  hitung : koefisien korelasi

$\sum X$  : jumlah skor item

$\sum Y$  : jumlah skor total

$N$  : jumlah responden

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan seluruh responden sampel, yakni sebanyak 100 responden, kemudian membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dari hasil output (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan  $r_{tabel}$ , jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut adalah valid. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20.



## b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, selama aspek yang diukur dalam dari subjek memang belum berubah. Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrumen telah dipastikan validitasnya. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dari konsistensi respon dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2011:42).

$$R_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_{bt}^2} \right]$$

Dimana :

$r_{11}$  : reliabilitas instrument/koefisien reliabilitas

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  : jumlah varians butir

$\sigma_{bt}^2$  : varians total

## 2. Pengujian Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan apakah model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyebaran data yang normal atau tidak karena data diperoleh langsung dari pihak pertama melalui kuesioner. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis uji statistik dan grafik. Dalam uji statistik jika *probability value* > 0,50, maka  $H_0$  ditrima (berdistribusi normal) dan jika *probability value* < 0,50, maka  $H_0$  ditolak (tidak berdistribusi normal). Jika menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi mengikuti asumsi normalitas.

### b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linierity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubis.

### c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, Ghazali (2013). Uji ini memastikan tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas.

Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur  $(1 - R^2)$  di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas.
2. Jika nilai VIF  $\leq 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas.
3. Jika nilai tolerance  $< 0,1$  maka ada gejala multikolinieritas.
4. Jika nilai tolerance  $> 0,1$  maka tidak ada gejala multikolinieritas.
5. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20*).
6. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig)  $> 0,1$  maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

#### d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek, preferensi merek dan gaya hidup hedonisme terhadap keputusan pembelian. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : keputusan pembelian

$\alpha$  : konstanta

$X_1$  : Harga

$X_2$  : Citra merek

$X_3$  : Preferensi merek

$X_4$  : Gaya hidup hedonisme

$b_1$ : koefisien regresi variabel harga

$b_2$  : koefisien regresi variabel citra merek

$b_3$  : koefisien regresi variabel Preferensi merek

$b_4$  : koefisien regresi variabel Gaya hidup hedonisme

e : *standard Error*

#### e. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0 : b = 0$ , berarti variabel independen (harga, citra merek, preferensi merek dan gaya hidup hedonisme) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

$H_a : b \neq 0$ , berarti variabel independen (harga, citra merek, preferensi merek dan gaya hidup hedonisme) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Cara melakukan uji t dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel. Apabila t tabel < t hitung, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sedangkan apabila t tabel > t hitung, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **b. Uji Simultan (Uji-F)**

Pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$ , berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu harga ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ), preferensi merek ( $X_3$ ) dan gaya hidup hedonisme ( $X_4$ ) secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$ , berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu harga ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ), preferensi merek ( $X_3$ ) dan gaya hidup hedonisme ( $X_4$ ) secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).

Kriteria pengambilan keputusannya dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, apabila F tabel < F hitung, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, apabila F tabel > F hitung, maka ditolak dan  $H_a$  diterima.