

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian verifikatif. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:35) metode deskriptif ini merupakan metode yang memiliki arah tujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data. Sedangkan pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8) metode penelitian yang berdasarkan pada sifat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh *brand images* dan *fashion involvement* terhadap *consumer buying decision process* Sepatu Bata dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Metro, JL. KH Dewantara No. 116 Iringmulyo Metro Timur, Kota Metro, Lampung.

#### C. Metode Penelitian

Metode penelitian ini merupakan deskriptif dan verifikatif yang dilakukan melalui pengambilan berupa data primer di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode survey penjelasan (*explanatory survey method*) yang bertujuan untuk mendapatkan data yang digunakan terhadap objek dilapangan dengan mengambil beberapa sampel dari populasi dan mengajukan pertanyaan atau kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama.

Untuk dapat menguji pengaruh antara variabel eksogen dan endogen yakni pengaruh *brand images* dan *fashion involvement* terhadap *consumer buying decision* pada sepatu Bata dikalangan mahasiswa FEB Universitas

Muhammadiyah Metro. Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Metro, maka disini peneliti menggunakan alat uji Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Modeling SEM*) dan menggunakan program statistik untuk model persamaan structural.

### 1. Operasional variabel penelitian

Operasional variabel merupakan uraian-uraian dan yang dapat menjelaskan pada suatu variabel-variabel yang akan diteliti yang berupa indikator-indikator yang ada pada variabel-variabel yang diteliti. Adapun definisi operasional variabel penelitian ini adalah :

#### a. *Brand Images* ( $X_1$ )

- 1) Definisi konseptual: *brand images* adalah atau ekuitas merek adalah asosiasi merek, kesadaran merek, kualitas merek dan kesetiaan untuk merek.
- 2) Definisi operasional: *brand images* adalah atau ekuitas merek adalah asosiasi merek, kesadaran merek, kualitas merek dan kesetiaan untuk merek.

#### b. *Fashion Involvement* ( $X_2$ )

- 1) Definisi konseptual: *fashion involvement* atau keterlibatan seseorang terhadap *fashion* adalah adalah keterlibatan konsumen terhadap produk *fashion* karena memiliki kepentingan, kebutuhan, ketertarikan dan persepsi terhadap produk.
- 2) Definisi operasional: *Fashion involvement* adalah keterlibatan seseorang terhadap *fashion* adalah adalah keterlibatan konsumen terhadap produk *fashion* karena memiliki kepentingan, kebutuhan, ketertarikan dan persepsi terhadap produk.

#### c. *Consumer Buying Decision* (Y)

- 1) Definisi konseptual: *consumer buying decision* adalah tahap seleksi terhadap dua pilihan atau lebih yang terdiri dari penentuan pilihan, keinginan berperilaku, dan membentuk preferensi antar merek di dalam menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk.
- 2) Definisi operasional: *consumer buying decision* adalah tahap seleksi terhadap dua pilihan atau lebih yang terdiri dari penentuan pilihan, keinginan berperilaku, dan membentuk preferensi antar merek di dalam

menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk yang diukur menggunakan skala Likert dan diberikan kepada konsumen mahasiswa.

Untuk mengukur variabel-variabel tersebut, dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Penjabaran operasional variabel-variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut :

**Tabel 3. variabel penelitian dan indikator-indikator penelitian**

Variabel penelitian	Indikator	Butir angket
Brand Images ( $X_1$ )	1. kesadaran merek. 2. kualitas merek 3. kesetiaan untuk merek.	1, 2, 3, 4, 5, 6 7, 8, 9, 10, 11, 12 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20
Fashion involvement ( $X_2$ )	1. memiliki kepentingan. 2. Kebutuhan. 3. Ketertarikan. 4. persepsi terhadap produk.	1, 2, 3, 4, 5 6, 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19, 20
Buying decision (Y)	1. Pencarian informasi. 2. Evaluasi alternatif. 3. penentuan pilihan. 4. membentuk preferensi.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14, 15 16, 17, 18, 19, 20

## 2. Populasi Dan Sampel

### a. Populasi

Yunarti (2015:37) populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kualitatif maupun kuantitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas.

Berdasarkan pengertian tersebut populasi merupakan wilayah sekelompok objek yang lengkap dan jelas, maka harus mempunyai karakteristik dan ciri tertentu dapat juga berupa kualitas yang telah ditetapkan oleh peneliti dari semua

nilai, baik kualitatif maupun kuantitatif untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi target adalah mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro angkatan 2016 sebanyak 269 mahasiswa.

#### **b. Sampel**

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini berupa *Accidental sampling*, menurut Sugiono (2011:85) *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. Maka penentuan jumlah sampel minimum dalam penelitian didasarkan pada perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = alpha (0,05) atau sampling error = 5%

Sehingga berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{269}{1 + (269)(0,05^2)}$$

n = 160

Dari hasil perhitungan, didapatkan jumlah minimum sampel menjadi 160 responden.

#### **D. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian, karena teknik ini merupakan strategi atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitiannya. Pengumpulan data dalam penelitian dimaksudkan untuk memperoleh bahan-

bahan, keterangan, kenyataan-kenyataan dan informasi yang dapat dipercaya jenis dan sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut :

### **1. Data primer**

Menurut Putro (2016:22) data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, atau data yang mengumpulkannya dilakukan sendiri oleh peneliti . data primer dapat berbentuk pendapat dari individu atau kelompok atau hasil dari pengujian suatu objek. Ada dua data yang dipergunakan untuk mengambil data primer yaitu melalui survei dan observasi.

Dalam penelitian ini, data primer menggunakan kuisisioner dan sumber data diperoleh langsung dari lokasi penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan untuk mendapatkan data primer antara lain :

#### **a. Wawancara**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui komunikasi antara dua orang untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan masalah penelitian.

#### **b. Kuesioner (angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono 2016:142). Dalam pemberian kuesioner ini nantinya peneliti membuat pertanyaan secara logis yang berhubungan dengan masalah pada penelitian dan setiap pertanyaan adalah jawaban yang mempunyai pendapat menguji hipotesa. Semua variabel yang akan diteliti akan diukur oleh instrumen dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah metro berupa pertanyaan dengan jawaban tipe skala likert.

Skala likert ini dipergunakan untuk menentukan lokasi kedudukan seseorang dalam suatu kontinum sikap terhadap objek sikap, mulai dari sangat negatif hingga sangat positif (Putro 2016:104), skala ini juga bisa memuat pilihan berupa frekuensi (5,4,3,2,1).

Skor atas jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif dituangkan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4. Skala likert atau pertanyaan positif dan negatif.**

No	Skor	
	Positif	Negatif
A	5	1
B	4	2
C	3	3
D	2	4
E	1	5

## 2. Data skunder

Merupakan data yang diperoleh dari data kedua. Putro (2016:23) mengartikan bahwa data sekunder sebagai data yang dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari universitas muhammadiyah metro yang berkaitan dengan hal-hal yang diperlukan dalam penelitian ini.

## E. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian persyaratan instrumen

Uji persyaratan instrumen dilakukan guna mengetahui validitas dan realibilitas masing-masing item pertanyaan, uji instrumen ini dilakukan agar item jawaban responden sesuai dengan indikatornya dan definisi konsep masing-masing variabel.

#### a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Kusnadi (2008:116) pengujian validitas ditunjukkan untuk melihat hubungan antara masing-masing item pertanyaan pada variabel bebas dan variabel terikat. Butir-butir pertanyaan yang mempunyai *factor loading* yang valid yaitu  $\geq 0,5$  menunjukkan bahwa indikator-indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur suatu konstruk. Dengan instrumen yang valid akan menghasilkan data yang valid pula, atau dapat dikatakan juga bahwa jika data yang dihasilkan dari sebuah instrumen valid, maka instrumen itu juga valid.

Selanjutnya peneliti akan menentukan validitasnya berdasarkan formula tertentu, diantaranya korelasi *product moment* dengan rumus :

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

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, kemudian membandingkan nilai  $r_{tabel}$ . Dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dari  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut adalah valid.

#### b. Uji realibilitas

Uji realibilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrumen telah dipastikan validitasnya. Uji realibilitas adalah sebuah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Peneliti melakukan uji realibilitas dengan menghitung *Alpha Cronbach* dari masing-masing instrument dalam suatu variabel.

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Chronbach*  $>0,70$  (Setiawan 2016:214). Formula yang digunakan untuk menguji realibilitas instrumen dalam penelitian ini adalah :

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

Keterangan :

$R_{11}$  = Realibilitas instrument/koefisien reliabilitas

$K$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum ab^2$  = jumlah varians butir

$abt^2$  = varians total

## 2. Pengujian persyaratan analisis

### a. Uji normalitas

Menurut Ghizali (2011:160), uji normalitas bertujuan apakah model regresi variabel dependen (terkait) dan variabel independen (bebas) memiliki 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  $L_{hitung} > L_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (berdistribusi tidak normal) dan jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (berdistribusi normal.) Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan uji chi-square goodness of fit.

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

(Sumber: Arikunto, 2010:239)

Dengan :

$O_i$  : Frekuensi observasi pada kelas atau interval  $i$

$E_i$  : Frekuensi yang diharapkan pada kelas  $i$  didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi normal.

Kesimpulan mengenai distribusi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $x^2$ - statistik dengan  $x^2$ - tabel. Jika nilai  $x^2$  statistik lebih kecil dari satu atau sama dengan  $x^2$ - tabel, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

### b. Uji homogenitas

Pengujian homogenitas merupakan pengujian mengenai sama tidaknya varians-varians dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas sangat diperlukan sebelum membandingkan dua kelompok atau lebih, agar perbedaan yang ada bukan disebabkan oleh adanya perbedaan data dasar (putrawan 2017:145). Uji homogenitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Barlett*. Teknis pengujian homogenitas menurut Budiyono (2013: 176) yaitu sebagai berikut :

#### 1) Hipotesis

$H_0$  : kedua populasi mempunyai variansi yang homogen.

$H_1$  : kedua populasi mempunyai variansi yang tidak homogen.

#### 2) Statistik Uji

$$x^2 = \frac{2,303}{c} \left( f \log RKG - \sum f_j \log S_j \right)$$

Dengan :

$K$  = banyaknya populasi = banyaknya sampel

$f = N - k = \sum_{j=1}^k f_j$  = derajat kebebasan untuk RKG

$N$  = banyaknya seluruh nilai (ukuran)

$f_{j=n_j} - 1$  = derajat kebebasan untuk  $S_{j^2:j} = 1, 2, \dots \dots k$ :

$N_j$  = banyaknya nilai (ukuran) sampel ke-j = ukuran sampel ke j

$$RKG = \frac{\sum SS_j}{\sum f_j}$$

$$SS_j = \sum X^2_j - \frac{(\sum x^1)^2}{n_j} = (n_j - 1)s^2_j$$

$$c = 1 + \frac{1}{3(k-1)} \left[ \sum \frac{1}{f_j} - \frac{1}{f} \right]$$

### 3) Taraf Signifikansi

$$\alpha = 0,05$$

### 4) Daerah Kritik

$DK = \{X^2 | X^2 > X^2_{\alpha, k-1}\}$ , dengan k adalah banyaknya kelompok.

Dimana  $X^2_{\alpha, k-1}$  diperoleh dari tabel *chi square*.

### 5) Keputusan Uji

$H_0$  ditolak jika harga statistik uji berada di daerah kritik

### 6) Kesimpulan

a. Populasi- populasi homogen jika  $H_0$  diterima

b. Populasi- populasi tidak homogen jika  $H_0$  ditolak

## c. Uji linieritas dan keberhasilan regresi

Linieritas merupakan sifat yang berhubungan dengan linier antar variabel, yang artinya setiap terjadi perubahan satu perubahan akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Uji linieritas biasanya bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linier atau tidak secara signifikan.

Dasar pengambilan kesimpulan dari uji linieritas apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel bersifat linier. Sedangkan uji keberartian regresi terlihat apabila nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  dengan demikian regresi antar variabel adalah berarti signifikan.

#### **d. Structural Equation Modeling (SEM)**

Menurut Riadi (2018:3) Analisis modeling persamaan struktural memiliki dua komponen utama yaitu komponen pengukur dan komponen struktural. Komponen pengukur mencerminkan hubungan antar dua variabel laten, konstruksi atau faktor-faktor dan indikator yang nyata atau variabel yang diamati. Sedangkan komponen struktural mencerminkan hubungan antara variabel laten, konstruksi atau faktor sendiri. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *Linier Structural Relationship (LISREL) 8.80* yang merupakan paket program statistik untuk *Structural Equation Modeling (SEM) for windows* tahun 1970 oleh *Joreskoog* dan *Sorboom* digunakan untuk menganalisis model pengukuran dan model struktural.

Dalam SEM akan dilakukan uji kecocokan untuk memeriksa tingkat kecocokan antara data dengan model, validitas dan realibilitas model pengukuran dan signifikas koefisien-koefisien model struktural. Evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model dilakukan dengan melalui beberapa tahap, yaitu : (1) kecocokan keseluruhan model (*overall model fit*), (2) kecocokan model pengukuran (*measurement model fit*), dan (3) kecocokan model struktural (*structural model fit*).

#### **e. Hipotesis statistik**

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji lagi kebenarannya. Hipotesis penelitian merupakan hipotesis yang dirumuskan untuk menjawab permasalahan dengan menggunakan teori-teori yang ada hubungannya dengan masalah penelitian dan belum berdasarkan fakta serta dukungan data yang digunakan.

Jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik, maka rumusan hipotesis tersebut perlu diubah kedalam rumusan hipotesis penelitian yang hanya dituliskan salah satu saja yaitu hipotesis alternatif ( $H_a$ ) atau hipotesis nol ( $H_o$ ). Sedangkan dalam hipotesis statistik keduanya dipasangkan sehingga

dapat diambil keputusan yang tegas yaitu menerima  $H_a$  berarti menolak  $H_0$ , begitu juga sebaliknya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengujian pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$

$H_0 : \beta X_1 Y \leq 0$  : *brand images*(  $X_1$ ) tidak berpengaruh langsung positif terhadap *buying decision* ( $Y$ ).

$H_a : \beta X_1 Y > 0$  : *brand images* ( $X_1$ ) berpengaruh langsung positif terhadap *buying decision* ( $Y$ ).

2. Pengujian pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$

$H_0 : \beta X_2 Y \leq 0$  : *fashion involvement* ( $X_2$ ) tidak berpengaruh langsung positif terhadap *buying decision* ( $Y$ ).

$H_a : \beta X_2 Y > 0$  : *fashion involvement* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap *buying decision* ( $Y$ ).

3. Pengujian pengaruh  $X_1$  terhadap  $X_2$

$H_0 : \beta X_1 X_2 \leq 0$  : *brand images*( $X_1$ ) tidak berpengaruh langsung positif terhadap *fashion involvement* ( $X_2$ ).

$H_a : \beta X_1 X_2 > 0$  : *brand images*( $X_1$ ) berpengaruh langsung positif terhadap *fashion involvement* ( $X_2$ )