

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan berdasarkan data dan fakta yang valid serta dipercaya untuk mengetahui:

1. Hubungan antara Iklan dengan Keputusan Pembelian OPPO Ponsel *Smartphone* pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Hubungan antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian OPPO *Smartphone* pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta, Tepatnya pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Tempat penelitian ini dipilih karena menurut survey awal, Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga memiliki Keputusan Pembelian yang rendah pada pembelian OPPO *Smartphone*.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada Maret 2017 s/d Juli 2017, hal ini dikarenakan kegiatan perkuliahan masih aktif, sehingga dengan waktu tersebut peneliti akan fokus terhadap penelitian ini.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan korelasi. Menurut Sugiyono, metode *survey* digunakan “untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya”³⁹.

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode survei. Alasan peneliti menggunakan metode survei karena mengacu pada teori menurut W Lawrence dikutip dari Sugiyono yang menyatakan penelitian survei sebagai berikut.

Penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri⁴⁰.

Sedangkan pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan

³⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 6.

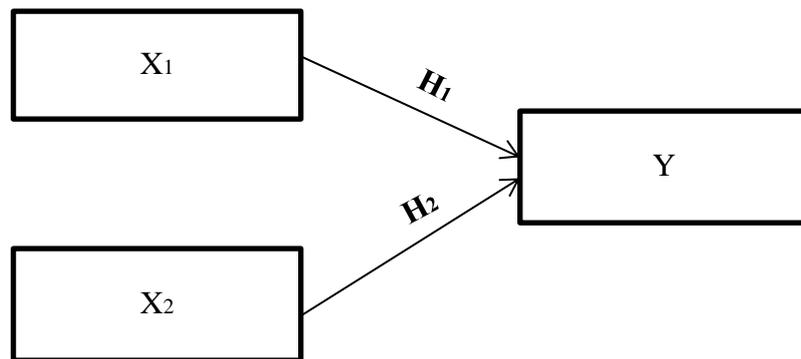
⁴⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), h. 11.

peneliti menggunakan pendekatan korelasional karena mengacu pada teori menurut Kaufman dan Kaufman dikutip dari Azuar Juliandi yang menyatakan bahwa “penelitian korelasional tujuannya adalah untuk memahami hubungan antar variabel”⁴¹. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan korelasional untuk menemukan ada atau tidaknya hubungan antar variabel. Jika terdapat hubungan antar variabel maka seberapa erat hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan ko-relasional dapat dilihat hubungan antara tiga variabel yaitu variabel bebas Iklan dengan simbol X_1 dan Gaya Hidup dengan simbol X_2 serta variabel terikat adalah Keputusan Pembelian yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel X_1 (Iklan) dan X_2 (Gaya Hidup) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian). Maka, konstelasi hubungan antara variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:

⁴¹Azuar Juliandi, Irfan, dan Saprinal Manurung, *Metode Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Press, 2014), h. 13.



Gambar 2 - Model Penelitian

Model Penelitian

Keterangan:

X₁ : Iklan

Y : Keputusan Pembelian

X₂ : Gaya Hidup

→ : Hubungan

D. Populasi dan Teknik Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁴².

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa, setelah melakukan *survey* melalui wawancara langsung pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta di Jakarta, terdapat banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian *smartphone* OPPO.

⁴²*Ibid.*, h. 119.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁴³. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Sugiyono mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”⁴⁴.

Untuk penelitian ini, sampelnya adalah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian *smartphone* OPPO yang berjumlah 110 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Iklan (variabel X_1), Gaya Hidup (variabel X_2) dan Keputusan Pembelian (variabel Y) adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Deskripsi Konseptual

Keputusan pembelian adalah pertimbangan yang diambil atau dilakukan konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan sebagai alternative pilihan yang tersedia.

b. Deskripsi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengambilan keputusan yang

⁴³ *Ibid.*, h. 120.

⁴⁴ *Ibid.*, h. 126.

Pengambilan keputusan yang luas (<i>extended decision making</i>)	Model	1,2,3	4,5,6	6	1,2,3	4,5	1,2,3	4,5
	Kegunaan	7,8,	9		7,8	9	6,7	8
	Mutu	10,11,12,13	14,15	14	10,11,12,13	15	9,10,11,12	13
Pengambilan Keputusan terbatas (<i>limited decision making</i>)	Produk	16,17	18		16,17	18	14,15	16
	Harga	19,20	21,22	19	19	21,22	17	18,19
	Merek	23,24	25,26	26	23,24	25	20,21	22

Untuk mengisi setiap tabel pernyataan dalam instrumen penelitian, res-ponden dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang telah di-sediakan. Lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut.

Tabel 4 – Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen Keputusan Pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen yang berbentuk kuesioner model skala *likert*. Hal ini mengacu pada teori menurut Djaali dan Pudji Muljono yang menyatakan bahwa “skala *likert* ialah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan”⁴⁵. Dalam konteks ini skala *likert* mengacu pada model indikator variabel Keputusan Pembelian yang terlihat pada Tabel 3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian.

⁴⁵Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 28.

Tahap berikutnya adalah konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel Keputusan Pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel 3. Setelah konsep instrumen disetujui, tahap selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Pendidikan Studi Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 46$$

Keterangan :

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan

⁴⁶*Ibid.*, h. 86.

dianggap tidak valid, yang kemudian butir tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 5 halaman 105) dari 26 pernyataan tersebut, setelah di-validasi terdapat 4 pernyataan yang di *drop*, sehingga yang valid dan tetap di-gunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *alpha cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 47$$

Keterangan :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 48$$

Dimana:

⁴⁷*Ibid.*, h. 89.

⁴⁸Sudjana, *Metode Statistika*, (Bandung: Tarsito, 2013), h. 94.

$$\begin{aligned}
 S_i^2 &= \text{Simpangan baku} \\
 n &= \text{Jumlah populasi} \\
 \sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\
 \sum X_i &= \text{Jumlah data}
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 1,58$, $S_t^2 = 183,58$ dan r_{ii} sebesar 0,81251 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 6 halaman 106) Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Iklan (X_1)

a. Deskripsi Konseptual

Iklan merupakan informasi yang bermaksud menjelaskan keunggulan produk, ide atau organisasi yang ditawarkan sehingga menarik konsumen untuk menggunakannya.

b. Deskripsi Operasional

Iklan dapat diukur dengan tiga dimensi. Dimensi pertama adalah Media, dengan indikator pertama adalah Media Cetak dan Elektronik

Dimensi kedua adalah misi, dengan indikator pertama adalah Tujuan. Indikator kedua adalah Sasaran Penjualan.

Dimensi Ketiga adalah Informasi Alternatif, dengan indikator pertama Keluarga dan Teman dan Indikator Kedua adalah Kelompok Pengguna produk tersebut (OPPO).

c. Kisi-kisi Instrumen Iklan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Iklan. Kisi-kisi instrumen Iklan diujicobakan dan dijadikan kisi-kisi instrumen final untuk mengukur variabel iklan. Kisi-kisi ini disajikan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5 – Kisi-Kisi Instrumen Iklan

Kisi-kisi Instrumen Iklan

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		<i>Dro p</i>	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Media	Media Cetak	1,2,3,4	5,6,7,8		1,2,3,4	5,6,7,8	1,2,3,4	5,6,7,8
	Media Elektronik	9,10,11,12	13,14,15	9,11,13	10,12	14,15	9,10	11,12

Misi	Tujuan	16,17	18,19		16,17	18,19	13,14	15,16
	Sasaran Penjualan	20,21	22	21	20	22	17	18
Informasi Alternatif	Keluarga dan Teman	23,24			23,24		19,20	
	Kelompok Pengguna OPPO	25	26		25	26	21	22

Untuk mengisi setiap tabel pernyataan dalam instrumen penelitian, respon-den dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang telah disediakan. Lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai dengan 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut.

Tabel 6 – Skala Penilaian Instrumen Iklan

Skala Penilaian Instrumen Iklan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1

2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Iklan

Proses pengembangan instrumen Iklan dimulai dengan penyusunan instrumen yang berbentuk kuesioner model skala *likert*. Hal ini mengacu pada teori menurut Djaali dan Pudji Muljono yang menyatakan bahwa “skala *likert* ialah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan”⁴⁹. Dalam konteks ini, skala *likert* mengacu pada model indikator variabel Iklan yang terlihat pada Tabel 5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel Iklan.

Tahap berikutnya adalah konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel Iklan sebagaimana tercantum pada Tabel 5. Setelah konsep instrumen disetujui, selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Administasi Perkantoran Fakultas Ekonomi di

⁴⁹Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*, h. 28

Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{50}$$

Keterangan :

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemuda butir tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 10 halaman 113) dari 26 pernyataan tersebut, setelah di-validasi terdapat 4 pernyataan yang di *drop*, sehingga yang valid dan tetap di-gunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *alpha cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian

⁵⁰*Ibid.*, h. 86.

butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{51}$$

Keterangan :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{52}$$

Keterangan :

- Si^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2=3,26$, $St^2 = 203,18$ dan r_{ii} sebesar 0,740 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 11 halaman 114). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur Iklan.

⁵¹*Ibid.*, h. 89.

⁵²Sudjana, *loc. cit.*, h. 94.

3. Gaya Hidup (X_2)

a. Deskripsi Konseptual

Gaya Hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya. Gaya hidup merupakan *frame of reference* yang dipakai seseorang dalam bertingkah laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu.

b. Deskripsi Operasional

Gaya Hidup dapat diukur dengan tiga dimensi. Dimensi pertama adalah Aktivitas, dengan indikator pertama adalah pekerjaan dan indikator kedua adalah minat. Dimensi kedua adalah Minat, dengan indikator pertama adalah Mode dengan sub indikator pertama bentuk dan sub indikator kedua spesifikasi. Dimensi Ketiga adalah Pendapat, dengan indikator pertama diri sendiri

c. Kisi-kisi Instrumen Gaya Hidup

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Gaya Hidup Kisi-kisi instrument Gaya hidup diujicobakan dan dijadikan kisi-kisi instrumen final untuk mengukur variabel Gaya Hidup. Kisi-kisi ini disajikan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang

dimasukan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7– Kisi-Kisi Instrumen Gaya Hidup

Kisi-kisi Instrumen Gaya Hidup

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Aktivitas	Pekerjaan		1,2,3	4		1,2,3	4	1,2,3	4
	Minat		5,6	7		5,6	7	5,6	7
Minat	Mode	Bentuk	8,9,10	11,12		8,9,10	11,12	8,9,10	11,12
		Spesifikasi	13,14,15, 16,17,18	19,20 21,22	16,22	13,14,15, 17,18	19,20, 21	13,14,15, 16,17,	18,19, 20
Pendapat	Diri Sendiri		23,24	25,26	24,25	23	26	21	22

Untuk mengisi setiap tabel pernyataan dalam instrumen penelitian, res-ponden dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang telah di-sediakan. Lima alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut.

Tabel 8 – Skala Penilaian Instrumen Gaya Hidup

Skala Penilaian Instrumen Gaya Hidup

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1

2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Gaya Hidup

Proses pengembangan instrumen kepercayaan merek dimulai dengan penyusunan instrumen yang berbentuk kuesioner model skala *likert*. Hal ini mengacu pada teori menurut Djaali dan Pudji Muljono yang menyatakan bahwa “skala *likert* ialah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan”⁵³. Dalam konteks ini skala *likert* mengacu pada model indikator variabel Gaya Hidup yang terlihat pada Tabel 7 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel Gaya Hidup.

Tahap berikutnya adalah konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel Gaya Hidup sebagaimana tercantum pada Tabel 7. Setelah konsep instrumen disetujui, selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi

⁵³Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*, h. 28.

Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 54$$

Keterangan :

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemuda butir tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan ter-dapat pada lampiran 15 halaman 121) dari 26 pernyataan tersebut, setelah di-validasi terdapat 4 pernyataan yang di *drop*, sehingga yang valid dan tetap di-gunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus

⁵⁴*Ibid.*, h. 86.

alpha cronbach yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{55}$$

Keterangan :

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{56}$$

Keterangan :

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2=3,26$, $St^2 = 203,18$ dan r_{ii} sebesar 0,833 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 16 halaman 122). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan

⁵⁵*Ibid.*, h. 89.

⁵⁶Sudjana, *loc. cit.*, h. 94.

inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur gaya hidup.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi microsoft excel. Adapun langkah-langkah untuk dalam menganalisis data adalah sebagai berikut.

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Liliefors*, pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

- 1) H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal.
- 2) H_1 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi tidak normal.

Kriteria pengujian:

- 1) Terima H_0 jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.
- 2) Tolak H_0 jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi tidak normal.

3) Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah $(Y - \hat{Y})$.

b. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan perangkat lunak microsoft excel menggunakan *Test of Linearity* pada taraf 0,05. Hal ini didasari pada menurut Kadir dan Djaali yang menyatakan bahwa “variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”⁵⁷.

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan secara linier antara satu variabel independen dan satu variabel dependen. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan secara linier antar variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier

⁵⁷Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), h. 180.

berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\hat{Y} = a + bX_i^{58}$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = koefisien regresi variabel bebas

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan secara signifikan antara Iklan (X_1) dengan Keputusan Pembelian (Y) dan hubungan antara Gaya Hidup (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \quad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \quad H_1 : b_2 \neq 0$$

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara variabel X_1 dengan variabel Y (besar atau kecilnya hubungan kedua variabel) dan hubungan antara variabel X_2 dengan variabel Y (besar atau kecilnya hubungan kedua variabel), maka menghitung rxy dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*. Menurut Sugiyono menyatakan bahwa “korelasi *product moment* merupakan teknik yang digunakan

⁵⁸Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian, loc. cit.*, h. 261.

untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama”⁵⁹. Rumus *product moment* adalah sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 60$$

Keterangan:

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

c. Uji t

Menurut Johar Arifin menyatakan bahwa “ untuk sampel kecil yang kedua sampel saling berhubungan atau kedua sampel tidak ada hubungannya, menggunakan *t-test*”⁶¹. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (uji-t) dengan menggunakan perangkat lunak Microsoft excel. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan secara signifikan antara Iklan (X_1) dengan Keputusan Pembelian (Y) dan hubungan antara Gaya Hidup (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y).

t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut.

⁵⁹*Ibid.*, h. 228.

⁶⁰*Ibid.*, h. 228.

⁶¹Johar Arifin, *Statistik Bisnis Terapan*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), h. 103.

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad ^{62}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi

r_{xy} = Koefisien korelasi product moment

n = banyaknya sampel/data

Menurut Sugiyono menambahkan bahwa kriteria dalam pengujian adalah sebagai berikut.

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ H_0 diterima.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ H_0 ditolak⁶³.

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (r^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kese-suaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (Iklan dan Gaya Hidup), yang merupakan variabel bebas, menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut.⁶⁴

$$KD = r_{xy}^2$$

KD = Koefisien Determinasi

R_{xy} = Koefisien Korelasi Variabel X dan Variabel Y

⁶²Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, loc. cit., h. 230.

⁶³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, loc. cit., h. 243.

⁶⁴Sudjana, loc. cit., h. 370.